



---

## **Analisis Penerapan Metode On Page Off Page Pada Penentuan Berita Untuk Penaikan Traffic Di Website Vendoroutbound**

**Khoirul Annisa Febriana**

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

**Nur Khafidhoh**

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

Alamat: Tambakberas Jl. Garuda No.9, Tambak Rejo, Jombang, Jombang Regency,  
East Java 61419

*Korespondensi penulis: annisafebriana627@gmail.com*

**Abstract.** *This study aims to improve the visibility and performance of the VendorOutbound.com website through the integrated application of on-page and off-page Search Engine Optimization (SEO) strategies. The research was conducted using a Research and Development approach over a three-month period from February to July 2025. The initial analysis showed low organic search performance, with only one click, 667 impressions, a click-through rate of 0.1%, and an average position of 42.5 on Google Search results. The optimization process involved improving the site structure, enhancing content with relevant keywords, optimizing images with descriptive file names and alternative text, refining meta tags, and building high-quality backlinks from relevant and authoritative websites. Post-implementation measurements using Google Search Console indicated significant improvements, including an increase in total clicks to 173, impressions to 27.8 thousand, and an improved average position of 16.3. These results demonstrate that a well-planned and consistently applied SEO strategy can significantly enhance search engine rankings, expand audience reach, and support the effectiveness of digital marketing efforts. Furthermore, the findings provide practical insights for service-based businesses, particularly in the outbound tourism sector, to optimize their online presence and increase organic traffic sustainably.*

**Keywords:** *SEO, pemasaran digital, optimasi on-page, optimasi off-page, Google Search Console.*

**Abstrak.** Studi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan performa situs web VendorOutbound.com melalui penerapan strategi Search Engine Optimization (SEO) on-page dan off-page yang terintegrasi. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan Penelitian dan Pengembangan selama periode tiga bulan dari Februari hingga Juli 2025. Analisis awal menunjukkan performa pencarian organik yang rendah, dengan hanya satu klik, 667 tayangan, rasio klik-tayang (CTR) sebesar 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5 pada hasil Google Penelusuran. Proses optimasi melibatkan perbaikan struktur situs, penyempurnaan konten dengan kata kunci yang relevan, pengoptimalan gambar dengan nama file deskriptif dan teks alternatif, penyempurnaan meta tag, dan pembangunan backlink berkualitas tinggi dari situs web yang relevan dan bereputasi baik. Pengukuran pasca-implementasi menggunakan Google Search Console menunjukkan peningkatan yang signifikan, termasuk peningkatan total klik menjadi 173, tayangan menjadi 27,8 ribu, dan peningkatan posisi rata-rata menjadi 16,3. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi SEO yang terencana dengan baik dan diterapkan secara konsisten dapat meningkatkan peringkat mesin pencari secara signifikan, memperluas jangkauan audiens, dan mendukung efektivitas upaya pemasaran digital. Lebih lanjut, temuan ini memberikan wawasan praktis bagi bisnis berbasis layanan, khususnya di sektor pariwisata outbound, untuk mengoptimalkan kehadiran online mereka dan meningkatkan lalu lintas organik secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** SEO, pemasaran digital, optimasi on-page, optimasi off-page, Google Search Console.

## **LATAR BELAKANG**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara perusahaan memasarkan produk dan jasanya. Strategi pemasaran yang sebelumnya mengandalkan metode konvensional kini beralih ke pendekatan modern yang memanfaatkan internet sebagai media utama (Fadliana, 2023). Website dan media sosial menjadi saluran yang efektif untuk membangun citra merek, menjangkau calon pelanggan, dan meningkatkan penjualan (Pauzi, 2025). Namun demikian, meskipun kesadaran akan pentingnya kehadiran daring semakin tinggi, tidak semua pelaku usaha memanfaatkan teknologi secara maksimal, khususnya dalam penerapan Search Engine Optimization (SEO) sebagai strategi untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar (Erwin et al., 2024).

