

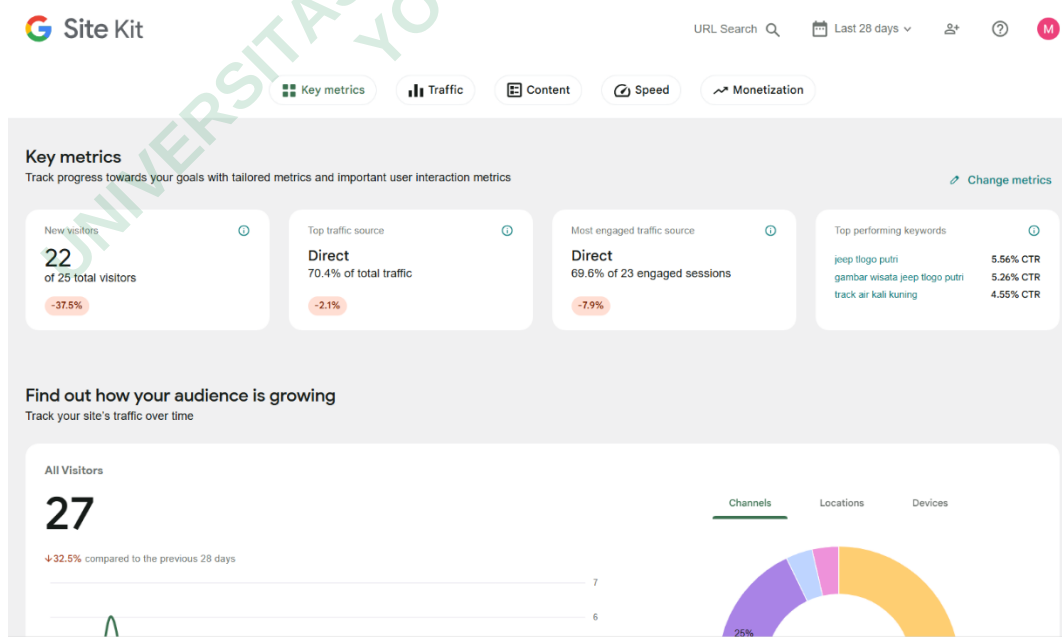
BAB 4

HASIL PENELITIAN

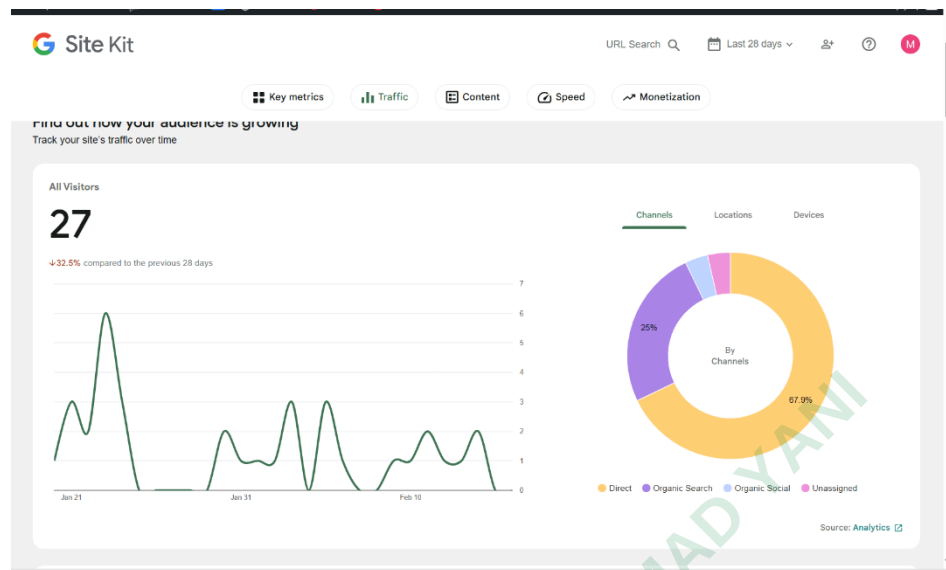
4.1 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa optimasi dan analisis terhadap sebuah artikel pada situs web memberikan pengaruh terhadap peningkatan performa situs web, khususnya dalam hal trafik, jumlah pengguna, dan visibilitas di mesin pencari. Melalui penerapan strategi optimasi seperti perbaikan *title tag*, penempatan kata kunci yang relevan, serta analisis trafik secara berkala, diharapkan situs web mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan mempertahankan keterlibatan pengguna.

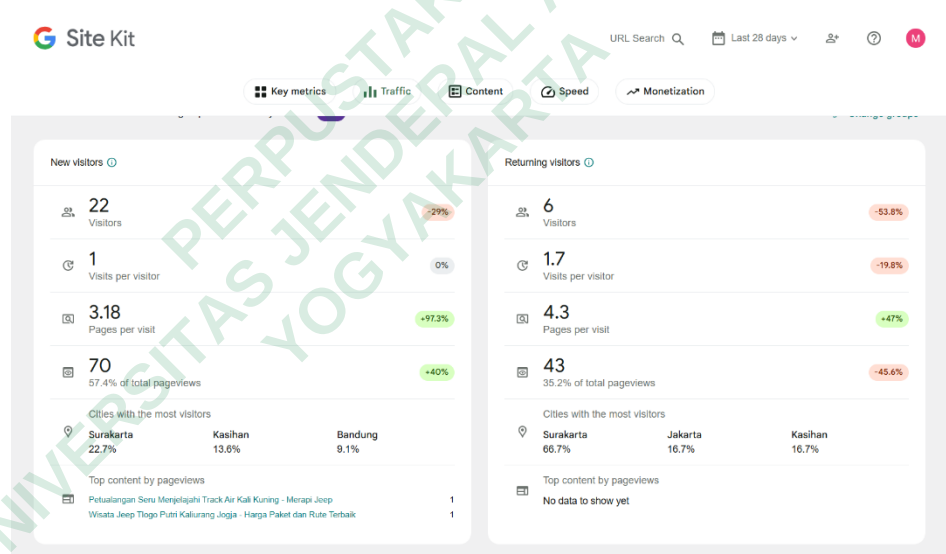
Data yang diperoleh melalui Google Site Kit menunjukkan adanya perubahan signifikan setelah dilakukan optimasi. Dibandingkan dengan kondisi pada bulan Januari, saat awal pengelolaan situs, trafik dan jumlah pengunjung sempat mengalami penurunan. Namun, setelah dilakukan pengoptimalan konten dan evaluasi berdasarkan data analitik, terjadi peningkatan secara bertahap pada jumlah sesi, keterlibatan pengguna (*engagement*), serta durasi interaksi dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4. 1 Google Site Kit 1



Gambar 4. 2 Google Site Kit 2

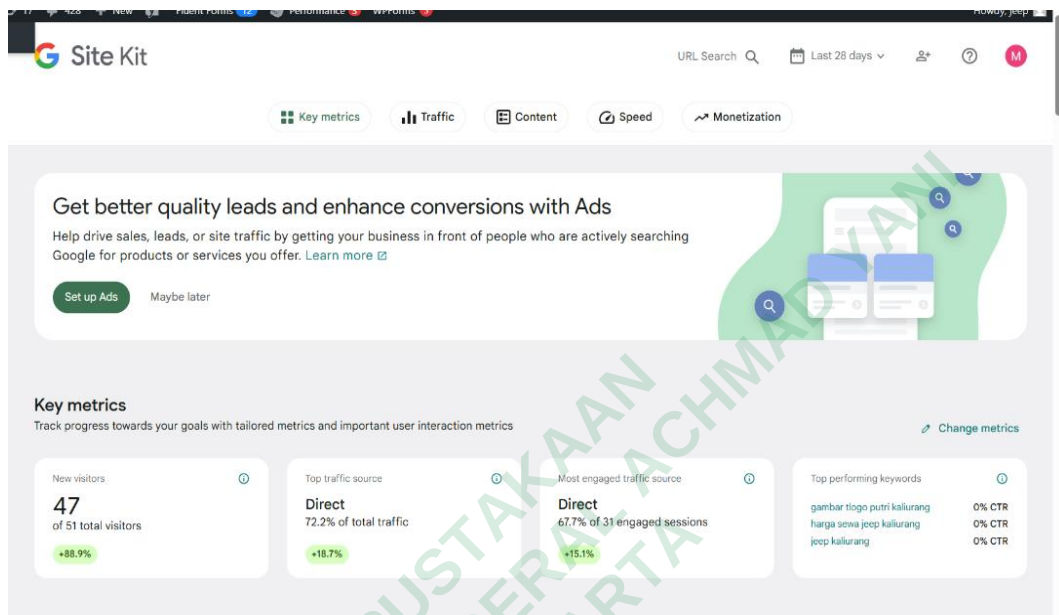


Gambar 4. 3 Google Site Kit 3

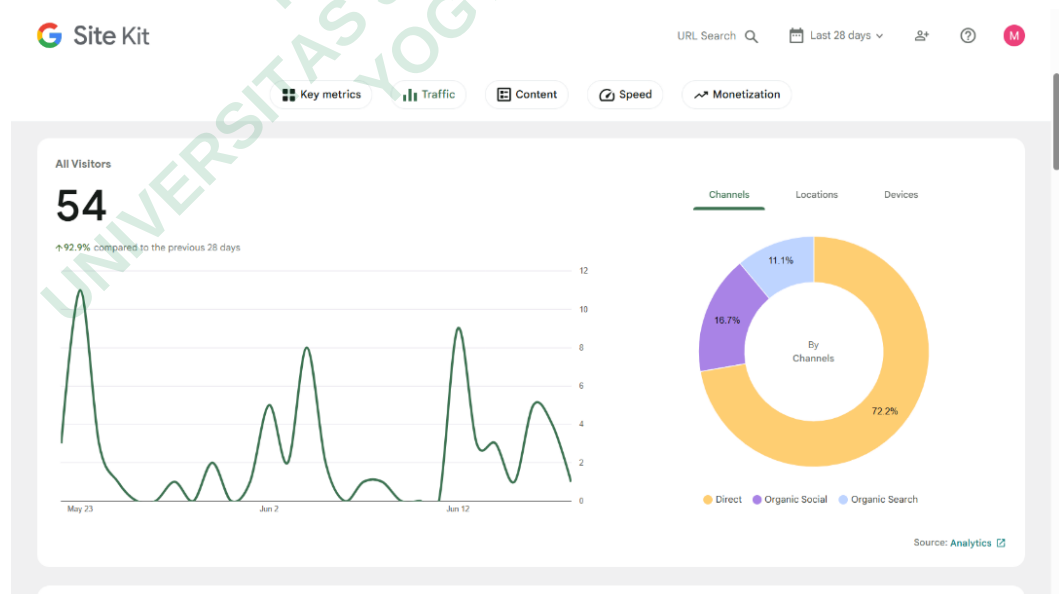
Temuan ini mendukung asumsi bahwa tindakan optimasi konten yang disertai dengan analisis data yang tepat dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan performa dan visibilitas situs web secara organik.

