



Optimizing the Raden Wijaya State STAB Website with Search Engine Optimization to Increase the Number of New Students

Optimalisasi Website STAB Negeri Raden Wijaya dengan Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru

Adi Nugroho Susanto Putro

STAB Negeri Raden Wijaya Wonogiri, Indonesia

E-Mail: adinug@radenwijaya.ac.id

Received Oct 12th 2023; Revised Dec 05th 2023; Accepted Jan 6th 2024
Corresponding Author: Adi Nugroho Susanto Putro

Abstract

STAB Negeri Raden Wijaya is a State University which is under the Ministry of Religion. Initially, this college only had Buddhist Study Programs, namely the Buddhist Religious Education Study Program, the Buddhist Extension Study Program, and the Buddhist Preacher Study Program. In 2019, STAB Negeri Raden Wijaya established a General Study Program, namely the PGSD Study Program, Communication Science Study Program, and Tourism Study Program. Geographically, the location of the STAB Negeri Raden Wijaya campus is less strategic because it is located on the outskirts of Wonogiri city. This condition means that many people are not familiar with the STAB Negeri Raden Wijaya Wonogiri campus. There are two main problems that arise from this geographical condition, namely: 1) Not all people are familiar with STAB Negeri Raden Wijaya, 2) Most people think that the STAB Negeri Raden Wijaya campus only has a Buddhist Study Program. This condition certainly has a big influence on the time of accepting new students. This research carried out Optimization of the Raden Wijaya State STAB Website with Search Engine Optimization to increase the number of New Students. The methods used in this research are On-page Optimization and Off-page Optimization. The research results show that after the University implemented Website Optimization with Search Engine Optimization, there was an increase in new students by 75 students.

Keyword: New Student Admissions, Off-page Optimization, On-page Optimization, Organic Search, Search Engine Optimization

Abstrak

STAB Negeri Raden Wijaya merupakan Perguruan Tinggi Negeri yang berada dibawah Kementerian Agama. Awalnya Perguruan Tinggi ini hanya ada Program Studi Buddha yaitu Program Studi Pendidikan Keagamaan Buddha, Program Studi Kepenyuluhan Buddha, dan Program Studi Kepanditaan Buddha. Pada tahun 2019 STAB Negeri Raden Wijaya mendirikan Program Studi Umum yaitu Program Studi PGSD, Program Studi Ilmu Komunikasi, Program Studi Pariwisata. Secara Geografis, letak kampus STAB Negeri Raden Wijaya kurang strategis karena terletak di pinggiran kota Wonogiri. Kondisi ini mengakibatkan banyak Masyarakat yang tidak mengenal kampus STAB Negeri Raden Wijaya Wonogiri. Ada dua pokok permasalahan yang muncul dari kondisi geografis ini yaitu: 1) Tidak semua Masyarakat mengenal STAB Negeri Raden Wijaya, 2) Sebagian besar Masyarakat mengira bahwa kampus STAB Negeri Raden Wijaya hanya ada Program Studi Agama Buddha. Kondisi ini tentu sangat berpengaruh pada saat penerimaan mahasiswa baru. Penelitian ini melakukan Optimalisasi Website STAB Negeri Raden Wijaya dengan *Search Engine Optimization* untuk meningkatkan jumlah Mahasiswa Baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *On-page Optimization* dan *Off-page Optimization*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah Perguruan Tinggi menerapkan Optimalisasi Website dengan *Search Engine Optimization*, terjadi kenaikan mahasiswa baru sebanyak 75 mahasiswa.

Kata Kunci: Optimasi Mesin Pencari, Optimasi *Off-page*, Optimasi *On-page*, Pencarian Organik, Penerimaan Mahasiswa Baru

1. PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi Agama Buddha Negeri di Indonesia hanya ada dua yaitu Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Sriwijaya Tangerang dan Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri. Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya memiliki tujuh Program Studi yaitu Program Studi

Pendidikan Keagamaan Buddha (Terakreditasi Unggul), Program Studi Kepenyuluhan Buddha (Terakreditasi A), Program Studi Kepanditaan Buddha (Terakreditasi Baik), Program Studi Ilmu Komunikasi (Terakreditasi Baik), Program Studi PGSD (Terakreditasi Baik), Prodi Pariwisata (Terakreditasi Baik), dan Program Studi PPG (Sedang Proses Akreditasi).

Dilihat dari letak geografis, Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya terletak di pinggiran kota Wonogiri. Lokasi kampus ini tidak berada di pinggir jalan raya, tetapi masuk di perkampungan penduduk. Kondisi ini mengakibatkan tidak semua penduduk Wonogiri mengenal kampus Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya, apalagi Masyarakat umum yang berada di luar wilayah Wonogiri. Ada dua pokok permasalahan yang muncul dari kondisi geografis ini yaitu : 1) Tidak semua Masyarakat mengenal Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya, 2) Sebagian besar Masyarakat mengira bahwa Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri hanya ada program studi Agama Budha. Kondisi ini tentu sangat berpengaruh pada saat penerimaan mahasiswa baru. Untuk itu diperlukan sebuah strategi promosi dan publikasi yang tepat untuk mengoptimalkan jumlah mahasiswa baru Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya.

Di era digital saat ini, internet menjadi hal penting dalam berbagai aktivitas termasuk dalam proses peningkatan promosi bisnis. Salah satu cara untuk meningkatkan promosi melalui online adalah dengan meningkatkan strategi pemasaran digital dengan menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) [1]. SEO adalah mekanisme meningkatkan situs web dengan memaksimalkan frekuensi dan kuantitas lalu lintas organik dari mesin pencari. SEO merupakan prosedur merancang, menulis, dan mengkodekan situs web dengan cara meningkatkan volume, kualitas, dan visibilitas situs web perusahaan agar ditemukan dan ditampilkan mesin pencari di halaman teratas pencarian dengan cara alami (organik) dan tidak berbayar [2]. Manfaat SEO pada dasarnya adalah meningkatkan popularitas situs web [3]. SEO sangat penting saat ini karena orang sering menggunakan mesin pencari untuk mencari produk, layanan, dan informasi di Internet. Meskipun lebih dari separuh lalu lintas internet dimulai dari mesin pencari, tidak dapat disangkal bahwa pengoptimalan mesin pencari mempunyai peran penting baik dalam bisnis online maupun offline [4].

Dalam pemeringkatan hasil mesin pencari web, empat kelompok pemangku kepentingan terlibat: penyedia mesin pencari, pengguna, penyedia konten, dan pengoptimal mesin pencari [5]. Mesin pencari sebagai sarana paling penting untuk mengakses informasi di web, tempat jutaan orang mencari untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Data statistik menunjukkan bahwa sekitar 6 miliar pencarian terjadi setiap hari. Google adalah mesin pencari pertama yang menyertakan fitur *Google Suggest* (Pelengkapan Otomatis) [6]. Google menjadi raja lalu lintas pencarian menyumbang 66,52% dari seluruh lalu lintas pencarian. Bing dan Yahoo! mengikuti lebih jauh di belakang dengan masing-masing 11,40% dan 8,40%. Ask berada di 4,14% dan Pencarian AOL sebesar 1,84% [7]. Mesin Pencari digunakan untuk mengetahui data apa pun di seluruh web. Mesin pencari melakukan beberapa tahapan untuk menyampaikan hasil pencarian yaitu: mengambil hasil, perayapan, pemrosesan, menghitung relevansi, dan pengindeksan [8]. Komponen mesin pencari adalah *Crawler*, *Indexer*, *Search Interface*. *Crawler* berfungsi untuk mengumpulkan data dari situs, *Indexer* berfungsi untuk mengatur suatu data, dan *Search Interface* berfungsi untuk mencari dan menampilkan hasil sesuai dengan dasar query [9].