SEO adalah metode yang bertujuan untuk mengoptimalkan website agar mudah ditemukan dan mendapatkan posisi terbaik di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Secara umum, SEO terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu optimasi on-page dan optimasi off-page (Nashir et al., 2025). Optimasi on-page meliputi berbagai langkah perbaikan yang dilakukan di dalam situs, seperti peningkatan kualitas konten, penempatan kata kunci yang tepat, pengaturan struktur halaman, dan optimasi elemen teknis seperti meta tag dan gambar (Sadiah & Maharani, 2024). Sementara itu, optimasi off-page lebih berfokus pada pembangunan otoritas situs melalui backlink berkualitas dari sumber eksternal yang relevan. Kombinasi kedua strategi ini, apabila dilakukan secara tepat, dapat meningkatkan peringkat situs di hasil pencarian dan menarik lebih banyak pengunjung organik (Ristyanto et al., 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu (Muliadi et al., 2022) telah membuktikan bahwa penerapan SEO dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan trafik website dan peluang konversi penjualan. Meski demikian, masih terdapat celah penelitian terutama pada penerapan SEO yang spesifik untuk industri tertentu, seperti jasa wisata outbound. Industri ini memiliki karakteristik unik, baik dari segi target pasar, kata kunci yang digunakan, maupun jenis konten yang dipublikasikan, sehingga diperlukan strategi SEO yang lebih terarah dan disesuaikan dengan kebutuhan segmen tersebut. Selain itu, penelitian terdahulu cenderung fokus pada salah satu pendekatan saja, on-page atau off-page, tanpa mengintegrasikan keduanya secara simultan untuk memperoleh hasil yang optimal.

Kondisi ini terlihat jelas pada VendorOutbound.com, sebuah website penyedia jasa wisata outbound yang pada periode Februari–April 2025 menunjukkan kinerja rendah, dengan hanya mencatat satu klik organik, 667 tayangan, dan posisi rata-rata 42,5 pada hasil pencarian Google. Angka ini mencerminkan rendahnya tingkat keterlihatan dan keterlibatan pengguna terhadap konten situs. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini merancang strategi yang menggabungkan optimasi on-page—meliputi pembaruan dan penyesuaian konten berbasis kata kunci relevan, perbaikan struktur situs, optimasi gambar, dan pengelolaan meta tag—dengan optimasi off-page melalui pembangunan backlink berkualitas dari situs yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi penerapan SEO pada VendorOutbound.com sebelum dan sesudah dilakukan optimasi, mengevaluasi dampak penerapan kombinasi strategi on-page dan off-page terhadap peningkatan trafik organik dan peringkat pencarian, serta merumuskan strategi SEO yang efektif dan berkelanjutan untuk industri jasa wisata outbound. Dengan tujuan tersebut, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha sejenis dalam

mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih terarah, efisien, dan mampu bersaing di pasar daring yang semakin kompetitif

## **KAJIAN TEORITIS**

Search Engine Optimization (SEO) merupakan metode sistematis untuk meningkatkan visibilitas website melalui hasil pencarian organik di mesin pencari seperti Google. Tujuan utama SEO adalah memberikan pengalaman terbaik bagi pengguna dengan menghadirkan konten yang relevan sesuai kebutuhan mereka (Petro et al., 2025). Secara umum, SEO terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu SEO On-Page dan SEO Off-Page.

SEO On-Page berfokus pada optimasi elemen internal website, seperti struktur situs, penggunaan kata kunci, kualitas konten, meta tag, serta optimasi gambar agar mudah diindeks mesin pencari (Ristyanto et al., 2024).

SEO Off-Page menitikberatkan pada pembangunan otoritas website melalui backlink berkualitas dari sumber eksternal yang relevan. Backlink dianggap sebagai rekomendasi digital yang meningkatkan kredibilitas situs di mata mesin pencari. Selain itu, aspek SEO Teknis juga berperan penting, mencakup kecepatan website, keamanan (HTTPS), mobile friendliness, serta struktur data (schema markup) agar mesin pencari dapat memahami konten dengan lebih baik (Indriyatmoko & Rahardi, 2021).

