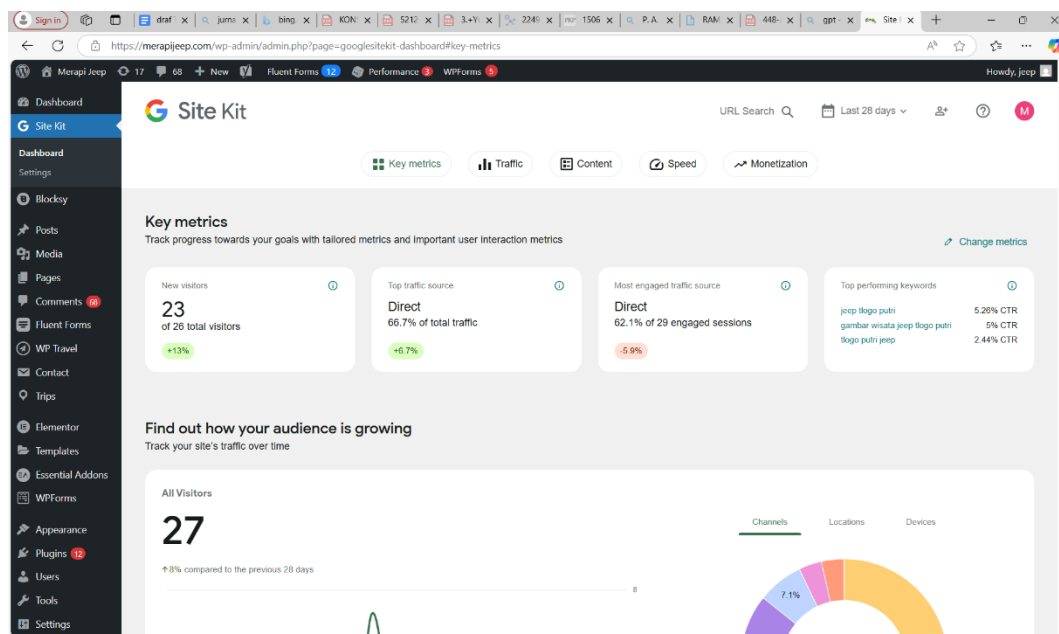


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan dalam digital marketing saat ini cukup kompleks, terutama yang berkaitan dengan optimasi *keyword*. Banyak bisnis berinvestasi dalam *Search Engine Optimization* (SEO), menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam peringkat mesin pencari. Kata kunci populer menjadi sulit untuk diraih karena banyak perusahaan besar sudah mendominasi halaman pertama Google hal ini membuat bisnis kecil dan menengah (UKM) kesulitan untuk bersaing. Era digital yang terus berkembang, mesin pencari seperti Google dan mesin pencari lainnya sering memperbarui algoritma, sehingga strategi optimasi Kata Kunci yang berhasil hari ini bisa menjadi kurang efektif di masa depan (Putri, 2023). Hal ini membuat pelaku *digital marketing* harus selalu memperbarui strategi mereka agar tetap kompetitif dalam peringkat mesin pencari.

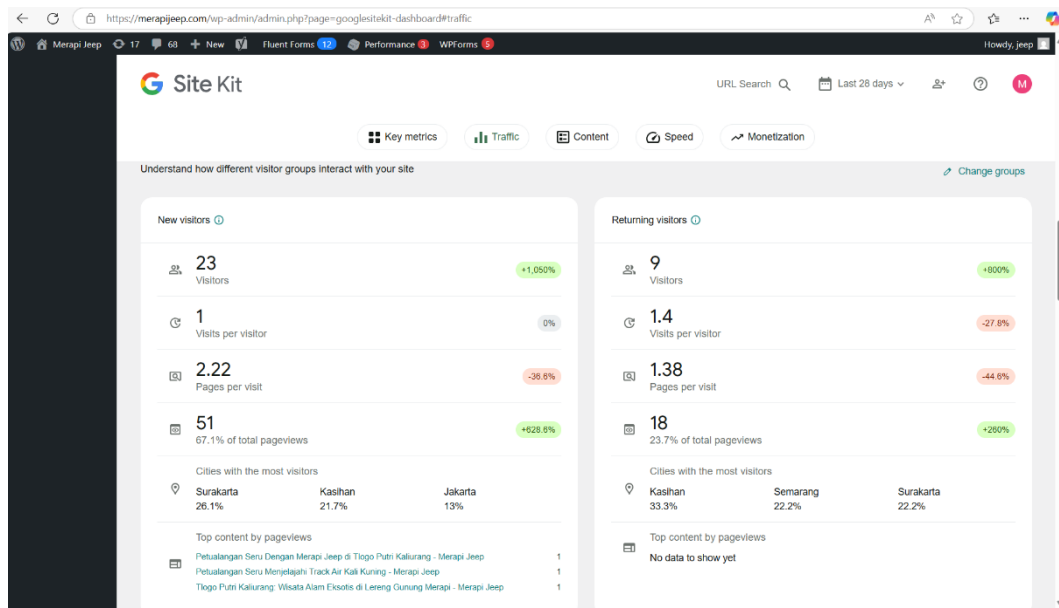


Gambar 1. 1 *Key Metrics*

Banyak bisnis masih kesulitan memilih kata kunci yang relevan dan sesuai dengan target audiens mereka. Penggunaan Kata Kunci dengan volume pencarian

tinggi tetapi konversi rendah dapat menghambat efektivitas kampanye digital marketing. Tidak semua kata kunci memiliki intent (niat) yang sesuai dengan tujuan bisnis. berbagai jenis kata kunci dan pentingnya dalam. Beberapa bisnis masih menggunakan strategi lama seperti Kata Kunci *stuffing* untuk meningkatkan peringkat SEO. Namun, praktik ini justru dapat dikenakan penalti oleh Google dan menurunkan peringkat situs web. Penggunaan AI dalam pencarian Google, strategi *keyword* harus disesuaikan. Pengguna kini lebih sering mencari dengan frasa percakapan alami, sehingga penggunaan *long-tail keywords* menjadi semakin penting. Banyak bisnis kesulitan melacak efektivitas *keyword* yang mereka gunakan seperti pada gambar 1.1 yang dimana terlihat beberapa *keywords* yang memperlihatkan *Click-Through Rate* (CTR) pada situs web. Tanpa data yang akurat mengenai *Click-Through Rate* (CTR), *bounce rate*, dan konversi, sulit untuk mengoptimalkan strategi *digital marketing*.