SEO menjadi bagian penting dari perangkat pemasaran. SEO menjadi aspek kunci dari strategi pemasaran digital perusahaan mana pun. SEO akan mendorong peningkatan penjualan dan menghasilkan pemulihan biaya yang cepat [10]. SEO sebagai pendorong pendapatan dan Pengembalian Investasi (ROI) karena pencarian online sering kali menjadi bagian penting dari perjalanan pembeli [11]. Website yang dirancang dengan baik menggunakan berbagai teknik optimasi mesin pencari (SEO) dapat membantu untuk bertahan dalam persaingan [12]. Jenis SEO (*Types Of Seo*) dibedakan menjadi dua yaitu *SEO On-Page* dan *SEO Off-Page*. Semua bentuk optimasi yang berada di bawah kendali pengembang termasuk dalam kategori *SEO on-page*. Sedangkan semua bentuk optimasi elemen-elemen yang tidak berada dalam kendali langsung pengembang terutama promosi di luar website, backlink, promosi di platform social, dan lain-lain disebut *SEO Off-Page* [13]. SEO yang sukses dapat dicapai dengan membuat situs web lebih relevan bagi Konsumen [14]. Beberapa alat (tools) SEO antara lain: Google Search Console, Bing Webmaster Tools, Google analytics tool, Screaming Frog, GTMetrix, Rank Checker, Google Trends, Google AdWords, Responsive Design Test, Wayback Machine, Keywordtool.io, Moz, Google Recommendations [15].

Basuki dkk (2023) melakukan penelitian dengan menerapkan SEO untuk meningkatkan pemasaran digital di industri F&B (Industri makanan dan minuman). Metode yang digunakan adalah *SEO On Page* dan *SEO Off Page*, untuk mengoptimalkan mesin pencari. Temuan dalam ini menunjukkan bahwa penerapan *Search Engine Optimization* dapat memberikan dampak bagi peningkatan visibilitas mesin pencari, meningkatkan jumlah pengunjung, dan pada mendorong pertumbuhan bisnis di bidang *Google Business*, *E-Commerce* dan *website* milik UKM Industri F&B [1]. Kosasik dkk (2020) melakukan riset kata kunci pencarian untuk *SEO On-Page*. Dengan menggunakan kombinasi kata kunci hasil riset, StartAja.com berada di posisi teratas website mesin pencari [16].

Poturak, dkk (2022) dalam penelitiannya yang berjudul *Influence of search engine optimization (SEO) on business performance: Case study of private university in Sarajevo* menyelidiki dampak SEO terhadap kinerja bisnis Universitas Swasta di Sarajevo. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan

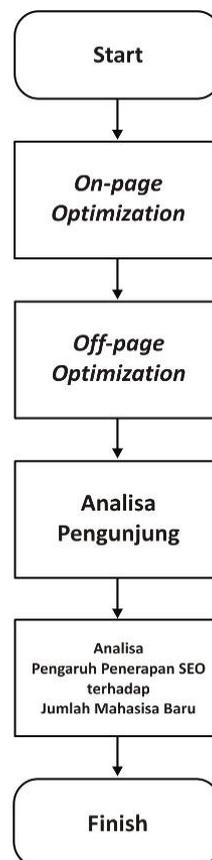
peringkat situs pada halaman hasil mesin pencari memberikan berbagai hasil positif bagi perusahaan termasuk peningkatan jumlah pengunjung situs, peningkatan jumlah rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna di situs selama menjelajah di internet, peningkatan keterlibatan pengguna, dan peningkatan jumlah mahasiswa, yang mengakibatkan meningkatkan pendapatan penjualan tahunan [17].

Setiawan, dkk (2020) dalam penelitiannya melakukan optimalisasi visibilitas website dengan menerapkan SEO di Politeknik Pariwisata Palembang. Hasilnya terjadi kenaikan peringkat dalam pencarian Google. Pada saat memasukkan kata kunci “kampus terbaik di Palembang” di halaman pencarian Google, Politeknik Pariwisata Palembang muncul peringkat ke-25. Pada saat memasukkan kata kunci “pariwisata Palembang”, Politeknik Pariwisata Palembang muncul peringkat ke-15 dan pada saat memasukkan kata kunci “politeknik pariwisata”, Politeknik Pariwisata Palembang muncul peringkat ke-3 [18].

Penelitian ini melakukan optimalisasi website STAB Negeri Raden Wijaya Wonogiri dengan *SEO On-Page* dan *SEO Off-Page* untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya, Wonogiri, Jawa Tengah, Jalan Kantil, Bulusur, Wonogiri selama 6 bulan yaitu bulan April 2023 sampai dengan bulan September 2023. Gambar 1 menjelaskan proses yang dilakukan dalam penelitian ini.



Gambar 1. Proses Penelitian

Website penerimaan mahasiswa baru jumlah kunjungannya akan dioptimalkan dengan Teknik *On-page Optimization* dan *Off-page Optimization*. Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menerapkan Teknik *On-page Optimization* pada Website Penerimaan Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya. *On-page Optimization* ada sembilan teknik yaitu:

1. *Location of Keyword*

Search Engine Crawler memeriksa apakah kata kunci muncul di tag <title>; tag <header>; tag <Alt>; tag <meta>; tag <body>, dalam text anchor, dalam URL

2. *Title Tag*

Judul adalah faktor peringkat terbesar. Sebagian besar mesin pencari menggunakan Title Tag situs web sebagai faktor utama daftar situs di halaman hasil pencarian.

3. *Keyword Density*

Keyword Density berarti frekuensi kata kunci yang ada di halaman web dibandingkan dengan jumlah total kata di halaman. Frekuensi kata kunci dalam tag title dan frekuensi kata kunci dalam tag body harus menjadi faktor pengoptimalan yang kuat. Kepadatan kata kunci harus dalam 2%-8% untuk meningkatkan peringkat situs web

4. *Keyword in URL*

Di situs ini akan lebih mudah ditemukan melalui web index crawlers jika kata kunci dimasukkan ke dalam URL. Web crawler memprioritaskan sufiks nama domain yang berbeda seperti edu atau gov. URL yang pendek juga disukai di SEO.

5. *Keyword in Meta Tag*

Pada tag Meta berisi deskripsi halaman atau website yang bersifat informatif dan mencerminkan isi halaman web. Situs web akan diindeks jika kata kunci terkait ditemukan di tag deskripsi meta.

6. *Keyword in Alt Text*

Di tag alt menentukan teks alternatif untuk gambar. Tag Alt mencerminkan body text yang menggambarkan gambar. Pada setiap Gambar diberi Alt Text untuk mengantisipasi jika gambar tidak dapat ditampilkan dalam sebuah halaman web.