Perkembangan algoritma Google seperti Panda, Penguin, BERT, dan MUM semakin menekankan pentingnya kualitas konten, relevansi kata kunci, dan pengalaman pengguna. Hal ini menggeser praktik SEO dari sekadar teknik manipulatif menuju strategi yang menekankan E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) sebagai standar kualitas konten.

Dalam konteks pemasaran digital, SEO merupakan salah satu kanal utama untuk mendatangkan trafik organik yang berkelanjutan, sekaligus mendukung strategi lain seperti social media marketing, content marketing, maupun paid advertising (Suryaningtyasari & Patrikha, 2023).

Website sebagai media digital harus dirancang dengan struktur yang SEO-friendly, navigasi yang jelas, desain responsif, serta keamanan yang baik agar dapat mendukung optimasi SEO secara menyeluruh (Rahmi et al., 2023). Konten yang berkualitas, relevan, dan konsisten akan meningkatkan keterlibatan pengguna, memperkuat reputasi situs, serta memperbesar peluang konversi.

Untuk memantau efektivitas strategi SEO, digunakan tools seperti Google Search Console, yang menyediakan data tentang jumlah klik, impresi, CTR (Click Through Rate), posisi rata-rata, hingga error teknis yang memengaruhi performa website (Suwardi et al., 2022).

Dengan demikian, penerapan SEO yang terintegrasi antara On-Page, Off-Page, dan aspek teknis, ditunjang strategi pemasaran digital serta pengukuran performa yang teratur, mampu meningkatkan visibilitas website secara signifikan. Dalam penelitian ini, pendekatan tersebut diterapkan pada website VendorOutbound.com sebagai studi kasus di sektor jasa wisata outbound.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan Research and Development (R&D) yang bertujuan untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi Search Engine Optimization (SEO) terarah pada website VendorOutbound.com (Waruwu, 2024). Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu Februari hingga Juli 2025, melalui

tahapan identifikasi masalah, perancangan strategi, implementasi, dan evaluasi hasil.

Subjek penelitian adalah VendorOutbound.com, yang merupakan media digital resmi penyedia jasa wisata outbound. Fokus utama penelitian ini adalah meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna melalui kombinasi teknik SEO on-page dan off-page. Populasi penelitian mencakup seluruh elemen situs yang relevan terhadap performa SEO, seperti struktur halaman, konten, metadata, backlink, dan data pengunjung. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive, yaitu pada halaman dan kata kunci yang memiliki kinerja rendah di pencarian tetapi relevan dengan layanan utama.

Prosedur penelitian diawali dengan audit SEO secara menyeluruh untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada, seperti URL yang belum SEO-friendly, meta tag yang tidak relevan, penggunaan kata kunci yang belum optimal, serta kecepatan muat halaman yang rendah. Berdasarkan temuan tersebut, disusun rencana optimasi yang terdiri atas:

1. Optimasi on-page, meliputi penataan ulang struktur halaman, penambahan konten berbasis kata kunci relevan, optimasi gambar dengan nama file dan alt text yang sesuai, serta penyempurnaan meta tag agar relevan dengan maksud pencarian (search intent).
2. Optimasi off-page, berfokus pada pembangunan backlink berkualitas dari situs eksternal yang relevan dan memiliki otoritas tinggi.