Melalui penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa upaya optimasi yang dilakukan memberikan kontribusi terhadap peningkatan trafik situs web, meskipun dalam skala yang relatif masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi

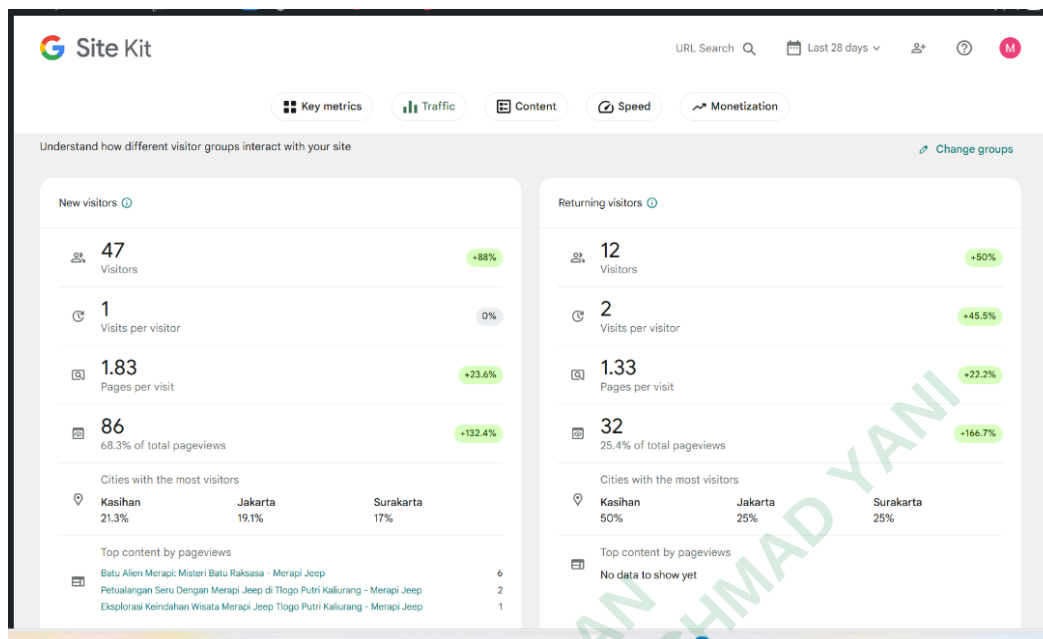
optimasi konten, apabila diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan, memiliki potensi untuk meningkatkan performa situs secara keseluruhan seperti pada gambar 4.1 Google Site Kit update 1-3.



Gambar 4. 4 Gambar 4.4 Google Site Kit update 1



Gambar 4. 5 Google Site Kit update 2



Gambar 4. 6 Google Site Kit update 3

4.2 Tahap Studi Literatur, Observasi, dan Dokumentasi

Tahap ini berisi tentang mengumpulkan data, dan mengidentifikasi permasalahan yang terkait, serta observasi terhadap situs web merapijeep.com, dengan melakukan pengamatan pada:

1. Pengamatan Visitor Google Site Kit

Berdasarkan data dari Google Site Kit pada website Merapi Jeep mulai dari 19 Februari 2025 selama 28 hari terakhir, tercatat total 25 pengunjung dengan 22 di antaranya merupakan pengunjung baru dan 6 merupakan pengunjung yang kembali. Terjadi penurunan signifikan pada jumlah pengunjung baru sebesar 37,5% dan pengunjung kembali sebesar 53,8% dibandingkan periode sebelumnya yaitu pada bulan Januari. Sebagian besar trafik berasal dari sumber langsung (direct) yang menyumbang 70,4% dari total kunjungan serta menjadi sumber trafik dengan keterlibatan tertinggi yaitu 69,6% dari sesi yang terlibat. Namun, kedua metrik ini juga mengalami penurunan masing-masing sebesar 2,1% dan 7,9%. kemudian terjadi penurunan dari *Click Through Rate (CTR)* 0,71% pada kata kunci “track kali kuning”.

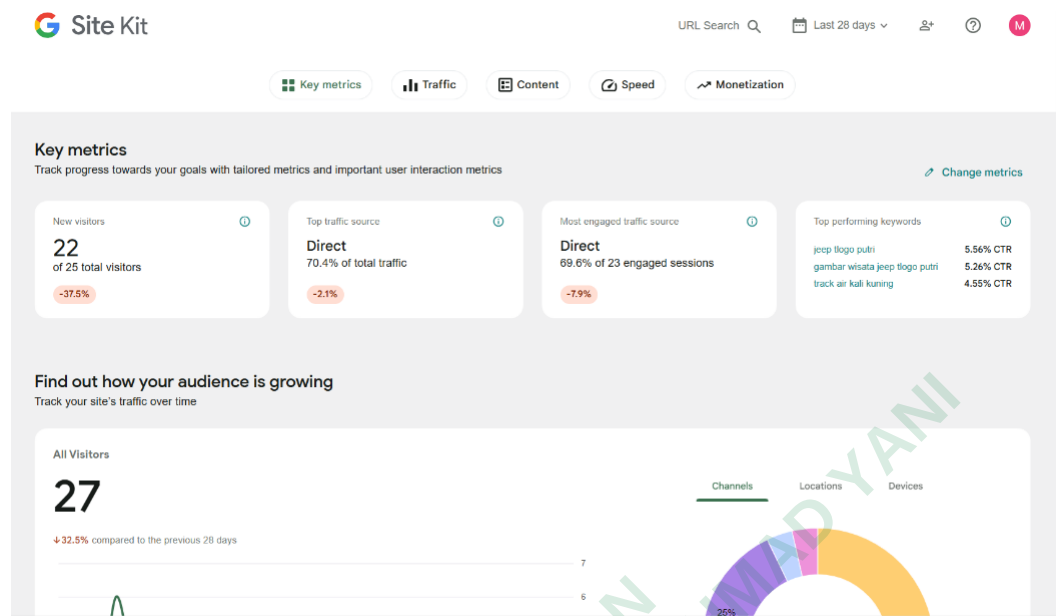
Dari sisi performa kata kunci, terdapat tiga kata kunci dengan *Click Through Rate (CTR)* tertinggi yaitu “jeep tlogo putri” (5,56%), “gambar wisata jeep tlogo

putri” (5,26%), dan “track air kali kuning” (4,55%). Ini menunjukkan bahwa pengunjung tertarik pada konten visual dan spesifik mengenai lokasi wisata jeep, yang bisa menjadi acuan dalam strategi penguatan SEO.

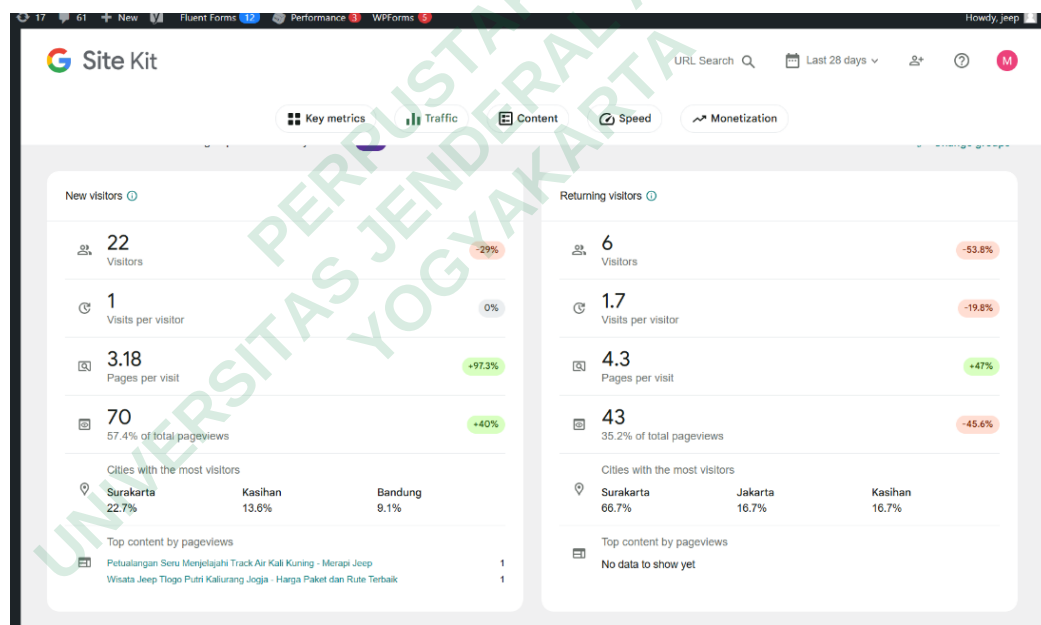
Perilaku pengunjung juga menunjukkan tren positif dalam keterlibatan. Rata-rata pengunjung baru melihat 3,18 halaman per kunjungan, meningkat sebesar 97,3%. Sementara pengunjung yang kembali rata-rata membuka 4,3 halaman per kunjungan, meningkat 47% dari sebelumnya. Total pageviews dari pengunjung baru mencapai 70 (57,4% dari total), sedangkan pengunjung kembali menyumbang 43 pageviews (35,2%).