7. *Keyword in Anchor Text*

Pencarian kata kunci pada text anchor mewakili apa yang ditautkan. Halaman yang menggunakan teks tautan berdasarkan kata kunci pencarian sering mendapat peringkat lebih tinggi.

a. *Title Length*

Faktor on-page yang paling penting adalah penggunaan kata kunci yang tepat dalam tag title. Judul situs web harus sedemikian rupa sehingga mencerminkan subjek situs web. Menggunakan nama judul, pengguna memahami informasi singkat dalam situs web pada pandangan pertama.

b. *Outgoing Link*

Halaman situs berisi koneksi ke situs terkait lainnya. Related active dan outgoing links memberikan data yang bermanfaat bagi klien.

8. *Title Length*

Faktor on-page yang paling penting adalah penggunaan kata kunci yang tepat dalam tag title. Judul situs web harus sedemikian rupa sehingga mencerminkan subjek situs web. Menggunakan nama judul, pengguna memahami informasi singkat dalam situs web pada pandangan pertama.

9. *Outgoing Link*

Halaman situs berisi koneksi ke situs terkait lainnya. Related active dan outgoing links memberikan data yang bermanfaat bagi klien.

Langkah kedua yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menerapkan Teknik *Off-page Optimization* pada Website Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya. *Off-page Optimization* ada 10 teknik yaitu:

1. *Directory Submission*

Directory Submission adalah mendaftarkan Website yang kita miliki kedalam direktori website yang sudah mempunyai rank tinggi (dikenal baik) dan sudah terpercaya oleh mesin pencari.

2. *Social Bookmarking*

Social bookmarking adalah metode yang digunakan untuk menaikkan performa SEO. Konsep ini hampir sama dengan sistem bookmark pada umumnya yang bertujuan untuk menyimpan URL. Namun *social bookmarking* juga bermanfaat bagi SEO. Melalui *social bookmarking*, Anda bisa meningkatkan *traffic* serta *backlink* berkualitas untuk mengoptimasi performa website. Ada banyak cara untuk melakukan *social bookmarking*, agar menjadi strategi yang tepat dalam meningkatkan ranking SEO. Konsep kerja *social bookmarking* yaitu dengan menyimpan atau menautkan URL agar mudah dicari saat Anda ingin membukanya kembali. Manfaat *Social Bookmarking* antara lain:

- a. Mempercepat Proses Indexing Website
- b. Meningkatkan Kualitas Backlink
- c. Promosi Gratis
- d. Menaikkan Traffic Website

3. *Forum Posting*

Merupakan suatu teknik membangun tautan di mana tautan situs web dikaitkan dengan posting forum yang bagus.

4. *Press Release Submission (PRS)*

Dalam hal ini, berita terbaru disampaikan di situs web terkait. Ini adalah salah satu prosedur penyampaian berita tentang peristiwa yang terjadi di dalam perusahaan kita. Kita membuat siaran pers seperti artikel surat kabar. Situs web PRS secara umum memiliki peringkat yang sangat tinggi dan diindeks oleh Google dengan sangat cepat. Saat mengirimkan *Press Release*, dapat diberi peringkat dalam seminggu. PRS yang ditulis dengan baik dapat mengarahkan lebih banyak lalu lintas ke situs web dan meningkatkan kemungkinan menerima tautan dari situs web tepercaya lainnya.

5. *Classified Submission*

Classified Submission merupakan suatu teknik SEO yang dilakukan dengan cara mengiklankan web kita pada sebuah situs web populer. *Classified Submission* berfungsi sebagai saluran antara pelanggan potensial dan perusahaan. *Classified Submission* berguna dalam membangun backlink ke situs web. *Classified Submission* merupakan strategi yang berguna untuk mendapatkan tautan masuk yang tinggi dan meningkatkan visibilitas online. Melalui cara ini, banyak pembeli dan pelaku bisnis datang ke website dengan mengklik link tersebut.

6. *Blog Commenting*

Dalam teknik ini, tautan dibuat dengan mengomentari berbagai blog dan situs web. Komentar di blog dapat menghasilkan tautan yang berharga. Berkomentar di blog yang terkait dengan kita dan tautan yang mengarah kembali ke situs web atau blog kita dapat meningkatkan popularitas kita. Jika memungkinkan, beri komentar di blog dan situs web dengan jumlah kunjungan yang bahkan lebih banyak dari web kita. Bidang komentar blog biasanya menanyakan nama pemberi komentar, alamat email, dan situs web mereka.

7. *Article Submission*

Article Submission mengacu pada teknik SEO off-page di mana kita menulis artikel dan menerbitkannya di situs web pihak ketiga. Ini adalah metode di mana kita menulis artikel yang terkait dengan bisnis kita dan menaruhkannya ke direktori pengiriman artikel terkenal.

8. *Video Submission*

Video Submission mengacu pada pengiriman informasi yang menjadi ciri khas instansi atau lembaga, pengenalan lembaga, atau informasi semua jenis layanan yang ada di lembaga. *Video Submission* umumnya dilakukan dengan dua cara. Cara yang pertama adalah mengunggah video ke situs web seperti YouTube, Dailymotion, Twitter, dan lain-lain. Cara lain adalah dengan membagikan tautan video di situs web populer untuk mendapatkan tautan balik. Pengiriman Video dianggap sebagai salah satu aktivitas optimasi *off-page optimization* yang paling penting. Teknik ini merupakan platform yang kuat untuk membangun tautan (*links*). Pengiriman Video atau berbagi video, merupakan cara terbaik untuk mempromosikan produk atau layanan lembaga. Hal ini membantu dalam meningkatkan jumlah pengunjung web dan meningkatkan peringkat web di situs mesin pencari. Melalui *Video Submission*, lembaga dapat dengan mudah menggambarkan produk dan layanan secara keseluruhan dalam sebuah video.

9. *Search Engine Submission*

Search Engine Submission adalah kita mensubmit website kita secara manual ke setiap *webmaster search engine*. Jadi ketika kita mau mendaftarkan website ke google, kita harus masuk ke halaman add url milik google. Ini berlaku untuk search engine lainnya. Ketika selesai membuat artikel baru, maka segera mungkin untuk mempublikasikan artikel tersebut ke sosial media untuk mendapatkan pengunjung pertama. Semakin banyak pengunjung website kita maka semakin besar kemungkinan artikel anda menduduki di halaman pertama Google. Jika pengunjung berkomentar di blog atau website kita, itu dapat menambah kualitas yang baik untuk blog atau website tersebut.

10. *Social Networking*

Jejaring sosial mengacu pada penggunaan situs media sosial berbasis internet untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, kolega, atau pelanggan. Jejaring sosial dapat memiliki tujuan sosial, tujuan bisnis, atau keduanya melalui situs seperti Facebook, X (sebelumnya Twitter), Instagram, dan Pinterest.

