

SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW DENGAN METODE PRISMA : OPTIMALISASI WEBSITE

Arga Priadana, Galuh Boy Hertantyo, Isidorus Anung Prabadhi

Manajemen Teknologi Keimigrasian, Politeknik Imigrasi

Jalan Raya Gandul No.4, Depok, Indonesia

priadanaarga31@gmail.com

ABSTRAK

Dalam era digital, optimalisasi *website* menggunakan metode *Search Engine Optimization* (SEO) menjadi strategi utama dalam meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis metode SEO yang paling banyak digunakan, jenis *website* yang menerapkan metode tersebut, serta efektivitas penerapannya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan sistematis dengan metode PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis*). Penelitian ini dilakukan terhadap 31 artikel yang memenuhi kriteria seleksi dari total 6.987 artikel yang diperoleh dari berbagai basis data akademik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *SEO On-Page* merupakan metode yang paling banyak diterapkan, terutama pada *website e-commerce*, bisnis, dan akademik. Selain itu, tingkat keberhasilan penerapan SEO pada *website* mencapai 81% dengan kategori "Efektif", menunjukkan bahwa strategi SEO memberikan dampak positif terhadap peningkatan lalu lintas dan keterlihatan *website*. Meskipun demikian, optimalisasi SEO yang dilakukan secara konsisten dan disesuaikan dengan kebutuhan *website* menjadi faktor utama dalam mencapai efektivitas yang lebih tinggi.

Kata kunci : *Search Engine Optimization (SEO), SEO On-Page, SEO Off-Page, Search Engine Marketing (SEM), Website*

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, *website* telah menjadi salah satu elemen penting dalam berbagai aspek kehidupan, baik untuk keperluan bisnis, pendidikan, maupun informasi. *Website* berfungsi sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi, menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan interaksi antara pemilik situs dengan pengunjung[1].

Seiring dengan meningkatnya jumlah *website* di internet, persaingan untuk mendapatkan peringkat tinggi dalam hasil pencarian menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, strategi optimasi mesin pencari atau *Search Engine Optimization* (SEO) menjadi krusial dalam meningkatkan visibilitas sebuah *website*[2].

SEO merupakan serangkaian teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat suatu *website* di halaman hasil pencarian (*Search Engine Results Page* atau *SERP*). Dalam praktiknya, SEO terdiri dari berbagai metode, di antaranya *SEO On-Page*, *SEO Off-Page*, dan *Technical SEO*. *SEO On-Page* berfokus pada optimasi elemen dalam *website*, seperti penggunaan kata kunci, struktur konten, dan meta tag. *SEO Off-Page* mencakup strategi di luar *website*, seperti membangun backlink berkualitas untuk meningkatkan otoritas situs[3].

Sementara itu, *Technical SEO* lebih menitikberatkan pada aspek teknis, seperti kecepatan situs, keamanan, dan pengalaman pengguna (*user experience*). Selain metode tersebut, terdapat pula strategi lain yang berkaitan dengan SEO, seperti *Search Engine Marketing* (SEM), *Social Media Marketing* (SMM), dan *Social Media Optimization* (SMO), yang dapat mendukung peningkatan lalu lintas

dan keterlihatan *website* melalui media sosial dan iklan berbayar.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penerapan metode SEO dapat diukur melalui beberapa metrik, seperti peningkatan lalu lintas organik, peringkat kata kunci, serta rasio konversi[4].

Penggunaan alat analitik seperti *Google Search Console* (GSC) dan *Google Analytics* dapat membantu dalam menganalisis serta mengoptimalkan strategi SEO yang digunakan. Namun, masih terdapat perbedaan dalam penerapan metode SEO tergantung pada jenis *website* yang digunakan, seperti *e-commerce*, blog, portal berita, atau *website* perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi metode SEO yang paling banyak digunakan, jenis *website* yang paling sering menerapkannya, serta mengukur tingkat efektivitas dari masing-masing metode. Dengan memahami strategi SEO yang paling efektif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pemilik *website*, pengembang digital, serta pelaku bisnis dalam meningkatkan kinerja situs mereka di mesin pencari.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa metode *Search Engine Optimization* (SEO) efektif dalam meningkatkan visibilitas *website*. *SEO On-Page* juga terbukti efektif untuk *website* akademik[1], sementara kombinasi *SEO On-Page* dan *Off-Page* dapat meningkatkan trafik *website* bisnis [2].