Dari sisi geografis, pengunjung paling banyak berasal dari Surakarta, baik untuk pengunjung baru (22,7%) maupun pengunjung kembali (66,7%). Kota lain yang muncul antara lain Kasihan, Bandung, dan Jakarta. Sementara itu, konten yang paling banyak dilihat adalah artikel “Petualangan Seru Menjelajahi Track Air Kali Kuning” dan “Wisata Jeep Tlogo Putri Kaliurang Jogja – Harga Paket dan Rute Terbaik”. Sayangnya, belum ada data konten populer yang tercatat dari pengunjung yang Kembali dapat dilihat pada gambar 4.2 Google Site Kit 1-2.

Secara keseluruhan, meskipun terjadi penurunan dari sisi jumlah pengunjung, namun tingkat keterlibatan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung yang datang ke website cenderung tertarik dan menjelajahi lebih banyak halaman. Oleh karena itu, strategi ke depan sebaiknya difokuskan pada optimalisasi kata kunci yang sudah terbukti efektif, memperkuat konten visual dan informatif, serta meningkatkan sumber trafik organik agar visibilitas situs meningkat.



Gambar 4. 7 Google Site Kit Observasi 1



Gambar 4. 8 Google Site Kit Observasi 2

2. Pengamatan Google Search Console

Berdasarkan hasil pengamatan data dari Google Search Console pada periode 28 hari terakhir, situs web merapijeep.com tercatat memperoleh total 118 tayangan di hasil pencarian Google, namun belum berhasil menghasilkan klik sama sekali. Hal ini terlihat dari nilai CTR (*click-through rate*) rata-rata yang tercatat 0%.

Posisi rata-rata situs web di hasil pencarian adalah 15,3, yang artinya secara umum situs web berada di halaman kedua Google (posisi 11 hingga 20). Salah satu kueri atau kata kunci yang paling sering memunculkan situs web adalah “track air kali kuning”, dengan total 17 tayangan dan posisi rata-rata 8,5. Posisi ini sebenarnya cukup baik karena sudah berada di halaman pertama hasil pencarian, tetapi belum juga mendatangkan klik dari pengguna.

Tren grafik performa menunjukkan adanya fluktuasi baik dalam jumlah tayangan maupun posisi di hasil pencarian selama periode ini. Tayangan sempat meningkat di beberapa hari, namun tetap tidak ada konversi ke klik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun upaya SEO sudah mulai membuahkan hasil dalam hal visibilitas, elemen yang tampil di hasil pencarian seperti meta title dan meta description belum cukup menarik perhatian pengguna untuk mengklik. Secara keseluruhan, kondisi ini menjadi indikator penting bahwa situs web perlu diperkuat dalam hal optimasi elemen SEO *on-page*, terutama pada judul halaman, deskripsi meta, serta kualitas konten yang ditampilkan. Selain itu, penggunaan schema markup juga dapat dipertimbangkan agar tampilan di hasil pencarian lebih menonjol. Dengan perbaikan ini, diharapkan peluang mendapatkan klik dari tayangan yang sudah ada dapat meningkat secara signifikan.

4.3 Tahap Analisis Data (Pre Test)

Pada tahap ini, situs web dianalisis secara menyeluruh dengan memanfaatkan berbagai alat pendukung yang relevan dan sesuai dengan kebutuhannya. Berdasarkan data adanya penurunan performa pengunjung. Total pengunjung hanya mencapai 27, mengalami penurunan sebesar 32.5% dibandingkan dengan periode sebelumnya. Dari jumlah tersebut, 22 adalah pengunjung baru, yang berarti sekitar 88% dari total pengunjung merupakan pengguna yang belum pernah mengunjungi situs sebelumnya. Namun, angka ini juga menunjukkan penurunan signifikan sebesar 37.5%, menandakan menurunnya daya tarik website terhadap audiens baru.

Sumber utama lalu lintas (trafik) berasal dari akses langsung (Direct) yang menyumbang 70.4% dari total trafik, meskipun mengalami penurunan sebesar

2.1%. Selain itu, trafik dengan keterlibatan tertinggi juga berasal dari sumber yang sama (Direct), yaitu sebesar 69.6% dari 23 sesi keterlibatan, turun sebesar 7.9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna datang secara langsung tanpa melalui mesin pencari atau media sosial, dan tingkat keterlibatan mereka cenderung menurun.

Dalam hal performa kata kunci, tiga kata kunci dengan CTR (*Click Through Rate*) tertinggi adalah: "jeep tlogo putri" dengan CTR 5.56%, gambar wisata jeep tlogo putri" dengan CTR 5.26%, "track air kali kuning" dengan CTR 4.55%. Proses analisis data berdasarkan data dari Google Site Kit selama 28 hari terakhir, *website* merapijeep.com mengalami penurunan performa yang cukup signifikan. Jumlah total pengunjung hanya mencapai 27, menurun sebesar 32.5% dibandingkan periode sebelumnya. Dari jumlah tersebut, hanya 22 pengunjung yang merupakan pengguna baru, yang juga turun sebesar 37.5%. Hal ini mengindikasikan bahwa minat audiens baru terhadap *website* mulai menurun, yang dapat berdampak pada berkurangnya peluang pertumbuhan trafik ke depannya.

Sumber trafik utama berasal dari Direct Traffic sebesar 70.4%, yang juga mengalami penurunan sebesar 2.1%. Trafik dengan keterlibatan paling tinggi juga berasal dari direct source, yakni 69.6% dari total sesi keterlibatan, turun sebesar 7.9%. Ketergantungan yang terlalu besar pada trafik langsung menunjukkan bahwa *website* belum optimal dalam mendatangkan pengunjung dari sumber lain, seperti pencarian organik (Google Search), media sosial, maupun referral dari *website* lain. Ini menunjukkan bahwa potensi untuk memperluas jangkauan audiens secara digital masih belum dimaksimalkan.

Dari sisi performa kata kunci, terdapat tiga keyword dengan nilai CTR (*Click-Through Rate*) tertinggi, yaitu "jeep tlogo putri" dengan CTR sebesar 5.56%, diikuti oleh "gambar wisata jeep tlogo putri" dengan 5.26%, dan "track air kali kuning" sebesar 4.55%. CTR yang cukup tinggi ini mengindikasikan bahwa judul dan deskripsi halaman sudah cukup menarik di hasil pencarian. Namun, jumlah klik tetap rendah, kemungkinan disebabkan oleh volume pencarian yang kecil atau peringkat halaman yang belum berada di posisi atas.

Salah satu kekurangan utama dalam strategi SEO saat ini adalah tidak digunakannya *long tail keyword*. *Website* cenderung hanya menargetkan kata kunci pendek dan umum yang memiliki tingkat persaingan tinggi di mesin pencari. Akibatnya, halaman *website* sulit bersaing dengan situs-situs lain yang lebih otoritatif. *Long tail keyword* seperti "harga sewa jeep di tlogo putri untuk keluarga" atau "pengalaman offroad jeep merapi track air kali kuning" sebenarnya memiliki volume pencarian yang lebih kecil, tetapi persaingan rendah dan tingkat konversi lebih tinggi. Dengan menggunakan *long tail keyword*, *website* berpeluang besar menjangkau audiens yang lebih spesifik dan siap melakukan tindakan seperti pemesanan.

Secara keseluruhan, diperlukan optimalisasi dari sisi SEO, terutama dalam hal variasi kata kunci dan sumber trafik. Mengintegrasikan *long tail keyword* dalam konten artikel, judul, meta deskripsi, serta teks gambar akan membantu meningkatkan visibilitas *website* di hasil pencarian dan menarik lebih banyak pengunjung dengan niat kunjungan yang lebih tinggi. Selain itu, perlu ada upaya meningkatkan promosi eksternal agar tidak hanya bergantung pada kunjungan langsung semata.

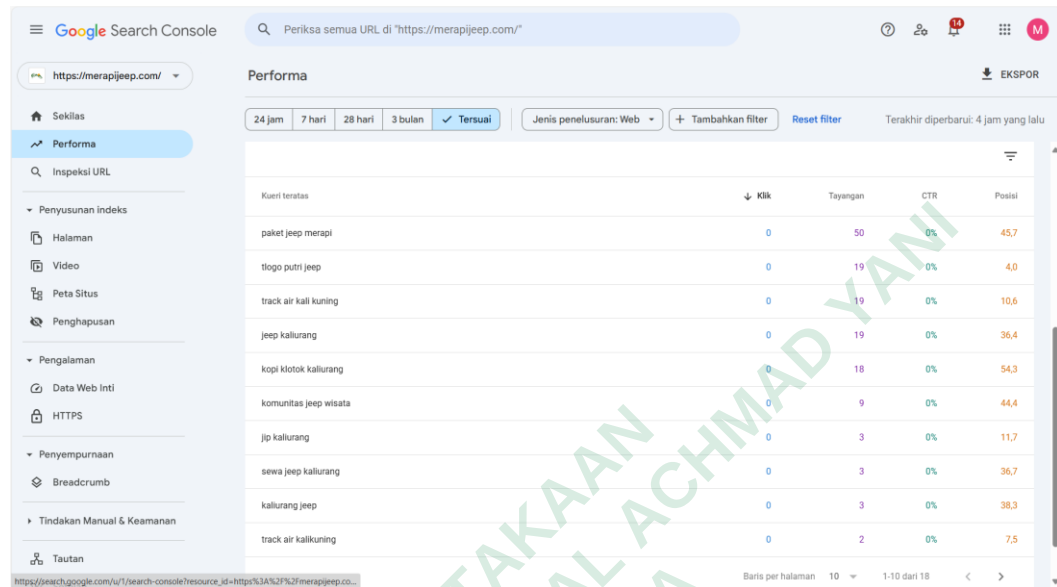
4.4 Tahap Analisis Kata Kunci

Dalam pelaksanaannya, analisis kata kunci terdiri dari beberapa tahapan yang dirancang untuk mendukung optimalisasi penggunaan kata kunci dalam upaya meningkatkan visibilitas situs web. Setiap tahapan dilakukan secara sistematis guna memperoleh kata kunci yang relevan dan sesuai dengan topik pembahasan serta algoritma mesin pencari. Adapun tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam mengoptimalkan analisis kata kunci dijabarkan sebagai berikut.