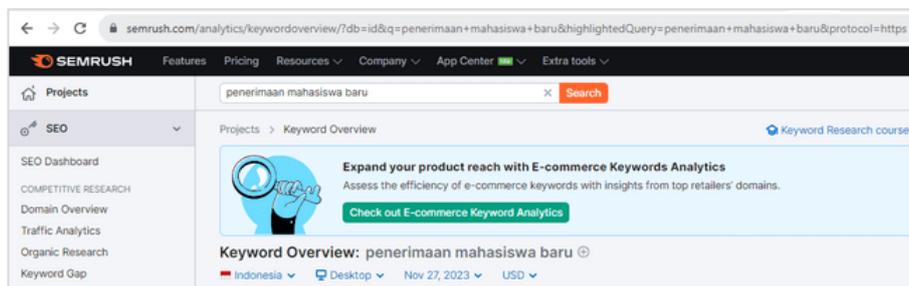
Langkah ketiga adalah menganalisa pengunjung yang berinteraksi dengan website dan langkah keempat adalah menganalisa pengaruh penerapan SEO terhadap jumlah mahasiswa baru Sekolah STABN Raden Wijaya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Penerapan Teknik SEO *On-page Optimization*

SEO *On-page Optimization* adalah teknik optimasi yang dilakukan di dalam website. Yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan riset kata kunci, kemudian memasukkan kata kunci hasil riset ke dalam website penerimaan mahasiswa baru dengan teknik SEO *On-page Optimization*.

Riset kata kunci dilakukan dengan menggunakan Semrush (<https://www.semrush.com>). Semrush adalah tools SEO yang bisa digunakan untuk melakukan *keyword research*, melacak strategi *keyword* yang digunakan oleh kompetitor, menjalankan audit SEO website, mencari peluang *backlink*, dan sebagainya. Langkah pertama yang dilakukan adalah memasukkan beberapa kata kunci yang akan diriset. Dalam penelitian ini kata kunci yang dimasukkan adalah penerimaan mahasiswa baru. Proses pemasukan memasukkan kata kunci di Semrush tampak seperti pada gambar 2.



Gambar 2. Langkah Awal Riset Kata Kunci pada Semrush

Selanjutnya Semrush akan memberikan merekomendasi kata kunci atau hashtag yang dapat dimasukkan ke dalam website penerimaan mahasiswa baru dan media sosial STAB Negeri Raden Wijaya. Kata kunci yang direkomendasikan Semrush untuk penerimaan mahasiswa baru adalah pendaftaran kuliah, pendaftaran mahasiswa, pendaftaran mahasiswa baru, pmb, info penerimaan mahasiswa baru. Hasil rekomendasi tersebut tampak seperti pada gambar 3.

Keywords	Volume	KD %
pendaftaran kuliah	880	61
pendaftaran mahasiswa	90	48
pendaftaran mahasiswa baru	720	54
pmb	12,1K	52
info penerimaan mahasiswa baru	320	55

View all 1,988 keywords

Gambar 3. Rekomendasi Kata Kunci dari Semrush

Kata kunci hasil rekomendasi tersebut dimasukkan ke dalam website penerimaan Mahasiswa baru STAB Negeri Raden Wijaya dengan menggunakan Teknik *On-page Optimization*. Berikut ini adalah implementasi Teknik *On-page Optimization* pada Website Penerimaan Mahasiswa Baru STAB Negeri Raden Wijaya:

1. Teknik *Location of Keyword dan Title Tag*

Teknik *Location of Keyword dan Title Tag* dilakukan dengan memasukkan kata kunci pada bagian *Title Bar Website* Penerimaan Mahasiswa Baru. Implementasi dalam penelitian ini tampak seperti gambar 4



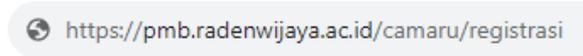
Gambar 4. Penerapan Teknik *Title Tag*

2. Teknik *Keyword Density*

Teknik *Keyword Density* dilakukan dengan menyematkan kata kunci di setiap postingan artikel. #pendaftarankuliah, #pendaftaranmahasiswa, #pendaftaranmahasiswabarui, #pmb, #infopenerimaanmahasiswabarui.

3. Teknik *Keyword in URL (Uniform Resource Locator)*

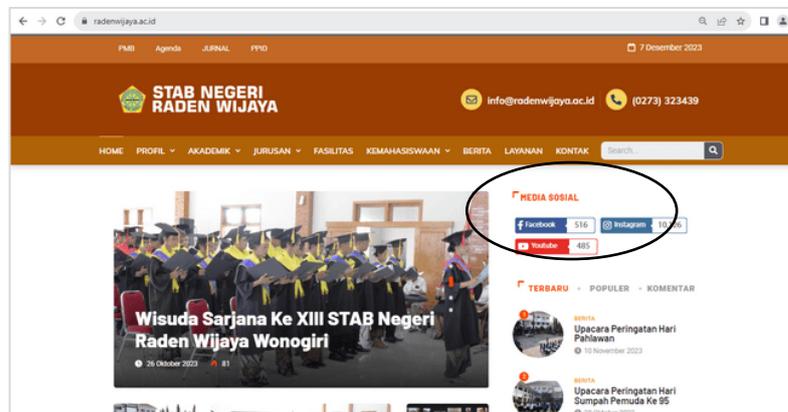
Teknik *URL* dilakukan dengan menyematkan kata kunci pencarian pada URL Web Penerimaan Mahasiswa Baru. Implementasi dalam penelitian ini tampak seperti gambar 5.



Gambar 5. Penerapan Teknik URL

4. Teknik *Outgoing Link*

Teknik *Outgoing Link* dilakukan dengan menghubungkan Website dengan Facebook, Instagram dan Youtube. Postingan diawali dengan membuat artikel atau membuat *copywriting*. Artikel atau *copywriting* diupload ke website kemudian linknya dikirim ke facebook dan Instagram. Sedangkan jika ada postingan video ke youtube, link youtube disematkan di web, dibagikan ke Instagram dan facebook.



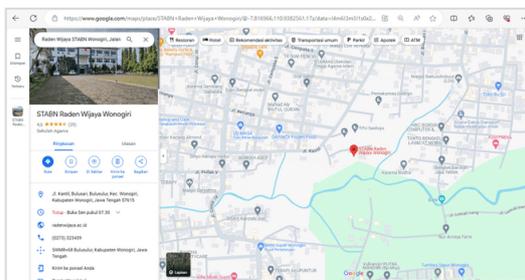
Gambar 6. Penerapan Teknik *Outgoing Link*

3.2. Penerapan Teknik *SEO Off-page Optimization*

Teknik *Off-page Optimization* yang dilakukan dalam penelitian ini 10 teknik sebagai berikut.

3.2.1 *Directory Submission*

Directory Submission adalah mendaftarkan Website yang kita miliki kedalam direktori website yang sudah mempunyai rank tinggi (dikenal baik) dan sudah terpercaya oleh mesin pencari. *Directory Submission* dilakukan dengan mendaftarkan website Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya ke Google Maps, *Google Business Profile*, dan *Wikipedia*. Ketiga website ini terpercaya mesin pencari.