Selain itu, kombinasi *SEO On-Page*, *Off-Page*, dan *Technical SEO* meningkatkan retensi pengguna [5].

Search Engine Marketing (SEM) juga mampu meningkatkan konversi pelanggan hingga 75% pada *website e-commerce* [6].

Tetapi, optimasi SEO yang hanya berfokus pada homepage, meta description, dan pengulangan kata belum memberikan peningkatan trafik yang signifikan. Namun, setelah dilakukan optimasi lebih lanjut dengan penguatan kata kunci dan backlink, trafik website meningkat dari 65 pengguna menjadi 344 pengguna dalam beberapa bulan setelah implementasi SEO[7].

SEO terdiri dari tiga metode utama: *SEO On-Page* (pengoptimalan elemen dalam *website* seperti kata kunci dan struktur konten), *SEO Off-Page* (pembangunan *backlink* untuk meningkatkan otoritas), dan *Technical SEO* (peningkatan kecepatan dan keamanan *website*)[5].

Selain itu, SEM menggabungkan SEO dengan iklan berbayar, sedangkan *Google Search Console* (GSC) membantu memantau performa SEO. *Social Media Optimization* (SMO) dan *Social Media Marketing* (SMM) meningkatkan eksposur melalui media sosial [6][8].

Faktor utama yang memengaruhi efektivitas SEO meliputi relevansi konten, otoritas *website*, kecepatan *website*, dan *user experience* (UX) [9].

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi metode SEO yang paling efektif untuk meningkatkan visibilitas *website* berdasarkan studi terdahulu.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini melakukan survei menyeluruh terhadap studi terkait implementasi metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada *website* dan merancang protocol tinjauan sistematis PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis*)[8].

Proses ini diklasifikasikan menjadi lima tahap : Menentukan Kriteria Kelayakan, Menentukan Sumber Informasi, Pemilihan Literatur, Pengumpulan Data, dan Pemilihan Item Data.

3.1. Tahap 1 (Menentukan Kriteria Kelayakan Artikel)

Kriteria inklusi (KI) dalam penelitian ini ditentukan sebagai berikut :

- KI1 : Artikel harus merupakan penelitian asli yang dipublikasi dalam jurnal atau prosiding akademik dengan Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris.
- KI2 : Artikel tersebut diterbitkan antara tahun 2020 dan 2025.
- KI3 : Artikel harus membahas terkait implementasi penerapan metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada *website*.

3.2. Tahap 2 (Menentukan Sumber Informasi)

- Literatur dikumpulkan dari database akademik seperti *Google Scholar*, *Semantic Scholar*, *Crossref*, *OpenAlex Search*.
- Referensi dari artikel yang relevan juga ditelusuri untuk menemukan studi tambahan yang mendukung penelitian ini.

3.3. Tahap 3 (Pemilihan Literatur)

- Menentukan kata kunci utama, seperti “Optimalisasi *website* pada *Search Engine*”
- Menyeleksi artikel berdasarkan judul, abstrak, dan kata kunci sesuai dengan kriteria kelayakan.
- Membaca artikel secara menyeluruh atau Sebagian untuk menentukan kesesuaiannya dengan penelitian ini.
- Artikel yang masuk daftar pendek akan dikaji ulang guna menemukan literatur tambahan yang relevan.

3.4. Tahap 4 (Pengumpulan Data)

Data dikumpulkan melalui formulir ekstraksi data. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis terhadap 6.987 artikel yang ditemukan melalui pencarian kata kunci. Dari jumlah tersebut, 60 artikel memenuhi kriteria awal dan setelah tahap seleksi lebih lanjut, 31 artikel terpilih untuk dianalisis lebih mendalam.

Hasil analisis ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang implementasi metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada suatu *website*, metode yang paling banyak digunakan, jenis *website*, dan tingkat keberhasilan penerapan metode tersebut pada *website*.