4.4.1 Identifikasi Topik

Identifikasi topik adalah proses menemukan, mengelompokkan, dan memahami tema utama dari sebuah kumpulan kata kunci, kalimat, atau informasi, agar kita bisa mengetahui inti bahasan yang ingin disampaikan atau ditargetkan. Dalam konteks SEO, *digital marketing*, atau penulisan. Menentukan fokus bahasan yang relevan dengan kebutuhan audiens atau target pencarian. Analisis kata kunci yang pernah berhasil diterapkan anatara lain dengan menggunakan kueri yang ada

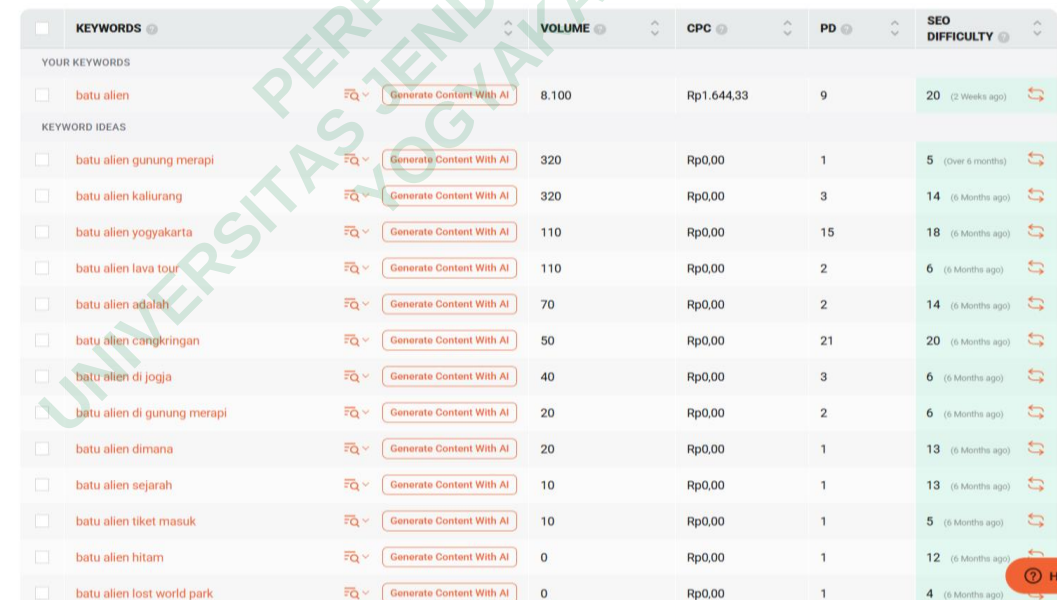
pada Google Console untuk menentukan kata kunci yang akan digunakan seperti pada Gambar 4.9, dan Gambar 4.10 menentukan kata kunci menggunakan *ubersugge*.



Google Search Console Performance report for <https://merapijeep.com/>. The report shows search queries, clicks, impressions, CTR, and position. The data is filtered by 'Tersuai' (Relevant) and 'Jenis penelusuran: Web' (Web search). The table shows 10 queries with their respective performance metrics.

Kueri teratas	Klik	Tayangan	CTR	Posisi
paket jeep merapi	0	50	0%	45,7
tlogo putri jeep	0	19	0%	4,0
track air kali kuning	0	19	0%	10,6
jeep kaliurang	0	19	0%	36,4
kopi klotok kaliurang	0	18	0%	54,3
komunitas jeep wisata	0	9	0%	44,4
jip kaliurang	0	3	0%	11,7
sewa jeep kaliurang	0	3	0%	36,7
kaliurang jeep	0	3	0%	38,3
track air kalikuning	0	2	0%	7,5

Gambar 4. 9 Google Console kueri 1



Ubersuggest Keyword Ideas for 'batu alien'. The table shows keyword ideas, volume, CPC, PD, and SEO difficulty. The data is filtered by 'Generate Content With AI'.

KEYWORDS	VOLUME	CPC	PD	SEO DIFFICULTY
batu alien	8.100	Rp1.644,33	9	20 (2 Weeks ago)
batu alien gunung merapi	320	Rp0,00	1	5 (Over 6 months)
batu alien kaliurang	320	Rp0,00	3	14 (6 Months ago)
batu alien yogyakarta	110	Rp0,00	15	18 (6 Months ago)
batu alien lava tour	110	Rp0,00	2	6 (6 Months ago)
batu alien adalah	70	Rp0,00	2	14 (6 Months ago)
batu alien cangkrikan	50	Rp0,00	21	20 (6 Months ago)
batu alien di jogja	40	Rp0,00	3	6 (6 Months ago)
batu alien di gunung merapi	20	Rp0,00	2	6 (6 Months ago)
batu alien dimana	20	Rp0,00	1	13 (6 Months ago)
batu alien sejarah	10	Rp0,00	1	13 (6 Months ago)
batu alien tiket masuk	10	Rp0,00	1	5 (6 Months ago)
batu alien hitam	0	Rp0,00	1	12 (6 Months ago)
batu alien lost world park	0	Rp0,00	1	4 (6 Months ago)

Gambar 4. 10 Keyword Kombinasi Ubersugge 1

Dengan adanya kata kunci turunan dari kueri yang telah di pilih dapat diidentifikasi beberapa kelompok topik utama berikut:

- Topik Utama: Wisata Alam & Edukasi di Lereng Merapi

Kata Kunci: Wisata Kaliurang , Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum, Batu Alien. Volume Pencarian:114.000 (Wisata Kaliurang), 134.000 (Jeep Tlogo Putri), 49.900 (Batu Alien). Tayangan & Posisi: Tayangan rendah (2–23), posisi bervariasi (9,4–49,5). Potensi Konten: Eksplorasi situs geologi (Batu Alien), Edukasi sejarah Merapi di museum, Aktivitas *outdoor* yang ramah keluarga. Strategi: Meningkatkan narasi informatif dengan pendekatan storytelling, penggunaan infografis lokasi, serta video pendek untuk media sosial.

b. Topik Utama: Wisata Petualangan Offroad Merapi

Kata Kunci: Offroad di Kaliurang, Jeep Tlogo Putri, Paket Jeep Merapi. Volume Pencarian: 110.000 (Offroad di Kaliurang), 259.000 (Harga Sewa Jeep Merapi). Tayangan & Posisi: Posisi sangat baik untuk Offroad di Kaliurang (posisi 3), Posisi buruk untuk Harga Sewa Jeep Merapi (45,2). Potensi Konten: Pengalaman offroad dari berbagai titik start (Tlogo Putri, Bunker Kaliadem), Review rute dan fasilitas jeep wisata, Perbandingan harga & tips memilih penyedia jeep. Strategi: Perlu optimalisasi artikel dan pembuatan konten pelengkap seperti simulasi rute, rekomendasi waktu terbaik, dan bundling paket wisata.

c. Topik Turunan: Harga & Paket Wisata Jeep Merapi

Kata Kunci: Harga Sewa Jeep Merapi, Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning. Volume Pencarian: 259.000 (Harga Sewa Jeep Merapi), (no volume terdata untuk track air, tapi tayangan tinggi). Tayangan & Posisi: Tayangan tinggi (51), namun posisi masih rendah (45,2). Potensi Konten: Daftar harga terkini, detail track, durasi perjalanan, Info booking online dan kontak komunitas jeep local

4.4.2 *Brainstorming* Kata Kunci

Proses *brainstorming* kata kunci merupakan tahapan krusial dalam strategi optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization/SEO*) yang bertujuan untuk mengidentifikasi frasa-frasa pencarian potensial yang digunakan oleh pengguna internet. Pada konteks ini, proses *brainstorming* dilakukan secara sistematis dengan

mengacu pada data tayangan (*impression*), posisi kata kunci di hasil pencarian Google (*search engine result page/SERP*), serta estimasi volume pencarian bulanan (*search volume*) yang diperoleh dari Google.

Data yang dianalisis mencakup enam kata kunci utama yang relevan dengan destinasi wisata berbasis petualangan di kawasan Kaliurang dan lereng Merapi, seperti “Batu Alien,” “Offroad di Kaliurang,” dan “Harga Sewa Jeep Merapi.” Masing-masing kata kunci telah dipasang dengan judul artikel yang mengandung unsur informatif dan menarik secara semantik. Berdasarkan hasil analisis:

- a. Kata kunci dengan volume pencarian tinggi, seperti *Harga Sewa Jeep Merapi* (259.000 pencarian) dan *Wisata Kaliurang* (114.000 pencarian), menunjukkan potensi besar untuk menjangkau audiens yang luas. Namun, posisi tampilannya masih berada di atas peringkat ke-40, yang mengindikasikan bahwa optimalisasi konten masih diperlukan, baik dari sisi teknis (kecepatan situs, struktur heading) maupun dari sisi konten (kelengkapan informasi, media visual, dan internal link).
- b. Kata kunci dengan posisi tinggi namun volume rendah, seperti “Offroad di Kaliurang” yang memiliki posisi ke-3 namun hanya 2 tayangan, menunjukkan relevansi yang baik terhadap kueri tertentu (Jeep Tlogo Putri). Ini menandakan bahwa meskipun pencarian bersifat spesifik (*long-tail keyword*), konten tersebut berhasil menjawab kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, konten serupa dapat diperbanyak untuk menangkap pasar niche yang loyal.
- c. Kata kunci yang memperoleh tayangan tinggi tetapi tidak tercatat volumenya dalam data Google, seperti “Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning”, mengindikasikan adanya potensi kata kunci turunan yang bersifat lokal atau baru berkembang, yang belum tercatat secara luas dalam basis data *keyword planner*, namun menunjukkan minat aktual pengguna.
- d. Kata kunci yang memiliki performa baik secara volume dan posisi, seperti “Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum”, memiliki posisi di bawah 10 besar dan volume cukup tinggi (134.000). Ini merupakan

indikator kuat bahwa konten dengan kombinasi informasi spesifik lokasi dan aktivitas wisata memiliki daya tarik besar dan perlu diperluas ke dalam format artikel tematik, galeri visual, dan testimoni wisatawan.