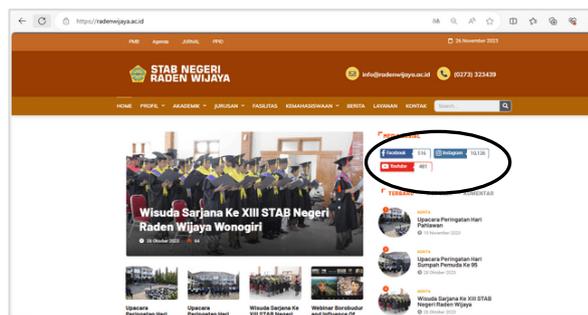
Gambar 7. Directory Submission pada Google Maps, Google Business Profile, Wikipedia

3.2.2 Social Bookmarking

Social bookmarking adalah metode yang digunakan untuk menaikkan performa SEO. Konsep ini hampir sama dengan sistem bookmark pada umumnya yang bertujuan untuk menyimpan URL. Namun social bookmarking juga bermanfaat bagi SEO. Melalui social bookmarking, kita dapat meningkatkan traffic serta backlink berkualitas untuk mengoptimasi performa website.

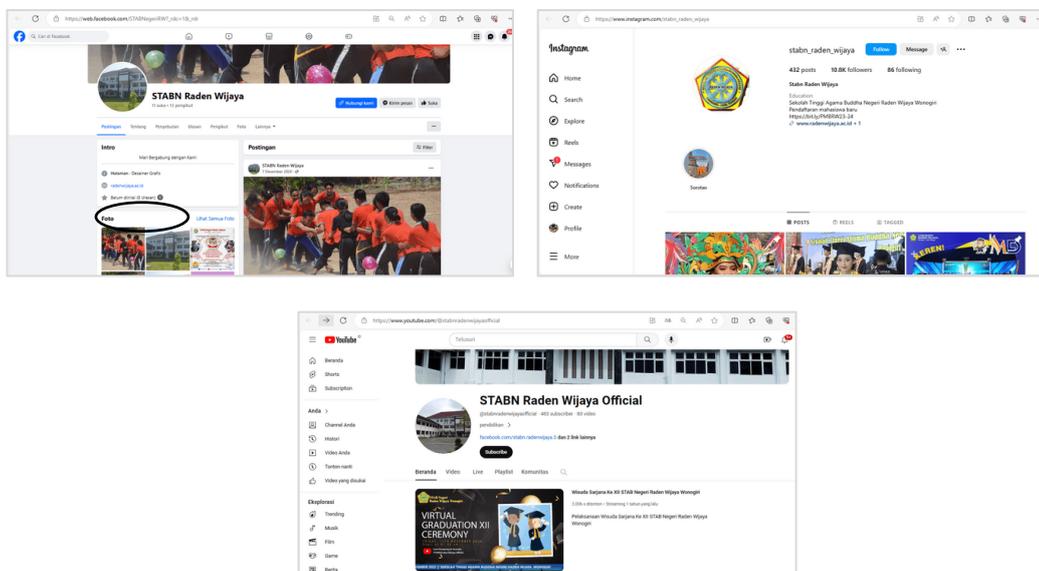
Ada banyak cara untuk melakukan social bookmarking, agar menjadi strategi yang tepat dalam meningkatkan ranking SEO. Konsep kerja social bookmarking yaitu dengan menyimpan atau menautkan URL agar mudah dicari saat Anda ingin membukanya kembali. Social bookmarking dalam penelitian ini, yang dilakukan adalah:

1. Membuat tautan dari website ke Facebook, Instagram, dan Youtube Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya.



Gambar 8. Social Bookmarking pada Web STAB Negeri Raden Wijaya

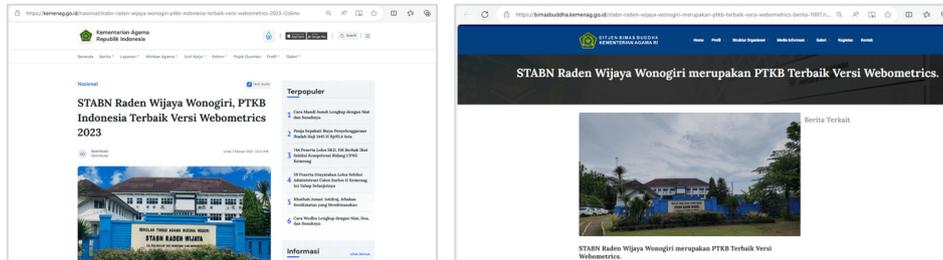
2. Membuat tautan dari facebook, Instagram, youtube ke web Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya.



Gambar 9. Membuat Tautan dari Facebook, Instagram, Youtube ke Web

3.2.3 Forum Posting

Merupakan suatu teknik membangun tautan di mana tautan situs web dikaitkan dengan posting forum yang bagus. *Forum posting* dalam penelitian ini yang dilakukan adalah *memposting* prestasi Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya pada Web Kemenag dan Web Bimas Buddha. Di akhir berita dimasukkan tautan (*link*) untuk menuju ke website Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya yang memuat informasi pendaftaran mahasiswa baru.

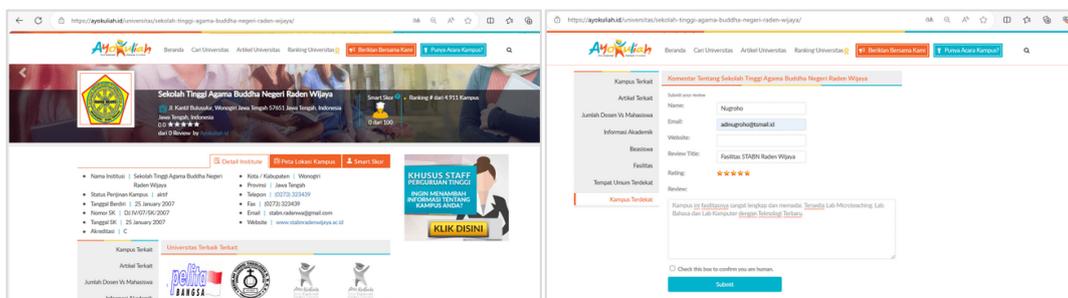


Gambar 10. Forum Posting ke Website Kemenag dan Website Bimas Buddha

3.2.4 Blog Commenting

Dalam teknik ini, tautan dibuat dengan mengomentari berbagai blog dan situs web. Komentar di blog dapat menghasilkan tautan yang berharga. Berkomentar di blog yang terkait dengan kita dan tautan yang mengarah kembali ke situs web atau blog kita dapat meningkatkan popularitas kita. Jika memungkinkan, beri komentar di blog dan situs web dengan jumlah kunjungan yang bahkan lebih banyak dari web kita. Bidang komentar blog biasanya menanyakan nama pemberi komentar, alamat email, dan situs web mereka.

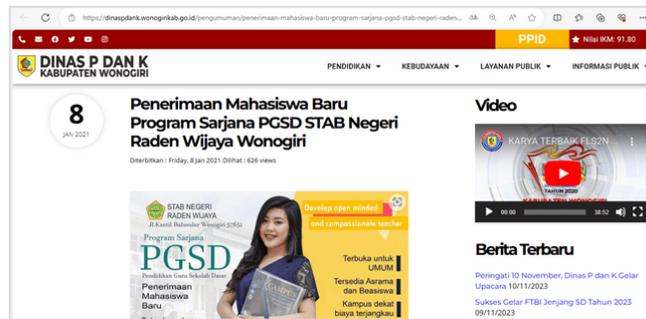
Blog Commenting dilakukan dengan memberi *rating* maksimal dan memberi komentar positif tentang Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya melalui website AyoKuliah.id. AyoKuliah.id merupakan situs informasi dan perbandingan kampus terlengkap di Indonesia. Situs ini bertujuan untuk membantu calon mahasiswa dalam menentukan Universitas yang tepat. Situs ini merupakan situs pertama yang memiliki lebih dari 5000 daftar universitas negeri maupun swasta yang tersebar di Indonesia. Situs ini menyajikan informasi seputar kampus, jadwal pendaftaran mahasiswa baru, informasi beasiswa, artikel-artikel terkait, menampilkan mahasiswa terbaik setiap bulan, dan kegiatan UKM dari Perguruan Tinggi.