Tabel 1 Pengumpulan Data

Sumber	Pencarian kata kunci	Kandidat	Terpillih
	Optimalisasi <i>website</i> pada <i>Search Engine</i>		
Google scholar	5810	36	18
Semantic scholar	7	2	1
Crossref	1000	12	8
OpenAlex search	170	10	4
Total	6987	60	31

3.5. Tahap 5 : Pemilihan Item Data

Data diperoleh dari artikel-artikel terpilih yang berisi metode-metode yang digunakan dalam *website*, jenis *website* yang digunakan, dan tingkat keberhasilan penerapan metode pada *website*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini untuk menyelidiki suatu metode yang digunakan oleh peneliti lain untuk mengoptimalkan suatu *website*, jenis *website* yang digunakan, dan tingkat keberhasilannya. Tabel 2 menunjukkan sumber publikasi.

Tabel 1 Sumber Publikasi

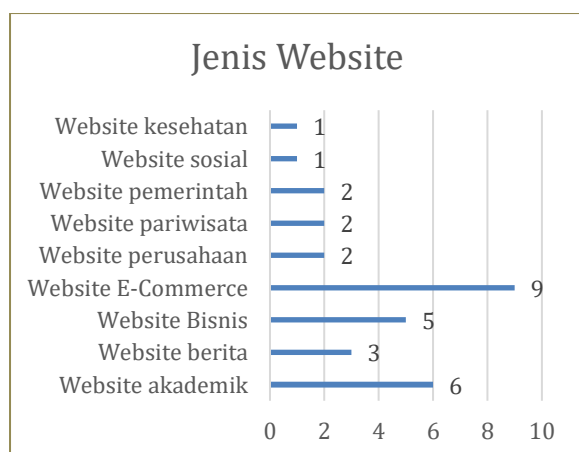
No	Judul	Tahun	Tipe
1	Implementasi teknik...[9]	2020	Jurnal
2	Analisis <i>website</i> ...[10]	2023	Jurnal
3	Analisis pemanfaatan...[11]	2021	Jurnal
4	Kajian metode...[12]	2022	Jurnal
5	Analisis penggunaan...[13]	2022	Jurnal
6	Implementation of digital...[14]	2021	Jurnal
7	Evaluasi <i>website</i> ...[15]	2023	Skripsi
8	Implementasi Bahasa...[4]	2023	Skripsi
9	Implementasi search...[16]	2022	Jurnal
10	Implementasi metode...[17]	2023	Jurnal
11	Optimasi SEO...[18]	2023	Jurnal
12	Optimalisasi search...[19]	2023	Jurnal
13	Optimalisasi konten...[20]	2020	Jurnal
14	Optimalisasi konten...[21]	2024	Jurnal
15	Optimalisasi strategi...[22]	2024	Jurnal
16	Analisis <i>website</i> ...[23]	2022	Jurnal
17	Analisis dan implementasi...[24]	2024	Jurnal

No	Judul	Tahun	Tipe
18	Implementation of...[25]	2024	Jurnal
19	Implementasi teknik...[26]	2023	Jurnal
20	Implementasi teknik...[27]	2021	Jurnal
21	Implementasi SEO...[28]	2025	Jurnal
22	Implementasi search...[29]	2023	Jurnal
23	Implementasi metode...[30]	2021	Jurnal
24	<i>Website</i> UMKM...[31]	2025	Jurnal
25	Analisa metode...[3]	2022	Jurnal
26	Optimizing SEO...[5]	2023	Jurnal
27	Analisis strategi...[32]	2025	Jurnal
28	Analisis pemasaran...[33]	2024	Jurnal
29	Apply the search...[2]	2023	Jurnal
30	Pengaruh digital...[6]	2022	Jurnal
31	The optimization...[1]	2020	Jurnal

Tabel 3 menunjukkan metode, jenis *website*, dan hasil yang dipelajari oleh peneliti sebelumnya untuk melakukan optimalisasi pada *website*.