Dengan demikian, proses *brainstorming* yang dilakukan tidak hanya bersifat spekulatif, melainkan berbasis pada data kuantitatif yang konkret yang dapat dilihat table brainstorming. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan strategi konten yang tidak hanya menarik dari sisi narasi, namun juga selaras dengan pola pencarian pengguna dan algoritma mesin pencari. Hasilnya diharapkan mampu meningkatkan visibilitas situs web dalam jangka panjang serta mendukung konversi pengguna menjadi pengunjung aktual destinasi wisata. pola pencarian pengguna dan algoritma mesin pencari. Hasilnya diharapkan mampu meningkatkan visibilitas situs web dalam jangka panjang serta mendukung konversi pengguna menjadi pengunjung aktual destinasi wisata.

Tabel 4. 1 Brainstorming 1

No	Kata Kunci	Judul Artikel	Volume Google	Tayangan	Posisi SERP	Catatan Strategis
1	Batu Alien	Batu Alien Merapi: Misteri Batu Raksasa	49.900	2	49,5	Potensi besar, tapi posisi rendah. Perlu optimasi on-page & internal linking.
2	Offroad di Kaliurang	Offroad di Kaliurang: Petualangan Seru di Lereng Merapi	110.000	2	3	Posisi sangat bagus, tinggal pertahankan & perluas long-tail keyword.
3	Wisata Kaliurang	Jelajahi Wisata Kaliurang: Alam & Aktivitas Seru di Merapi	114.000	2	49,5	Volume besar, posisi lemah. Perlu audit SEO, bisa split jadi sub-topik artikel.

No	Kata Kunci	Judul Artikel	Volume Google	Tayangan	Posisi SERP	Catatan Strategis
4	Harga Sewa Jeep Merapi	Harga Sewa Merapi Jeep Tlogo Putri	259.000	51	45,2	Potensi tinggi, posisi rendah. Bisa buat konten interaktif (harga, review).
5	Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning	Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning di Merapi Jeep	259.000	51	45,2	Tidak ada volume di tabel, tapi banyak tayangan. Perlu dipertahankan & kembangkan.
6	Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum	Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum	134.000	23	9,4	Posisi bagus, volume bagus. Bisa diperluas dengan galeri, testimoni, itinerary.

4.4.3 Analisis Volume Pencari

Analisis terhadap volume pencarian menunjukkan bahwa topik seputar wisata Merapi, khususnya layanan jeep dan destinasi alam seperti Kaliurang serta Batu Alien, memiliki potensi besar dalam menarik perhatian pengguna internet. Kata kunci dengan volume tertinggi adalah “Harga Sewa Jeep Merapi” dengan estimasi 259.000 pencarian per bulan, menunjukkan bahwa calon wisatawan sangat memperhatikan aspek biaya sebelum melakukan perjalanan. Disusul oleh “Wisata Kaliurang” (114.000) dan “Offroad di Kaliurang” (110.000), yang mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap aktivitas wisata alam dan petualangan di kawasan lereng Merapi. Di sisi lain, kata kunci seperti “Batu Alien” (49.900) dan “Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum” (134.000) juga memiliki volume yang signifikan, meskipun bersifat lebih spesifik. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk menyajikan konten yang tidak hanya bersifat komersial, tetapi juga edukatif dan naratif. Dengan demikian, strategi konten yang efektif sebaiknya mencakup kombinasi antara informasi harga, panduan aktivitas, serta

nilai sejarah dan budaya dari destinasi yang ditawarkan untuk table dapat dilihat pada table 4.4 kata kunci .

a. Harga Sewa Jeep Merapi

Volume: 259.000 pencarian/bulan Makna: Fokus utama calon wisatawan adalah informasi harga. Rekomendasi: Sediakan daftar harga terbaru, opsi paket, dan simulasi biaya.

b. Wisata Kaliurang

Volume: 114.000 pencarian/bulan Makna: Topik umum, bernuansa informasional. Rekomendasi: Buat artikel pilar yang memuat tempat wisata, rute, dan aktivitas.

c. Offroad di Kaliurang

Volume: 110.000 pencarian/bulan Makna: Menarik untuk pencinta petualangan, pencarian bersifat niche. Rekomendasi: Tulis konten bertema pengalaman jeep tour dan keamanan offroad.

d. Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum

Volume: 134.000 pencarian/bulan

Makna: Pengguna mencari pengalaman wisata spesifik dan kombinasi lokasi. Rekomendasi: Buat konten long-tail dan itinerary track Tlogo Putri –Museum.

e. Batu Alien

Volume: 49.900 pencarian/bulan Makna: Destinasi ikonik yang mulai dikenal luas. Rekomendasi: Sajikan sejarah, keunikan geologis, dan akses lokasi.

Tabel 4. 2 volume pencarian 1

Keyword	Volume Google
Batu Alien	49.900
Offroad di Kaliurang	110.000
Wisata Kaliurang	290.000
Harga Sewa Jeep Merapi	114.000
Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning	259.000
Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum	134.000

4.4.4 Analisis Tingkat kesulitan

Tingkat kesulitan kata kunci SEO dapat dianalisis dari tiga metrik utama: volume pencarian, tayangan, dan posisi SERP. Volume menunjukkan seberapa banyak kata kunci dicari, tayangan mencerminkan seberapa sering artikel muncul di hasil pencarian, dan posisi SERP menunjukkan peringkat artikel di Google seperti pada table 4.4 analisis Tingkat kesulitan. Berdasarkan ketiganya, tingkat kesulitan dibagi menjadi tiga: Tinggi: volume besar, posisi di atas 20 (persaingan ketat). Sedang: posisi antara 10–30 (masih bisa ditingkatkan). Rendah: posisi 1–10 (sudah di halaman pertama, peluang besar). Analisis ini membantu menentukan prioritas optimasi SEO yang paling efektif.

Tabel 4. 3 analisis Tingkat kesulitan 1

No	Kata Kunci	Volume Google	Posisi SERP	Tayangan	Tingkat Kesulitan	Alasan
1	Batu Alien	49.900	49,5	2	Tinggi	Volume sedang, posisi jauh dari halaman 1
2	Offroad di Kaliurang	110.000	3	2	Rendah	Volume tinggi, tapi sudah ada di posisi 3
3	Wisata Kaliurang	114.000	49,5	2	Tinggi	Volume tinggi, posisi masih sangat jauh
4	Harga Sewa Jeep Merapi	259.000	45,2	51	Tinggi	Volume sangat tinggi, tetapi posisi masih di luar halaman 4
5	Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning	259.000	45,2	51	Tinggi	Sama seperti poin 4, persaingan berat

6	Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum	134.000	9,4	23	Sedang	Volume tinggi, posisi mulai masuk ke halaman 1–2
---	--	---------	-----	----	--------	--

4.4.5 Analisis Jenis Kata Kunci

Secara umum, jenis kata kunci dalam SEO diklasifikasikan berdasarkan dapat dilihat pada table 4.4 jenis kata kunci:

a. Panjang Frasa (Panjang Kata Kunci)

Short-tail: kata kunci pendek dan umum (1–2 kata). *Long-tail*: frasa panjang (3+ kata), sangat spesifik.

b. Tujuan Pencarian (*Search Intent*)

Informasional, Navigasional, Komersial/Transaksional, Spesifik Kombinatif

Tabel 4.4 jenis kata kunci 1

No	Kata Kunci	Panjang Kata Kunci	Jenis Kata Kunci (Tail)	Tujuan Pencarian	Catatan Strategis
1	Harga Sewa Jeep Merapi	4 kata	Short-tail	Komersial/Transaksional	Fokus konversi, cocok untuk landing page & halaman produk
2	Wisata Kaliurang	2 kata	Short-tail	Informasional	Butuh artikel pilar + banyak tautan internal
3	Offroad di Kaliurang	3 kata	Long-tail	Informasional-Komersial	Cocok untuk blog + review + video aktivitas
4	Jeep Tlogo Putri track air	8 kata	Long-tail	Spesifik Kombinatif	Cocok untuk artikel blog itinerary yang sangat rinci
5	Batu Alien	2 kata	Short-tail	Navigasional/Informasional	Cocok untuk konten sejarah dan panduan kunjungan

6	Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning	6 kata	Long-tail	Navigasional/ Informasional	Cocok untuk konten sejarah dan panduan kunjungan
---	---	--------	-----------	-----------------------------	--

4.4.6 Analisis Pesaing

Berdasarkan analisis pesaing dari enam kata kunci yang berkaitan dengan wisata Jeep Merapi dan kawasan Kaliurang, dapat disimpulkan bahwa tingkat persaingan bervariasi tergantung pada jenis dan spesifikasi kata kunci. Kata kunci umum seperti “Wisata Kaliurang” dan “Offroad di Kaliurang” memiliki volume pencarian yang tinggi dan dikuasai oleh situs besar seperti portal berita, marketplace wisata, dan blog nasional. Sementara itu, kata kunci yang lebih spesifik seperti “Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum” atau “Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning” memiliki persaingan yang lebih rendah namun dengan potensi konversi yang tinggi, karena menyasar pengguna yang siap melakukan pemesanan atau mencari informasi detail dapat dilihat pada Table 4.4 analisis pesaing.