Gambar 11. Blog Commenting pada Website AyoKuliah.id

3.2.5 Article Submission

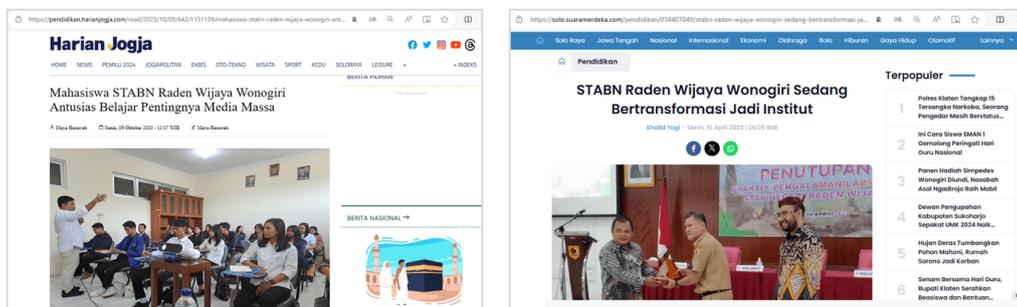
Article Submission mengacu pada teknik *SEO off-page* di mana kita menulis artikel dan menerbitkannya di situs web pihak ketiga. Ini adalah metode di mana kita menulis artikel yang terkait dengan bisnis kita dan menambahkannya ke direktori pengiriman artikel terkenal. Dengan ini, kita dapat menghasilkan *backlink dofollow* atau *nofollow*. Tujuan utamanya adalah untuk menarik sejumlah besar pengunjung ke situs web kita dengan upaya waktu dan uang yang minimal. *Article Submission* dalam penelitian ini dilakukan dengan mengirim informasi penerimaan mahasiswa baru ke Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Wonogiri.



Gambar 12. Article Submission di Website Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Wonorejo

3.2.6 Press Release Submission (PRS)

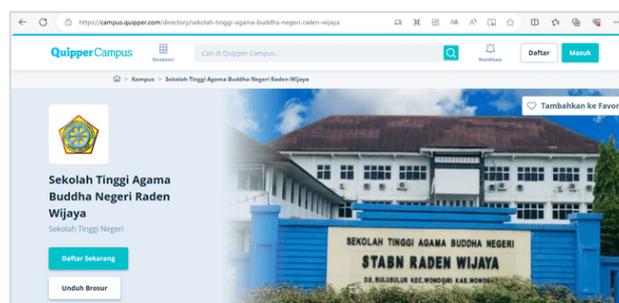
Berita terbaru dipublikasikan di situs berita. Pada saat menulis kiriman *Press Release*, pastikan bahwa publik mau membacanya. Situs web *Press Release Submission* secara umum memiliki peringkat yang sangat tinggi dan diindeks oleh Google dengan sangat cepat. *Press Release Submission* yang ditulis dengan baik dapat kunjungan situs web. *Press Release Submission* dilakukan dengan mempublikasikan berita seputar Raden Wijaya di website Harian Jogja dan website Suara Merdeka.



Gambar 13. Press Release Submission di Website Harian Jogja dan Website Suara Merdeka

3.2.7 Classified Submission

Classified Submission merupakan suatu teknik SEO yang dilakukan dengan cara mengiklankan web kita pada sebuah situs web populer. *Classified Submission* dilakukan dengan mengiklankan web Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya di quipper.com. Quipper adalah perusahaan teknologi pendidikan yang menyediakan layanan pembelajaran daring. Quipper didirikan pada tahun 2010 di London, Inggris, dan saat ini telah dapat dinikmati di beberapa negara seperti Jepang, Filipina, dan Indonesia. Quipper menyediakan platform sekolah digital untuk siswa dan guru di Indonesia, di mana guru dapat mengirim dan mengelola materi pembelajaran, ujian, serta nilai siswa, dan siswa dapat mengerjakan pekerjaan rumah, tugas, dan ujian secara online dengan mudah.



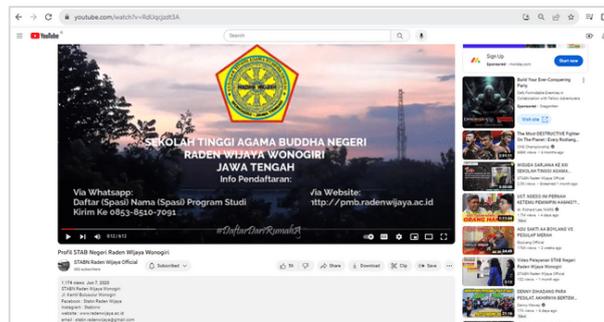
Gambar 14. Classified Submission di Quipper.com

3.2.8 Video Submission

Video Submission mengacu pada pengiriman informasi yang menjadi ciri khas instansi atau lembaga, pengenalan lembaga, atau informasi semua jenis layanan yang ada di lembaga. *Video Submission* umumnya dilakukan dengan dua cara. Cara yang pertama adalah mengunggah video ke situs web seperti YouTube, Dailymotion, Twitter, dan lain-lain. Cara lain adalah dengan membagikan tautan video di situs web populer

untuk mendapatkan tautan balik. Pengiriman Video dianggap sebagai salah satu aktivitas optimasi *off-page optimization* yang paling penting. Teknik ini merupakan platform yang kuat untuk membangun tautan (*links*).

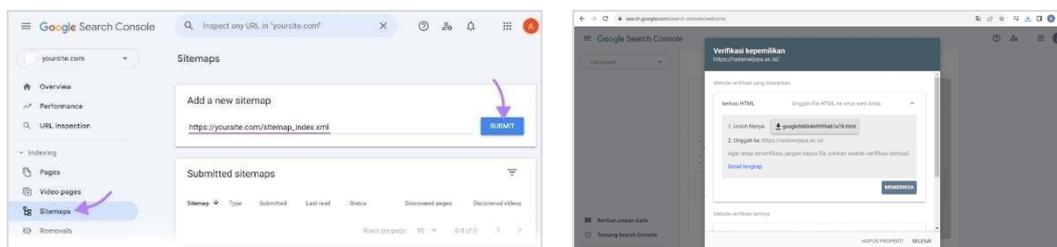
Pengiriman Video atau berbagi video, merupakan cara terbaik untuk mempromosikan produk atau layanan lembaga. Hal ini membantu dalam meningkatkan jumlah pengunjung web dan meningkatkan peringkat web di situs mesin pencari. Melalui *Video Submission*, lembaga dapat dengan mudah menggambarkan produk dan layanan secara keseluruhan dalam sebuah video. *Video Submission* dalam penelitian ini dilakukan dengan mengirimkan video profil kampus dan video informasi penerimaan mahasiswa baru di Channel Youtube STAB Negeri Raden Wijaya.