Tabel 2 Metode, Jenis *Website*, Hasil

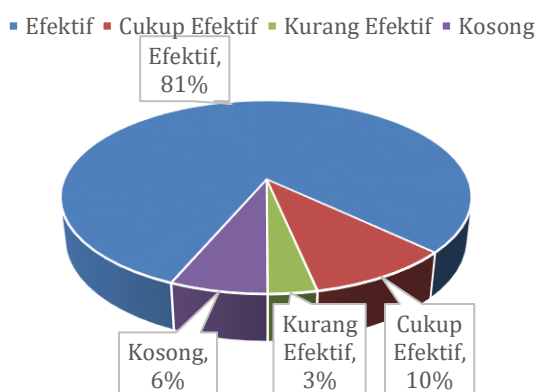
Penulis	Tahun	Metode	Jenis <i>Website</i>	Hasil
Setiawan, <i>et al.</i>	2020	<i>On Page</i>	<i>Website</i> Akademik	Efektif
Alfiana, <i>et al.</i>	2023	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> bisnis	Efektif
Jusuf	2023	<i>On Page, Off Page, Technical</i>	<i>Website</i> bisnis	Efektif
Masyithoh & Novitaningtyas	2022	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif
Witono	2022	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> bisnis	Efektif
Faruq & Mustafidah	2021	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> Akademik	Efektif
Nugroho, <i>et al.</i>	2024	<i>On Page</i>	<i>Website</i> kesehatan	Efektif
Fadhulrahman	2024	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Cukup Efektif
Wijaya, <i>et al.</i>	2022	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> sosial	Efektif
Artanto & Afraah	2025	<i>Search Engine Marketing (SEM)</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif
Assalmi & Diyasa	2022	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> Perusahaan	Kurang Efektif
Noeraida, <i>et al.</i>	2022	<i>Google Search Console (GSC)</i>	<i>Website</i> Akademik	Efektif
Wardana, <i>et al.</i>	2025	<i>On Page, GSC, SEM</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif
Suriyanti, <i>et al.</i>	2023	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> pemerintah	-
Nasution	2023	<i>On Page</i>	<i>Website</i> berita	Cukup Efektif
Jaya, <i>et al.</i>	2023	<i>On Page</i>	<i>Website</i> pemerintah	Efektif
Forek, <i>et al.</i>	2021	<i>On Page</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif
Nurfadilla, <i>et al.</i>	2023	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif
Muliadi, <i>et al.</i>	2022	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> akademik	Efektif
Saputra & Rahmawati	2025	<i>On Page</i>	<i>Website</i> akademik	Efektif
Phie, <i>et al.</i>	2021	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> berita	Efektif
Bahri	2020	<i>On Page, GSC</i>	<i>Website</i> akademik	Efektif
Isbandi, <i>et al.</i>	2023	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Cukup Efektif
Choiruddin & Hardiani	2021	<i>On Page</i>	<i>Website</i> bisnis	Efektif
Alhafizh & Ahmad	2024	<i>On Page</i>	<i>Website</i> pariwisata	Efektif
Masruri	2022	<i>On Page</i>	<i>Website</i> bisnis	Efektif
Putri & Pratiwi	2024	<i>On Page, SMO, GSC</i>	<i>Website</i> perusahaan	Efektif
Ihsan, <i>et al.</i>	2020	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website</i> berita	-
Pratiwi & Samsudin	2024	<i>On Page</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif
Bestari & Nurunnisha	2023	<i>On Page, SMM</i>	<i>Website</i> pariwisata	Efektif
Hadiana & Krisna	2023	<i>On Page, Off Page</i>	<i>Website Marketplace E-Commerce</i>	Efektif



Gambar 1 Jenis Website

Berdasarkan Tabel 3 dalam penelitian ini, yang hasilnya telah divisualisasikan dalam bentuk diagram pada Gambar 1, menunjukkan bahwa jenis *website* yang paling banyak dioptimalkan menggunakan berbagai metode SEO adalah *Website E-Commerce*. Hal ini sejalan dengan kebutuhan bisnis digital yang terus berkembang pesat, di mana pemilik toko online berusaha meningkatkan visibilitas produk mereka di mesin pencari untuk menarik lebih banyak pelanggan[6].

Hasil



Gambar 2 Hasil

Berdasarkan Gambar 2 dalam penelitian ini, hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan penerapan metode SEO pada *website* mencapai 81% dengan kategori "Efektif". Angka ini mengindikasikan bahwa sebagian besar strategi optimasi yang diterapkan mampu meningkatkan visibilitas *website*, menarik lebih banyak pengunjung, serta memberikan dampak positif terhadap pencapaian tujuan *website*, baik dalam aspek pemasaran, edukasi, maupun bisnis[1].