Pengumpulan data dilakukan dengan bantuan beberapa alat analisis SEO, seperti Google Search Console untuk memantau click-through rate (CTR), tayangan, posisi kata kunci, dan status indeksasi; serta Ahrefs untuk analisis backlink, pelacakan kata kunci, dan audit performa situs. Data diambil dalam dua periode, yaitu sebelum implementasi (Februari–April 2025) sebagai data dasar, dan sesudah implementasi (Mei–Juli 2025) untuk mengukur hasil perbaikan.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif deskriptif dengan pendekatan komparatif, yaitu membandingkan indikator kinerja utama (KPI) sebelum dan sesudah optimasi. Indikator tersebut meliputi total klik, jumlah tayangan, CTR, dan posisi rata-rata di hasil pencarian Google. Perubahan nilai pada indikator ini menjadi dasar dalam menilai efektivitas strategi SEO yang diterapkan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan penelitian berdasarkan data dari Google Search Console sebelum dan sesudah implementasi strategi *Search Engine Optimization* (SEO) pada *VendorOutbound.com*. Data disajikan melalui tabel dan grafik, kemudian dianalisis serta dibandingkan dengan teori dan penelitian sebelumnya.

### Hasil Analisis Awal

Analisis awal dilakukan pada periode Februari–April 2025 untuk mengetahui kondisi dasar performa SEO sebelum optimasi.

**Tabel 1. Data Halaman Teratas Periode Februari–April 2025**

No	Halaman Teratas	Klik	Tayangan
1	<a href="https://www.vendoroutbound.com/p/wisata-edukasi.html">https://www.vendoroutbound.com/p/wisata-edukasi.html</a>	1	8
2	<a href="https://www.vendoroutbound.com/p/outbound-malang.html">https://www.vendoroutbound.com/p/outbound-malang.html</a>	0	232

3	<a href="https://www.vendoroutbound.com/2024/08/paintball-outbound-batu-malang.html">https://www.vendoroutbound.com/2024/08/paintball-outbound-batu-malang.html</a>	0	10
4	<a href="https://www.vandoroutbound.com/p/wisata-keluarga.html">https://www.vandoroutbound.com/p/wisata-keluarga.html</a>	0	3
5	<a href="https://www.vendoroutbound.com/p/sitemap.html">https://www.vendoroutbound.com/p/sitemap.html</a>	0	2
6	<a href="https://www.vendoroutbound.com/2024/00/menyusuri-batu-malang-dengan-offroad.html">https://www.vendoroutbound.com/2024/00/menyusuri-batu-malang-dengan-offroad.html</a>	0	1

Tabel 1 menunjukkan bahwa meskipun beberapa halaman mendapatkan tayangan, sebagian besar belum menghasilkan klik.

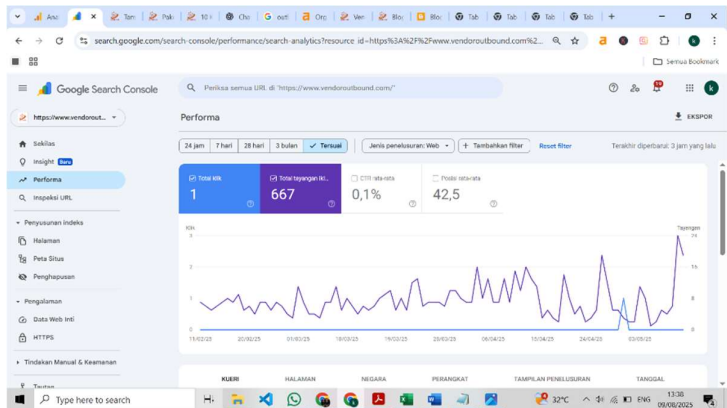
**Tabel 2. Data Kata Kunci Teratas Periode Februari–April 2025**

No	Keyword Teratas	Klik	Tayangan
1	Outbound malang	0	84
2	Paket outbound malang	0	33
3	Outbound di malang	0	23
4	Paket outbound batu malang	0	4
5	Outbound batu malang	0	3
6	Paintball batu	0	2
7	Vendor outbound	0	1
8	Paintball malang	0	1
9	Paintball batu malang	0	1

Tabel 2 menunjukkan bahwa kata kunci yang mengandung istilah “outbound” dan “Malang” memiliki tayangan tertinggi, sehingga akan menjadi fokus optimasi berikutnya.