Gambar 15. Video Submission di Channel Youtube STAB Negeri Raden Wijaya

3.2.9 Search Engine Submission

Website akan terindeks Google secara otomatis tetapi memerlukan waktu. Untuk mempercepat pengindeksan Google, kita dapat mendaftarkan (*mensubmit*) website kita ke Google. Proses ini disebut sebagai *Search Engine Submission*. *Search Engine Submission* adalah kita *mensubmit* website kita secara manual ke setiap webmaster *search engine*. Jadi ketika kita mau mendaftarkan website ke google, kita harus masuk ke halaman *add url* milik google. Ini berlaku untuk *search engine* lainnya. Dalam penelitian ini, *Search Engine Submission* dilakukan dengan mendaftarkan website Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya di Google.



Gambar 16. Search Engine Submission di Google

3.2.10 Social Networking

Social Networking adalah strategi optimasi di media sosial untuk mendatangkan trafik organik secara efektif dan efisien. *Social Networking* yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menghubungkan website Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya dengan Facebook, Instagram, dan Youtube Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya. Setiap postingan informasi akan terpublikasi di Facebook, Instagram, dan Youtube Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya.



Gambar 17. Social Networking Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya

3.3. Analisa Pengunjung Setelah Menerapkan SEO

Sasaran SEO adalah Web Penerimaan Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya, Wonogiri, Jawa Tengah. Salah satu kelebihan diterapkan SEO adalah jumlah pengunjung dapat dipantau. SEO diterapkan mulai bulan April 2023. Analisa Data dilakukan dengan mengambil data selama enam bulan yaitu dari bulan April - September 2023.



Gambar 18. Web Penerimaan Mahasiswa Baru STAB Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Pengunjung website bersumber dari tiga tempat yaitu pengunjung yang berinteraksi (mendapatkan link) melalui facebook, pengunjung yang berinteraksi melalui Instagram, dan pengunjung yang berinteraksi melalui web langsung.

1. Pengunjung yang berinteraksi melalui Facebook

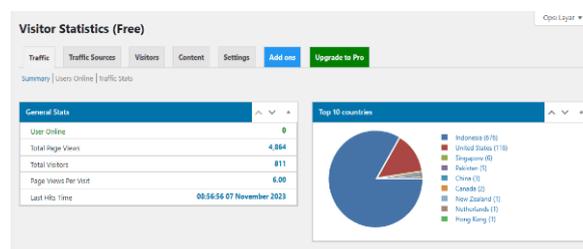
Pengunjung yang berinteraksi melalui facebook sebanyak 1.661. Tampak pada gambar 19.



Gambar 19. Pengunjung yang Berinteraksi dengan Web PMB melalui Postingan Facebook

2. Pengunjung yang berinteraksi melalui Instagram

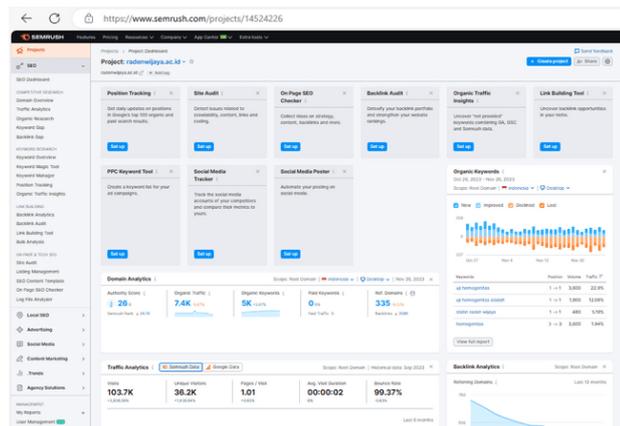
Pengunjung yang berinteraksi melalui Instagram sebanyak 811. Tampak pada gambar 20.



Gambar 20. Pengunjung yang Berinteraksi dengan Web PMB melalui Postingan Facebook

3. Pengunjung yang langsung mengakses web

Pengunjung yang berinteraksi melalui web secara langsung sebanyak 103.700 pengunjung. Tampak pada gambar 21.



Gambar 21. Pengunjung yang Berinteraksi dengan Web PMB melalui Facebook

3.4. Analisa Pengaruh Penerapan SEO terhadap Jumlah Mahasiswa Baru

Tabel 1 merupakan rekapitulasi penerapan Teknik *On-page Optimization* yang diterapkan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Penerapan Teknik *On-page Optimization*

No.	Teknik <i>On-page Optimization</i>	Penerapan	
		Sudah	Belum
1	<i>Location of Keyword</i>	✓	-
2	<i>Title Tag</i>	✓	-
3	<i>Keyword Density</i>	✓	-
4	<i>Keyword in URL</i>	✓	-
5	<i>Keyword in Meta Tag</i>	-	✓
6	<i>Keyword in Alt Text</i>	-	✓
7	<i>Keyword in Anchor Text</i>	-	✓
8	<i>Title Length</i>	-	✓

Teknik *Keyword in Meta Tag*, *Keyword in Alt Text*, *Keyword in Anchor Text*, *Title Length* belum dapat diimplementasikan dalam penelitian ini dikarenakan peneliti tidak mendapatkan ijin penuh untuk mengakses web utama dan Medsos Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya.

Tabel 2 merupakan penerapan Teknik *Off-page Optimization* yang diterapkan dalam penelitian ini:

Tabel 2. Penerapan Teknik *Off-page Optimization*

No.	Teknik <i>Off-page Optimization</i>	Penerapan	
		Sudah	Belum
1	<i>Directory Submission</i>	✓	-
2	<i>Social Bookmarking</i>	✓	-
3	<i>Forum Posting</i>	✓	-
4	<i>Blog Commenting</i>	✓	-
5	<i>Article Submission</i>	✓	-
6	<i>Press Release Submission (PRS)</i>	✓	-
7	<i>Classified Submission</i>	✓	-
8	<i>Video Submission</i>	✓	-
9	<i>Search Engine Submission</i>	✓	-
10	<i>Social Networking</i>	✓	-

Analisa pengaruh penerapan SEO terhadap jumlah Mahasiswa Baru dilakukan dengan membandingkan jumlah mahasiswa baru sebelum menerapkan SEO (Tahun 2022) dengan jumlah mahasiswa baru setelah menerapkan SEO (Tahun 2023). Berdasarkan SK Ketua No. 150 Tahun 2022, Penerimaan mahasiswa Baru Gelombang 1 mendapatkan Mahasiswa sebanyak 73 orang, Gelombang 2 sebanyak 34 orang (SK Ketua No. 213 Tahun 2022), dan Gelombang 3 sebanyak 21 orang (SK Ketua No. 237 Tahun 2022). Dari data tersebut, jumlah Mahasiswa Baru yang masuk tahun 2022 sebanyak 128 orang. Sedangkan berdasarkan SK Ketua No. 258 Tahun 2023 Tentang Penerimaan Mahasiswa Baru, jumlah Mahasiswa Baru yang diterima pada tahun 2023 sejumlah 203 Mahasiswa. Data penerimaan mahasiswa baru sebelum menerapkan SEO (tahun 2022) dan sesudah menerapkan SEO (tahun 2023) jika diringkaskan tampak seperti tabel 3.