Tabel 4. 4 analisis pesaing 1

No	Keyword	Volume Pencarian	Jenis Keyword	Persaingan SEO	Pesaing Utama
1	Batu Alien	49.900	Informasional	Sedang	Blog wisata, media lokal, agen jeep
2	Offroad di Kaliurang	110.000	Transaksional & navigasional	Tinggi	Agen jeep, marketplace wisata, blog wisata
3	Wisata Kaliurang	290.000	Umum / Informasional	Sangat Tinggi	Media nasional, situs pariwisata, travel blog besar
4	Harga Sewa Jeep Merapi	114.000	Komersial / Transaksional	Tinggi	Agen jeep, blog review wisata

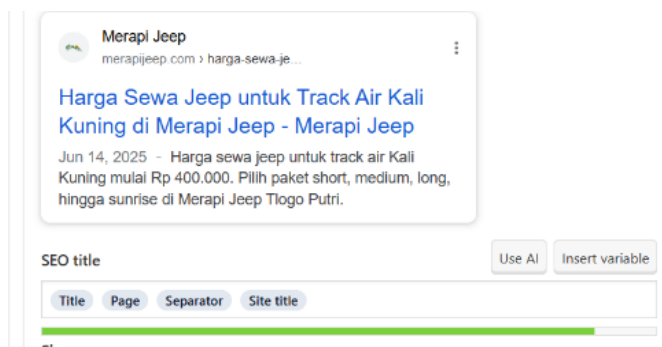
5	Harga Sewa Jeep untuk Track Air	259.000	Spesifik / Transaksional	Sedang Tinggi	-	Agen jeep spesialis track air
6	Jeep Tlogo Putri track air Batu Alien dan Museum	134.000	Kombinasi info & transaksi	Sedang		Agen jeep dengan rute lengkap

4.5 Tahap Optimasi

Setelah tahap analisis kata kunci selesai dilakukan dengan menggunakan enam kata kunci utama yang relevan terhadap layanan wisata Jeep di kawasan Merapi, maka proses selanjutnya adalah tahap implementasi optimasi konten pada artikel di situs web merapijeep.com. Periode pelaksanaan optimasi ini direncanakan berlangsung mulai tanggal 1 Juni hingga 23 Juni, dengan tujuan untuk menguji efektivitas kata kunci yang telah dianalisis terhadap performa visibilitas organik situs web di mesin pencari, khususnya Google. Tahapan ini mencakup penulisan artikel berbasis SEO yang berpedoman pada kaidah penempatan kata kunci secara strategis, pembuatan struktur konten yang ramah pembaca dan mesin pencari, contoh optimasi seo pada salah satu kata kunci yaitu “Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning” *Title Tag* yang dilakukan dengan memasukkan kata kunci “Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning” dalam *Title Tag*.

1. Optimasi *Title Tag*.

Pengoptimalan title tag dilakukan dengan menyisipkan kata kunci utama pada elemen *title* di setiap halaman situs web. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas halaman pada mesin pencari serta memastikan keterkaitan antara konten dan kata kunci yang ditargetkan. Proses ini dievaluasi menggunakan alat bantu analisis SEO seperti Yoast SEO, yang menilai keberadaan dan penempatan kata kunci dalam *title tag* sebagai indikator kelayakan SEO halaman. Dengan demikian, pengoptimalan title tag dijadikan sebagai salah satu teknik dalam pendekatan *on-page SEO* untuk mendukung peningkatan peringkat halaman di hasil pencarian organik dapat dilihat dari gambar 4.11 Optimasi *Title Tag*.



Gambar 4.11 Optimasi Title Tag. 1

2. Optimasi *Meta* Deskripsi

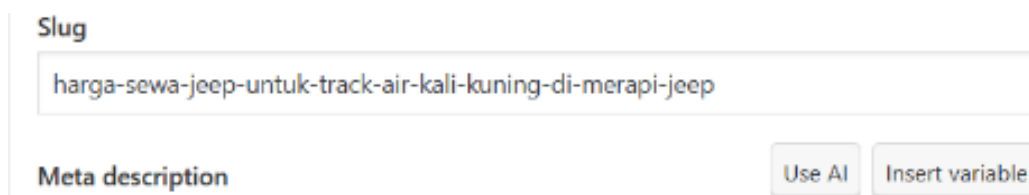
Optimasi *Meta* Deskripsi menggunakan kata kunci yang telah dianalisis memberikan ringkasan menarik dan relevan tentang konten halaman, dengan nilai optimal dari Yoast SEO yang menandai bahwa meta dioptimalkan dengan baik dan memenuhi kriteria SEO serta relevansi dengan kata kunci yang ditargetkan seperti gambar 4.11 Optimasi *Meta* Deskripsi.



Gambar 4. 11 Optimasi Meta Deskripsi 1

3. Optimasi URL Slug

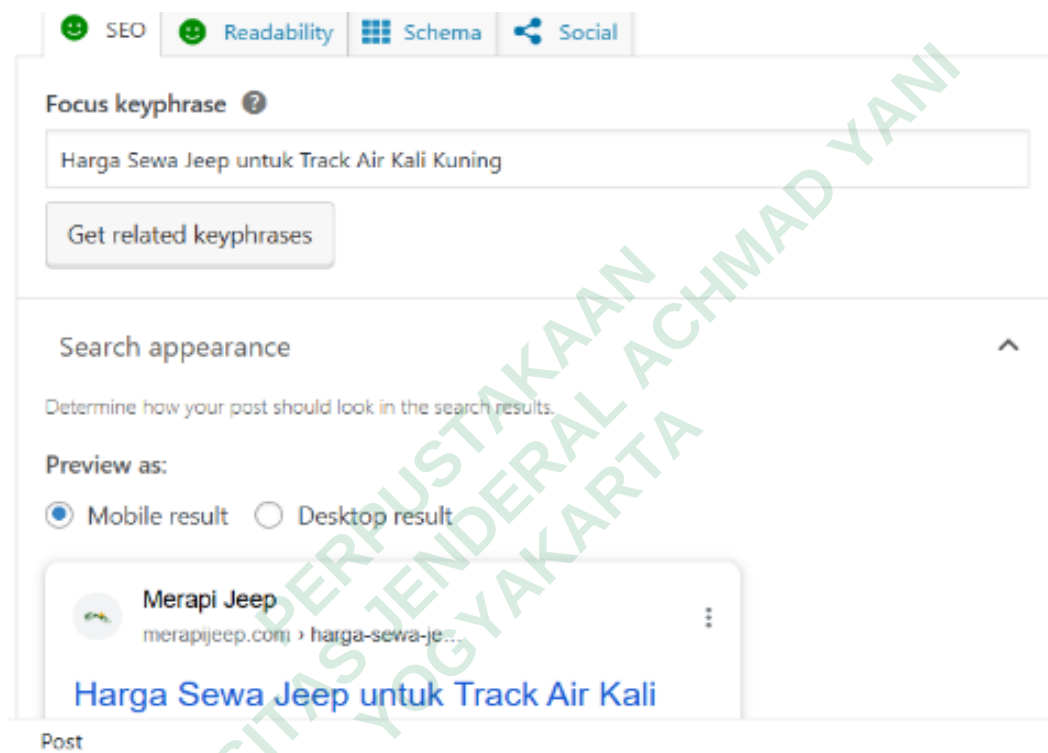
Optimasi URL slug dengan menggunakan unsur kata kunci “Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning” yang telah dianalisis seperti contoh pada gambar 4.12 Optimasi Slug.



Gambar 4. 12 Optimasi Slug 1

4. Optimasi Isi Konten

Optimasi isi konten dengan menggunakan unsur kata kunci “Harga Sewa Jeep untuk Track Air Kali Kuning” yang telah dianalisis, selanjutnya untuk meningkatkan optimasi konten menggunakan tag heading agar konten lebih mudah dikenali oleh mesin pencari dan lebih menarik dibaca oleh pengguna seperti contoh pada gambar pada Gambar 4.13 dan Gambar 4.14 Optimasi Isi konten.



Gambar 4. 13 Optimasi Isi Konten 1



Gambar 4. 14 Optimasi Isi Konten 2

5. Optimasi link

pada penelitian kali ini, artikel yang dioptimasi hanya menggunakan internal link yang bisa menuju ke halaman lain yang ada di situs web <https://merapijeep.com/> juga hal ini bisa meningkatkan kunjungan pada setiap halaman yang ada di situs web, seperti pada Gambar 4.5 Optimasi link 1.