Penelitian (Supit., 2024) mengatasi permasalahan ini, pelaku *digital marketing* perlu menerapkan strategi yang lebih fleksibel, seperti menggunakan *long-tail keywords*, memahami intent pengguna, serta mengadaptasi teknik SEO berbasis AI agar tetap kompetitif di era digital ini. Masalah masalah di atas terjadi pada situs web merapijeep.com dilihat pada Gambar 1.2 dari persaingan mesin pencari, analisis *keywords* yang kurang memenuhi serta pemahaman tentang penggunaan SEO, situs web merapijeep.com juga belum menerapkan penggunaan *long-tail keywords*. Komunitas Jeep wisata Tlogo Putri saat ini telah memiliki situs web yaitu merapijeep.com, yang dikelola mandiri oleh komunitas dibuat pada maret 2024, yang telah berjalan hampir satu tahun pengelolaan.



Gambar 1.2 *Visitors*

Situs ini telah menerapkan optimasi SEO dengan menggunakan tiga buah *keyword*, yaitu: wisata jeep, jeep tlogo putri, lava tour. Adapun *Click Through Rate* masing-masing *keyword* rendah dan mengalami penurunan, hanya *keywords* jeep tlogo putri yang memiliki Click Through Rate sebanyak 5,26%. itu berdampak kepada trafik situs web yang memiliki penurunan di 28 hari terakhir sebanyak 33,6% dan click memiliki penurunan sebanyak 44,4% dan dan pencari di mesin pencari sebanyak 33,3% per tanggal 5 maret 2025 Bisa dilihat pada gambar 1.2.

1.2 Perumusan Masalah

Persaingan ketat dalam *digital marketing* menuntut untuk lebih memahami strategi strategi yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman tentang pemilihan kata kunci yang tepat, untuk mendapatkan dampak visibilitas dan trafik di mesin pencari. Perubahan algoritma mesin pencari yang sering terjadi mempengaruhi hasil pencarian dan mempersulit upaya optimasi, perbedaan intent pengguna dalam pencarian juga menjadi hambatan dimana pemahaman yang kurang tepat terhadap kebutuhan pengguna dapat mengurangi efektivitas strategi SEO. Hal itu berdampak pada penurunan trafik ke situs web www.merapijeep.com. Perlu adanya *keywords research* yang sesuai kemudian mengimplementasikan dan menguji apakah

keyword tersebut sudah efektif untuk meningkatkan trafik situs web dan visibilitas situs web.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian atau pembahasan ini, penulis membatasi ruang lingkup hanya pada strategi SEO organik atau non-premium, yaitu optimasi mesin pencari yang dilakukan tanpa menggunakan layanan berbayar seperti Google Ads atau tools SEO versi premium. Fokus utama ditujukan pada teknik optimasi *on-page* dan *off-page* secara alami, termasuk penggunaan kata kunci, struktur konten yang SEO-friendly, tautan internal dan eksternal, kecepatan situs web, serta perolehan backlink secara organik. Studi ini hanya dilakukan pada situs web bisnis lokal berskala kecil hingga menengah, khususnya yang menggunakan platform WordPress atau HTML statis, tanpa dukungan plugin SEO berbayar seperti Yoast Premium atau Rank Math Pro. Aspek yang dibahas tidak mencakup penggunaan teknologi canggih seperti machine learning dalam SEO, indexing berbasis API, maupun analitik lanjutan dari tools berbayar seperti Ahrefs atau SEMrush. Penilaian efektivitas dibatasi pada indikator gratis seperti peringkat kata kunci di hasil pencarian organik (SERP), jumlah kunjungan alami, dan interaksi pengunjung. Dengan pembatasan ini, diharapkan kajian tetap fokus pada pendekatan realistis yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha atau pengelola situs dengan keterbatasan anggaran.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Apa saja keywords yang efektif yang dapat digunakan dalam *situs web*?
2. Bagaimana menerapkan *long-tail keyword* pada Situs web Jeep Tlogo Putri?
3. Bagaimana menguji efektifitas *keyword* pada *situs web*?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara khusus berfokus pada dua tujuan utama, yaitu: pertama, menentukan *keywords* yang optimal dan teruji untuk meningkatkan trafik situs web *merapijeep.com*, sehingga pemilihan kata kunci benar-benar relevan dengan kebutuhan pengunjung dan konteks situs web. Kedua, mengevaluasi efektivitas penggunaan keywords tersebut dalam meningkatkan jumlah pengunjung serta kualitas trafik situs web *merapijeep.com*, guna memastikan bahwa strategi SEO

yang diterapkan benar-benar memberikan dampak positif yang signifikan terhadap performa situs secara keseluruhan.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

1. Meningkatkan trafik dan visibilitas *website* merapijeep.com.
2. Mendapatkan *keyword* terbaru yang lebih efisien.
3. Meningkatkan pemesanan jasa Jeep Wisata Tlogo Putri melalui *website* merapijeep.com.