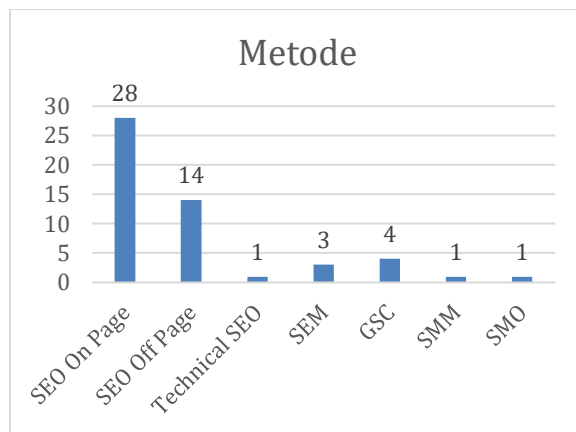
Meskipun sebagian besar metode SEO terbukti efektif, masih terdapat beberapa kasus di mana hasilnya kurang maksimal, terutama pada *website* yang tidak secara konsisten menerapkan strategi SEO atau memiliki persaingan tinggi dalam industrinya[10].

Oleh karena itu, penting bagi pemilik *website* untuk terus memantau dan menyesuaikan strategi SEO mereka berdasarkan data analitik serta perkembangan algoritma mesin pencari agar efektivitas yang dicapai tetap optimal di masa mendatang[4].

Tabel 3 Metode

Penulis	Metode						
	A	B	C	D	E	F	G
Setiawan, et al.	✓						
Alfiana, et al.	✓	✓					
Jusuf	✓	✓	✓				
Masyithoh & Novitaningtyas				✓			
Witono	✓	✓					
Faruq & Mustafidah	✓	✓					
Nugroho, et al.	✓						
Fadhlulrahman	✓	✓					
Wijaya, et al.	✓	✓					
Artanto & Afraah				✓			
Assalmi & Diyasa	✓	✓					
Noeraida, et al.					✓		
Wardana, et al.	✓			✓	✓		
Suriyanti, et al.	✓	✓					
Nasution	✓						
Jaya, et al.	✓						
Forek, et al.	✓						
Nurfadilla, et al.	✓	✓					
Muliadi, et al.	✓	✓					
Saputra & Rahmawati	✓						
Phie, et al.	✓	✓					
Bahri	✓				✓		
Isbandi, et al.	✓	✓					
Choiruddin & Hardiani	✓						
Alhafizh & Ahmad	✓						
Masruri	✓						
Putri & Pratiwi	✓				✓		✓
Ihsan, et al.	✓	✓					
Pratiwi & Samsudin	✓						
Bestari & Nurunnisha	✓					✓	
Hadiana & Krisna	✓	✓					
Hasil	28	14	1	3	4	1	1

Berdasarkan tabel 4 diatas, anotasinya adalah A : *Search Engine Optimization On Page*; B : *Search Engine Optimization Off Page*; C : *Technical Search Engine Optimization*; D : *Search Engine Marketing*; E : *Google Search Concole*; F : *Social Media Marketing*; G : *Social Media Optimization*



Gambar 3 Metode

Berdasarkan Tabel 4 yang divisualisasikan dalam Gambar 3, metode yang paling banyak digunakan dalam optimalisasi *website* adalah *SEO On-Page*. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemilik *website* lebih mengutamakan optimasi dari dalam situs mereka untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari. *SEO On-Page* berfokus pada berbagai aspek internal situs web, seperti penggunaan kata kunci yang relevan, optimasi struktur konten, meta deskripsi, heading, serta kecepatan loading halaman[5][34].

Dengan mengoptimalkan elemen-elemen ini, *website* dapat lebih mudah dikenali oleh algoritma mesin pencari, sehingga berpotensi mendapatkan peringkat yang lebih tinggi dalam hasil pencarian organik. Dari hasil penelitian, metode On-Page SEO paling banyak diterapkan pada *website* e-commerce, bisnis, dan akademik. *Website* e-commerce, misalnya, sangat bergantung pada konten yang dioptimalkan dengan kata kunci yang tepat, deskripsi produk yang jelas, serta struktur navigasi yang ramah pengguna agar meningkatkan pengalaman pelanggan dan rasio konversi[29].