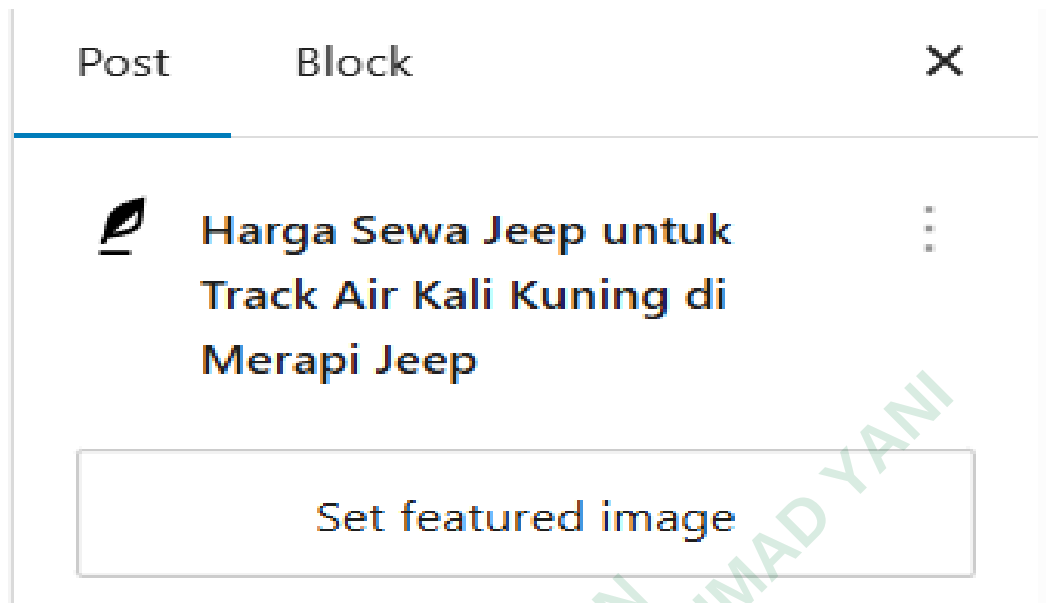
Tips Memilih Paket

1. **Durasi & rute:** Short cukup untuk pengalaman singkat (1–1,5 jam), Medium & Long cocok untuk eksplorasi penuh (+ edukasi sejarah). Sunrise adalah pilihan saat matahari terbit.
2. **Jumlah peserta:** Biasanya Jeep maksimal diisi 4–5 orang—jadi harga per Jeep akan lebih ringan jika dibagi ramai-ramai.
3. **Fasilitas tambahan:** Pastikan apakah helm, asuransi, dokumentasi foto, dan transportasi pulang-pergi sudah termasuk.
4. **Reservasi:** Karena Merapi Jeep Tlogo Putri tidak mencantumkan harga online, silakan hubungi via WA/call di 0851-7423-2247 atau email merapijeep01@gmail.com
tourmerapi.id+1wisatahappy.com+1merapijeep.com+7merapijeep.com+7merapijeep.com+7.

Gambar 4. 15 Optimasi Link 1

6. Optimasi gambar

Otimasi gambar yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan menambahkan Alternatif Teks pada gambar agar saat pengguna mencari informasi mengenai kata kunci seperti yang di tunjukan Gambar 4.16 Optimasi gambar.

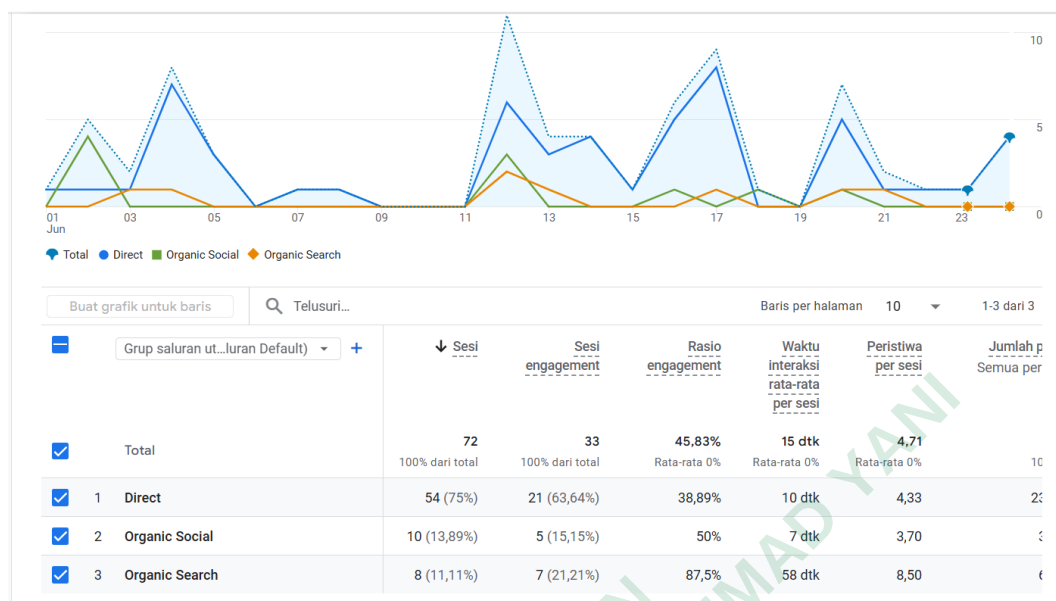


Gambar 4. 16 Optimasi Gambar 1

4.6 Tahap Pengukuran

4.6.1 Hasil Pengukuran Trafik

Tahap pengujian adalah tahap evaluasi akhir yang dilakukan setelah proses optimasi, evaluasi ini dilakukan pada situs situs web merapijeep.com yang telah dioptimalkan, dengan tujuan untuk mengukur hasil akhir dari peningkatan trafik pengukuran dilakukan antara tanggal 01 juni hingga 24 juni 2025 dengan menggunakan Google Analytics seperti gambar pada Gambar 4. 17 Google Analytics 01/06/25.



Gambar 4. 17 Google Analytics 01/06/25 1

Berdasarkan data yang diambil dari *Google Analytics*, peningkatan trafik mulai terlihat setelah dilakukan pembaruan konten yang telah dioptimalkan. Perbandingan data menunjukkan adanya kenaikan trafik sebesar 34,6% jika dibandingkan dengan data terakhir sebelum pembaruan, yaitu pada tanggal 22 Januari 2025.

Kenaikan ini tercermin dari peningkatan jumlah sesi dan interaksi pengguna yang signifikan setelah artikel diperbarui. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pengoptimalan konten, khususnya dengan memasukkan kata kunci utama pada *title tag* serta memperbarui isi artikel, berhasil meningkatkan visibilitas halaman di mesin pencari seperti pada Table 4. 5 Perbandingan.

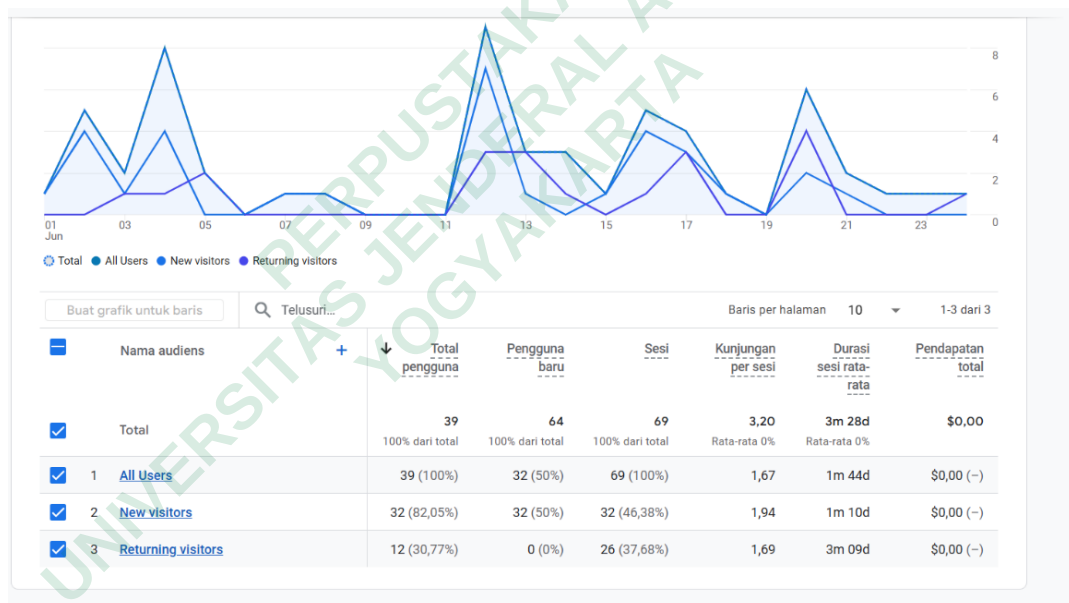
Tabel 4. 5 Perbandingan 1

Sumber Trafik	Jan-Feb 2025	Jun-25	Kenaikan / Penurunan
Total Sesi	52	70	↑ +18 sesi (+34,6%)
Direct	36 (69,23%)	52 (74,29%)	↑ +16 sesi (+44,4%)
Organic Search	11 (21,15%)	8 (11,43%)	↓ -3 sesi (-27,3%)

Sumber Trafik	Jan-Feb 2025	Jun-25	Kenaikan / Penurunan
Organic Social	3 (5,77%)	10 (14,29%)	↑ +7 sesi (+233%)
Unassigned	1 (1,92%)	1 (1,43%)	→ Stabil (sama)

4.6.2 Hasil Pengukuran Visitor

Pengukuran *visitor* dilakukan untuk mengetahui efektivitas optimasi situs web dalam menarik dan mempertahankan pengunjung, dengan membandingkan antara pengunjung baru (*new visitors*) dan pengunjung lama (*returning visitors*). Data diperoleh melalui laporan audiens pada Google Analytics, yang merekam perilaku pengguna berdasarkan status kunjungan seperti gambar 4. 18 visitor 01/06/25.



Gambar 4. 18 visitor 01/06/25 1

Dapat dilihat dari data pada gambar diatas bahwa kenaikan visitor naik setelah dilakukannya optimasi pada situs web sebanyak 14,31% dari bulan januari.

Tabel 4. 6 Grafik Kenaikan dan Penurunan Pengunjung Website

Bulan	Total Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	Kunjungan/Sesi	Durasi Rata-rata	Returning Visitors
Jan	27	21	48	2,69	3m 20d	-
Feb	27	21	42	3,38	6m 40d	9 (33%)
Mar	31	27	58	3,07	7m 19d	12 (39%)
Apr	38	31	79	2,28	3m 24d	13 (34%)
Mei	39	37	48	2,52	2m 38d	6 (15%)
Jun (s.d. 24)	39	32	69	3,2	3m 28d	12 (31%)

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Optimasi dan Analisis Kata Kunci terhadap Artikel Situs web

Berdasarkan hasil yang diperoleh selama proses penelitian, dapat disimpulkan bahwa optimasi SEO dan analisis kata kunci memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja artikel pada situs web. Pengoptimalan dilakukan dengan menyisipkan kata kunci utama pada elemen-elemen penting seperti *title tag*, meta deskripsi, serta isi artikel. Tujuan dari langkah ini adalah untuk meningkatkan visibilitas artikel di mesin pencari dan mempermudah pengguna dalam menemukan konten yang relevan dengan kebutuhan mereka.