Tabel 3. Tabel Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2022 dan 2023

Jumlah Mahasiswa Baru		Jumlah Kenaikan Mahasiswa Baru
Tahun 2022 Sebelum Menerapkan SEO	Tahun 2023 (Sesudah Menerapkan SEO)	
128	203	75

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan pada BAB IV dapat ditarik kesimpulan bahwa: 1) cara mengoptimalkan jumlah pengunjung website penerimaan mahasiswa baru Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya dengan *Search Engine Optimization* (SEO) adalah dengan menerapkan Teknik *Off-page Optimization* dan *On-page Optimization*. Optimalisasi jumlah pengunjung website dari sisi internal web disebut *On-page Optimization* dan Optimalisasi jumlah pengunjung website dari sisi eksternal disebut *Off-page Optimization*. Teknik *On-page Optimization* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Location of Keyword, Title Tag, Keyword Density, Keyword in URL*. Sedangkan teknik *Off-page Optimization* yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Directory Submission, Social Bookmarking, Forum Posting, Blog Commenting, Article Submission, Press Release Submission (PRS), Classified Submission, Video Submission, Search Engine Submission, Social Networking*. 2) Setelah Perguruan Tinggi menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO), terjadi kenaikan mahasiswa baru sebanyak 75 mahasiswa. Jumlah kenaikan belum maksimal dikarenakan SEO baru diterapkan selama 6 bulan dan belum menerapkan Teknik *On-page Optimization: Keyword in Meta Tag, Keyword in Alt Text, Keyword in Anchor Text, Title Length*.

Saran terhadap penelitian berikutnya adalah: 1) Untuk penelitian berikutnya, SEO dapat lebih dioptimalkan dengan menerapkan Teknik *On-page Optimization: Keyword in Meta Tag, Keyword in Alt Text, Keyword in Anchor Text, Title Length*. 2) *Backlink* tidak hanya sebatas pada Facebook, Instagram, Youtube, Web Kemenag, Web Bimas Buddha, Web Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Wonogiri, Harian Jogja, Suara Merdeka tetapi diperluas dengan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi besar lain seperti Kemendikbud atau Perusahaan Berita lain yang ternama. Semakin banyak orang yang mengakses website Sekolah Tinggi Raden Wijaya, semakin besar peluang Mahasiswa Baru yang masuk.

REFERENSI

- [1] C. Basuki, C. P. Pratiwi, and R. A. Rahmatika, "Implementation Search Engine Optimization (SEO) to Improve Marketing F&B Industry," *bit-Tech*, vol. 6, no. 1, pp. 87–94, 2023, doi: 10.32877/bt.v6i1.904.
- [2] B. C. Raju, "Search Engine Optimization: A Digital Marketing Giant and Need of Time," *Int. J. Innov. Res. Eng. Multidiscip. Phys. Sci.*, vol. 7, no. 2, pp. 92–96, 2019, [Online]. Available: www.ijirmps.org
- [3] F. Almukhtar, N. Mahmood, and S. Kareem, "Search engine optimization: A review," *Appl. Comput. Sci.*, vol. 17, no. 1, pp. 69–79, 2021, doi: 10.23743/acs-2021-07.
- [4] M. (Siam U. Anttila, "Research on Search Engine Optimization Strategy for Voice Search," *Int. J. Econ. Bus. Manag. Res.*, vol. 5, no. 11, pp. 1–20, 2021.
- [5] S. Schultheiß and D. Lewandowski, "Outside the industry, nobody knows what we do' SEO as seen by search engine optimizers and content providers," *J. Doc.*, vol. 77, no. 2, pp. 542–557, 2021, doi: 10.1108/JD-07-2020-0127.
- [6] S. Gowri, P. J. Sathish Kumar, K. Geetha Rani, R. Surendran, and J. Jabez, "Usage of a binary integrated spell check algorithm for an upgraded search engine optimization," *Meas. Sensors*, vol. 24, no. September, p. 100451, 2022, doi: 10.1016/j.measen.2022.100451.
- [7] O. O. Israel and O. O. Samson, "The Impact of Search Engines in the World Today," *Int. J. Manag. IT Eng.*, vol. 8, no. 3, pp. 10–22, 2018.
- [8] V. T. Kawyanshi Bawankar, "Search Engine Optimization," *Digit. Mark. Appl.*, vol. 08, no. 06, pp. 41–52, 2019.
- [9] P. S. I. Mohammad Ahmad, Mohammad Faris, "Search Engine Optimization," *Digit. Mark. Appl.*, pp. 41–52, 2019.
- [10] C. E. Khedkar and A. E. Khedkar, "Search Engine Optimization: an Essential Part of the Marketing Toolkit," *Vidyabharati Int. Interdiscip. Res. J.*, vol. 12, no. 2, pp. 106–109, 2021, [Online]. Available: www.viirj.org
- [11] F. Goenawan, I. P. Hadi, and A. Sidik, "Search Engine Optimization (SEO) for Journalistic Content in Building Brand Image for Innovation Products," *Scriptura*, vol. 13, no. 1, pp. 38–57, 2023, doi: 10.9744/scriptura.13.1.38-57.
- [12] D. Y. Pawade, "Analyzing the impact of search engine optimization techniques on web development using experiential and collaborative learning techniques," *Int. J. Mod. Educ. Comput. Sci.*, vol. 13, no. 2, pp. 1–10, 2021, doi: 10.5815/IJMECS.2021.02.01.
- [13] N. Khokale, "Overview of Search Engine Optimization," *Int. J. Sci. Res. Comput. Sci. Eng. Inf. Technol.*, vol. 7, no. 4, pp. 351–355, 2019, doi: 10.32628/cseit195668.
- [14] A. M. Torieh and N. H. Elgendy, "The Effect of Search Engine Optimization on Egyptian Consumer Response," *Int. J. Econ. Commer. Manag.*, vol. 9, no. 2, pp. 260–274, 2021, [Online]. Available: http://ijecm.co.uk/
- [15] A. Shahzad, D. W. Jacob, N. M. Nawi, H. Mahdin, and M. E. Saputri, "The new trend for search engine optimization, tools and techniques," *Indones. J. Electr. Eng. Comput. Sci.*, vol. 18, no. 3, pp. 1568–1583, 2020, doi: 10.11591/ijeecs.v18.i3.pp1568-1583.
- [16] A. Kosasih, L. Purnomo, O. Sidanta, and Sfenrianto, "Search Engine Optimization (SEO) in Promoting E-Commerce Start Aja. Com," *Int. J. Recent Technol. Eng.*, vol. 8, no. 6, pp. 577–580, 2020, doi:

- 10.35940/ijrte.f7396.038620.
- [17] M. Poturak, D. Keco, and E. Tutnic, "Influence of search engine optimization (SEO) on business performance," *Int. J. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 11, no. 4, pp. 59–68, 2022, doi: 10.20525/ijrbs.v11i4.1865.
- [18] A. Setiawan, Z. Harahap, D. Syamsuar, and Y. N. Kunang, "The Optimization of Website Visibility and Traffic by Implementing Search Engine Optimization (SEO) in Palembang Polytechnic of Tourism," *CommIT J.*, vol. 14, no. 1, pp. 31–44, 2020, doi: 10.21512/commit.v14i1.5953.