Sementara itu, *website* akademik dan berita lebih berfokus pada penyajian konten yang informatif, dengan optimasi judul dan penggunaan internal linking untuk meningkatkan keterjangkauan informasi dalam situs[9].

Selain *SEO On-Page*, metode Off-Page SEO juga cukup banyak digunakan, terutama dalam membangun backlink berkualitas guna meningkatkan otoritas domain[3].

Sementara itu, strategi lainnya seperti *Google Search Console* (GSC) dan *Search Engine Marketing* (SEM) lebih sering digunakan untuk analisis performa serta peningkatan visibilitas melalui iklan berbayar[31].

Temuan ini menegaskan bahwa *SEO On-Page* tetap menjadi strategi utama dalam optimasi *website* karena sifatnya yang lebih mudah dikontrol dan memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan peringkat pencarian organik. Namun, efektivitasnya akan semakin optimal jika dikombinasikan dengan metode lain seperti Off-Page SEO dan pemanfaatan

alat analitik untuk pemantauan serta penyesuaian strategi yang berkelanjutan[22].

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya tentang metode yang efektif digunakan dalam melakukan optimalisasi pada sebuah *website*. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah survei yang dilakukan terhadap jurnal ini dilakukan antara tahun 2020 sampai dengan tahun 2025, sehingga pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menambahkan durasi penelitian untuk meningkatkan akurasi dan kualitas.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa metode *SEO On-Page* merupakan strategi yang paling banyak digunakan dalam optimalisasi *website*, terutama pada *website* e-commerce, bisnis, dan akademik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan penerapan metode SEO mencapai 81%, dengan kategori "Efektif". Faktor utama yang mempengaruhi efektivitas SEO adalah konsistensi dalam penerapan strategi, pemilihan metode yang sesuai dengan jenis *website*, serta pemanfaatan alat analitik seperti *Google Search Console* dan *Google Analytics*. Meskipun metode SEO terbukti efektif, masih terdapat beberapa kasus di mana hasilnya kurang optimal, terutama pada *website* dengan persaingan tinggi atau yang tidak menerapkan strategi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pemilik *website* dan praktisi SEO perlu terus memantau perkembangan algoritma mesin pencari serta menyesuaikan strategi SEO agar tetap kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami tren SEO yang paling efektif, serta memberikan rekomendasi bagi pemilik *website* dan praktisi digital dalam mengoptimalkan visibilitas *website* di mesin pencari.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] F. Alfiana *et al.*, "Apply the Search Engine Optimization (SEO) Method to determine Website Ranking on Search Engines," *Int. J. Cyber IT Serv. Manag.*, vol. 3, no. 1, pp. 65–73, 2023, [Online]. Available: <https://iiast.iaic-publisher.org/ijcitsm/index.php/IJCITSM/article/view/126>
- [3] A. C. Witono, "Analisa Metode Seo (Search Engine Optimization) dalam Bisnis pada Website Mastercahaya.Com," *COMSERVA Indones. J. Community Serv. Dev.*, vol. 2, no. 3, pp. 381–389, 2022, doi: 10.59141/comserva.v2i3.264.
- [4] I. naufal Nasution, "IMPLEMENTASI BAHASA JURNALISTIK DAN UPAYA PENGOPTIMALAN TEKNIK SEARCH

- ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA BERITA KATEGORI TOP NEWS DI MEDIA ANTARANEWS.COM,” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA, 2023.
- [5] D. I. Jusuf, “Optimizing SEO (Search Engine Optimizing) Strategy to Increase Visibility and Achievement of Marketing Goals,” *Lead J. Econ. Adm.*, vol. 2, no. 2, pp. 98–103, 2023, doi: 10.56403/lejea.v2i2.150.
 - [6] I. N. Masyithoh and I. Novitaningtyas, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen,” *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2008–2018, 2022, doi: 10.31955/mea.v6i3.2573.
 - [7] F. D. Sidqi and H. Marcos, “Optimasi Website Menggunakan Metode Search Engine Optimization (Seo) on Page Dan Off Page Dalam Meningkatkan Trafik Kunjungan,” *J. Inf. Syst. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 55–58, 2021, doi: 10.24076/joism.2021v3i2.456.
 - [8] D. Moher *et al.*, “Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement,” *PLoS Med.*, vol. 6, no. 7, 2009, doi: 10.1371/journal.pmed.1000097.
 - [9] S. Bahri, “Implementasi Teknik Seo (Search Engine Optimization) Pada Artikel Untuk Menempati Halaman 1 Pencarian Google,” *J. Sintaksis Pendidik. Guru Sekol. Dasar, IPA, IPS dan Bhs. Ingg.*, vol. 3, no. 04, pp. 41–48, 2020.
 - [10] F. H. A. Hanif and I. G. Susrama Mas Diyasa, “Analisis Website Monsternac Berbasis Digital Marketing Dan Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran,” *J. Penelit.*, vol. 7, no. 4, pp. 332–342, 2023, doi: 10.46491/jp.v7i4.1189.
 - [11] H. Al Faruq and H. Mustafidah, “Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Upaya Meningkatkan Volume Lalu Lintas Website Akademik di Google Search Engine,” *Cybernetics*, vol. 5, no. 02, p. 81, 2021, doi: 10.29406/cbn.v5i02.2733.
 - [12] N. H. Masruri, “Kajian Metode Seo Berbasis on-Page Sebagai,” *J. Keilmuan dan Apl. Bid. Tek. Inform.*, vol. 16, no. 1, pp. 39–49, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/JTI/article/download/3645/3079>
 - [13] B. H. Wijaya, D. Anggun, L. Prasetyo, and A. D. Asyiqin, “Analisis Penggunaan Website Sebagai Media Komunikasi Efektif: Studi Kasus Website bankziska.org,” *J. Islam. Philanthr. Disaster*, vol. 2, no. 1, pp. 98–117, 2022, doi: 10.21154/joipad.v2i1.4807.
 - [14] Choiruddin and T. Hardiani, “Implementation of Digital Marketing Strategy for Improving UMKM Website Promotion (Case Study: Rumah Mesin),” *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–6, 2021, doi: 10.21070/pels.v1i2.1151.
 - [15] Suriyanti, N. K. Ayu, Adiningrat, G. Pradiva, Priyana, and I. P. Okta, “Evaluasi Website Melalui Metode Search Engine Optimization (SEO) (Studi Pada Website Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Ngurah Rai),” Politeknik Negeri Bali, 2023. [Online]. Available: <https://repository.pnb.ac.id/8915/>
 - [16] M. Muliadi, A. Aziz, and A. S. Wiguna, “Implementasi Search Engine Optimization (Seo) Pada Situs Trafik Tinggi Menggunakan Metode on Page Dan Off Page Seo,” *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 482–486, 2022, doi: 10.36040/jati.v6i2.4783.
 - [17] A. K. Jaya, D. Pratiwi, and L. Adira, “Implementasi Metode On Page SEO untuk Meningkatkan Peringkat Result Page Website INA Digi Export,” *J. Bus. Technol. Soc. Sci.*, vol. 1a, no. VI, pp. 1–20, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jurnal-bugis>
 - [18] A. Hadiana and E. Krisna, “Optimasi SEO (Search Engine Optimization) sebagai Strategi Peningkatan Online Presence bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),” *J. Informatics Commun. Technol.*, vol. 5, no. 1, pp. 11–22, 2023, doi: 10.52661/j_ict.v5i1.145.
 - [19] Dinda Kayani Putri Bestari and Gina Apriyani Nurunnisha, “Optimalisasi Search Engine & Social Media Marketing : Strategi Meningkatkan Minat Wisatawan Di Kabupaten Bandung Barat (Kbb),” *J. Ilmu Manaj.*, vol. 8, no. 2, pp. 179–185, 2023, doi: 10.33474/jimmu.v8i2.20563.
 - [20] R. M. Ihsan, B. Tresnawaty, and A. Aziz, “Optimalisasi Konten Artikel di Media Online,” vol. 6, no. November, pp. 373–392, 2020.
 - [21] Visi Ari Pratiwi and Acep Samsudin, “Optimalisasi Konten Sosial Media dan Artikel Seo untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Konversi Penjualan UMKM Rumah Kapas,” *Eksekusi J. Ilmu Huk. dan Adm. Negara*, vol. 2, no. 3, pp. 442–451, 2024, doi: 10.55606/eksekusi.v2i3.1352.
 - [22] D. Putri and N. M. I. Pratiwi, “Optimalisasi Strategi Digital Marketing Graha Office: Meningkatkan Brand Awareness Melalui Social Media Optimization (Smo) Dan Search Engine Optimization (Seo) Di Pt Otak Kanan,” *GEMAH RIPA J. Bisnis*, vol. 4, no. 01, pp. 14–21, 2024, doi: 10.69957/grjb.v4i01.1500.
 - [23] Noeraida, H. Tamtomo, and A. R. Yusuf, “Analisis website perpustakaan digital kenukliran menggunakan goolge search console dan google analytics,” *J. Pustak. Indones.*, vol. 21, no. 1, pp. 46–57, 2022, doi: 10.29244/jpi.21.1.46-57.
 - [24] B. H. Nugroho, D. Hamidin, and Supriady, “Analisis dan Implementasi SEO Algoritma Google Panda Untuk Optimasi Website PT Revolusi Kesehatan,” vol. 2, no. c, pp. 102–111, 2024.
 - [25] M. A. Alhafizh and I. Ahmad, “Implementation of Search Engine Optimization on Lampung