Dalam penelitian ini, dilakukan perbandingan antara efektivitas penggunaan kata kunci *short-tail* dan *long-tail*. Kata kunci *short-tail* adalah kata kunci yang terdiri dari satu hingga dua kata, bersifat umum, dan memiliki volume pencarian tinggi, contohnya seperti “jeep Merapi” atau “wisata Kaliurang”. Kata kunci jenis ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas, namun persaingannya relatif tinggi, sehingga kemungkinan muncul di peringkat atas mesin pencari lebih menantang tanpa dukungan optimasi yang kuat.

Sementara itu, kata kunci *long-tail* terdiri dari tiga kata atau lebih, dan bersifat lebih spesifik, misalnya “harga sewa jeep Merapi Tlogo Putri” atau “rute offroad jeep Kaliurang Jogja”. Kata kunci ini memiliki volume pencarian yang

lebih rendah, tetapi tingkat konversi dan relevansi terhadap kebutuhan pengguna cenderung lebih tinggi. Berdasarkan hasil analisis trafik, penggunaan kata kunci *long-tail* cenderung menghasilkan engagement rate dan waktu interaksi yang lebih tinggi dibandingkan *short-tail* karena pencarian yang dilakukan lebih terfokus dan sesuai dengan konten artikel.

Dengan demikian, integrasi antara kata kunci *short-tail* dan *long-tail* secara strategis terbukti memberikan dampak yang positif terhadap keterlihatan artikel di mesin pencari. Kombinasi keduanya memungkinkan situs menjangkau audiens luas sekaligus memenuhi kebutuhan informasi yang lebih spesifik, sehingga mendukung peningkatan trafik dan kualitas kunjungan secara keseluruhan.

4.7.2 Dampak Optimasi terhadap Trafik Situs web

Setelah dilaksanakan proses optimasi konten, terjadi peningkatan trafik pada situs web, meskipun dalam skala yang masih terbatas. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi optimasi yang diterapkan, meski bersifat dasar, mampu memberikan dampak positif terhadap keterlibatan pengguna dan jumlah kunjungan. Peningkatan trafik juga didukung oleh data Google Analytics yang menunjukkan pertumbuhan jumlah sesi dan interaksi pengguna pasca optimasi dilakukan. Dapat dilihat pada Table Trafik Situs Web juni.

Tabel 4. 7 Trafik Situs Web juni 1

Halaman/Artikel	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan/Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
/	39	23	1,7	16 detik	128	38,67%
/paket-jeep/	39	12	3,25	28 detik	89	26,89%
/blog-2/	8	6	1,33	11 detik	24	7,25%
/batu-alien-merapi-misteri-batu-raksasa/	6	6	1	1 detik	19	5,74%
/about-us/	5	5	1	13 detik	18	5,44%
/quis-lipsum-suspendisse-ultrices-gravidam-dictum-fusceTerima	5	2	2,5	17 detik	17	5,14%
/blog/	3	2	1,5	28 detik	8	2,42%
/contact/	2	1	2	6 detik	4	1,21%

Halaman/Artikel	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan/Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
/harga-sewa-merapi-jeep-tlogo-putri/	2	1	2	16 detik	4	1,21%
/odio-utsem-nulla-pharetra-diam-sitametnisi-elementum/	2	1	2	3 detik	4	1,21%

Dari tabel yang disajikan, dapat terlihat bahwa baik kata kunci *short-tail* maupun *long-tail* sama-sama memiliki pengaruh terhadap performa sebuah situs web. Keduanya menunjukkan kontribusi yang positif dalam meningkatkan visibilitas artikel di mesin pencari serta menarik trafik ke dalam situs. Penggunaan *short-tail* efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, sementara *long-tail* terbukti lebih spesifik dalam menargetkan pengguna dengan intensi pencarian yang lebih jelas.

Untuk mendukung temuan ini, data lebih lengkap mengenai dua artikel yang telah dioptimasi akan dilampirkan Table per-3 hari dari tanggal 1 Juni sampai pada tanggal 24 Juni 2025. Data tersebut menunjukkan bagaimana penerapan kedua jenis kata kunci secara strategis berpengaruh terhadap peningkatan jumlah sesi, keterlibatan pengguna (*engagement*), serta waktu interaksi pada halaman yang dioptimalkan.

Tabel 4. 8 Akuisisi Trafik Tanggal 01-03 juni

No	URL Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata per Pengguna Aktif	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/paket-jeep/	1	1 (14,29%)	1	54 detik	3	9,09%
2	/	4	3 (42,86%)	1,33	17 detik	12	36,36%
3	/about-us/	1	1 (14,29%)	1	12 detik	5	15,15%
4	/batu-alien-merapi-misteri-batu-raksasa/	4	4 (57,14%)	1	1 detik	13	39,39%
	Total	10	7 (100%)	1,43	17 detik	33	100%

Tabel 4. 9 Akuisisi Trafik Tanggal 04-06 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/blog/	3	2	1,5	28 detik	8	11,76%
2	/about-us/	1	1	1	15 detik	4	5,88%
3	/paket-jeep/	4	3	1,33	15 detik	11	16,18%
4	/	13	7	1,86	12 detik	43	63,24%
5	/blog-2/	1	1	1	2 detik	2	2,94%
	Total	22	7	3,14 (rata-rata)	29 detik (total)	68	100%

Tabel 4. 10 Akuisisi Trafik Tanggal 07-09 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/	1	1	1	0 detik	3	50%
2	/blog-2/	1	1	1	0 detik	3	50%
	Total	2	2	1,00 (rata-rata)	0 detik	6	100%

Tabel 4. 11 Akuisisi Trafik Tanggal 10-12 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/	6	5	1,2	32 detik	21	26,58%
2	/quis-lipsum-suspendisse-ultrices-gravida-dictum-fusceTerima	5	2	2,5	17 detik	17	21,52%
3	/blog-2/	4	3	1,33	15 detik	12	15,19%
4	/paket-jeep/	7	3	2,33	8 detik	12	15,19%
5	/about-us/	1	1	1	3 detik	2	2,53%

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
6	/fringilla-estullamcorper-ogetnulla-atrisus-viverra-adipiscing/	1	1	1	3 detik	2	2,53%
7	/odio-utsemm-nulla-phaetra-diam-sitametnisi-elementum/	2	1	2	3 detik	4	5,06%
8	/quis-lipsum-suspendisse-ultrices-gravidadictum-fusce/	1	1	1	1 detik	3	3,80%
9	/batu-alien-merapi-misteri-baturaksasa/	2	2	1	0 detik	6	7,59%
	Total	29	9	3,22 (rata-rata)	30 detik (total)	79	100%

Tabel 4. 12 Akuisisi Trafik Tanggal 13-15 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/paket-jeep/	4	3	1,33	36 detik	10	40%
2	/	5	3	1,67	1 detik	15	60%
	Total	9	5	1,80 (rata-rata)	22 detik (rata-rata)	25	100%

Tabel 4. 13 Akuisisi Trafik Tanggal 16-18 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/paket-jeep/	12	5	2,4	17 detik	30	51,72%
2	/keindahan-kali-talang-pesona-alam-dikaki-gunung-merapi/	1	1	1	8 detik	2	3,45%

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
3	/contact/	2	1	2	6 detik	4	6,90%
4	/	6	6	1	4 detik	22	37,93%
	Total	21	9	2,33 (rata-rata)	14 detik (rata-rata)	58	100%

Tabel 4. 14 Akuisisi Trafik Tanggal 19-21 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/tag/jeep-kaliurang/	1	1	1	1m 15d (75 detik)	5	10%
2	/wisata-jeep-tlogo-putri-kaliurang-jogja/	1	1	1	1m 03d (63 detik)	4	8%
3	/about-us/	2	2	1	19 detik	7	14%
4	/harga-sewa-merapi-jeep-tlogo-putri/	2	1	2	16 detik	4	8%
5	/	3	3	1	10 detik	9	18%
6	/blog-2/	2	2	1	10 detik	7	14%
7	/paket-jeep/	7	2	3,5	7 detik	14	28%
	Total	18	6	3,00 (rata-rata)	43 detik (rata-rata)	50	100%

Tabel 4. 15 Akuisisi Trafik Tanggal 21-24 juni

No	Halaman	Tampilan	Pengguna Aktif	Tayangan per Pengguna Aktif	Waktu Engagement Rata-rata	Jumlah Peristiwa	Persentase Peristiwa
1	/	2	2	1	4 detik	7	35%
2	/about-us/	1	1	1	1 detik	4	20%
3	/paket-jeep/	4	1	4	1 detik	9	45%
	Total	7	2	3,50 (rata-rata)	5 detik (rata-rata)	20	100%

4.7.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penggunaan *platform WordPress* dengan struktur blog organik menyebabkan artikel yang telah dibuat tidak muncul langsung di halaman utama situs web. Hal ini membatasi aksesibilitas artikel dan dapat memengaruhi performa kunjungan secara keseluruhan, terutama dari pengunjung yang mengakses halaman utama.

Kedua, keterbatasan juga ditemukan pada alat bantu analisis kata kunci, seperti *Ubersuggest* yang digunakan dalam versi gratis. Pembatasan fitur tersebut mengurangi kedalaman analisis dalam proses pemilihan kata kunci yang lebih akurat dan kompetitif. Oleh karena itu, hasil optimasi dapat dikatakan belum maksimal jika dibandingkan dengan pemanfaatan alat berbayar yang lebih lengkap.