- Tourism Websites Using The On-Page Method,” vol. 9, pp. 684–696, 2024.
- [26] I. Isbandi, Z. Zatnika, and E. Triyatna, “Implementasi Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Optimasi Website Penjualan Di Lestari Jaya Mebel,” *EDUSAINTEK J. Pendidikan, Sains dan Teknol.*, vol. 10, no. 3, pp. 1047–1060, 2023, doi: 10.47668/edusaintek.v10i3.867.
- [27] E. A. Phie, S. Rahman, and Junaedy, “Implementasi Teknik Search Engine Optimization Pada Website Ayosports Untuk Meningkatkan Page Rank,” *KHARISMA Tech*, vol. 16, no. 2, pp. 35–49, 2021, doi: 10.55645/kharismatech.v16i2.112.
- [28] A. D. Saputra and L. Rahmawati, “Implementasi SEO On-Page pada Artikel Website Skill Academy untuk Menempati Halaman 1 Google,” vol. 5, pp. 2957–2968, 2025.
- [29] R. A. Nurfadilla, W. H. N. Putra, and B. T. Hanggara, “Implementasi Search Engine Optimization (SEO) pada Sistem Informasi E-Commerce menggunakan Plugin Wordpress (Studi Kasus Toko Online Norilyascake),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 7, no. 1, pp. 73–82, 2023, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- [30] G. L. Forek, A. Muawwal, and Renny, “Implementasi Metode on-Page Search Engine Optimization Pada Website Halo Print Digital,” *KHARISMA Tech*, vol. 16, no. 2, pp. 83–96, 2021, doi: 10.55645/kharismatech.v16i2.128.
- [31] A. A. Wardana, M. A. Hanum, and F. Hamdani, “WEBSITE UMKM PADA ERA DIGITAL DENGAN MENERAPKAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS UMKM DESA KARANGPRANTI,” vol. 4, pp. 10–15, 2025.
- [32] B. Artanto and S. M. Afraah, “ANALISIS STRATEGI SEARCH ENGINE MARKETING (SEM) PADA WEBSITE ONLINE TRAVEL AGENCIES (OTA),” pp. 556–562, 2025.
- [33] A. Fadhlurrahman, “Analisis Pemasaran Melalui Optimalisasi Website Frozenjakarta. Com Di Pt. Niaga Digital Persada Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Tahun 2023,” *J. Pijar*, vol. 2, no. 1, pp. 168–189, 2024, [Online]. Available: <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb/article/view/1231%0Ahttps://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb/article/download/1231/429>
- [34] P. Assiroj, I. Nurkumalawati, and A. P. P. Pangestu, “IMPLEMENTASI METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA SITUS,” pp. 41–52, 2021.