### Analisis Trafik Pengunjung

Analisis trafik dilakukan untuk melihat rata-rata kunjungan harian dan mingguan pada Februari–April 2025 sebagai data awal sebelum optimasi. Data ini menjadi acuan dalam menentukan strategi lanjutan serta membandingkan efektivitas SEO setelah penerapan optimasi secara menyeluruh (Gambar 1).



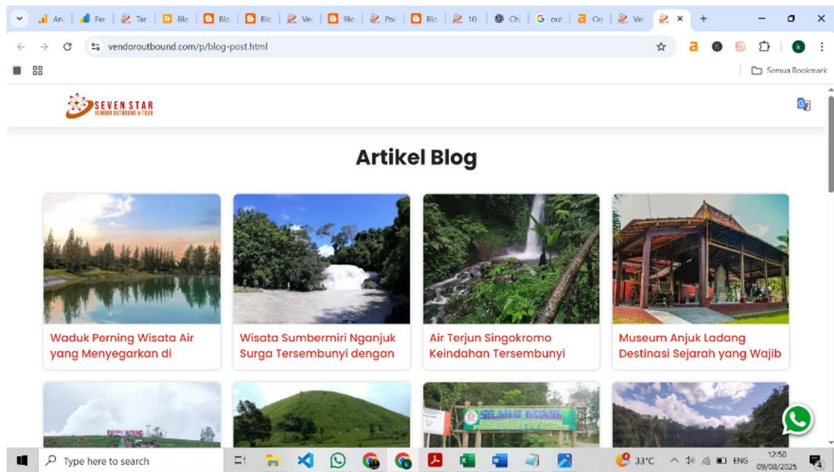
Gambar 1 . Analisis Trafik Pengunjung

Berdasarkan Google Search Console periode Februari–April 2025, situs mencatat 1 klik, 667 tayangan, CTR 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5. Tren tayangan harian berfluktuasi dengan puncak sekitar 24 tayangan, namun keterlibatan pengguna masih rendah sehingga diperlukan strategi SEO yang lebih terarah untuk meningkatkan CTR dan peringkat.

### Optimasi SEO On Page

#### a. Optimasi Struktur Web Log

Struktur *web log* vendoroutbound dioptimalkan secara manual melalui menu Tata Letak Blogger dengan mengunggah template khusus sesuai identitas visual. Komponen seperti menu navigasi, widget, footer, dan area konten ditata ulang agar rapi, responsif, dan mudah diakses, sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna dan mendukung tujuan penyampaian informasi serta promosi.

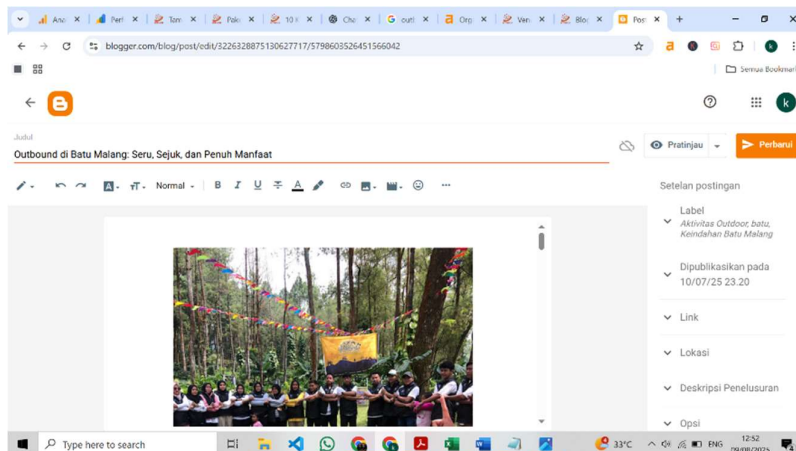


Gambar 2 Struktur Web Log Setelah di Optimasi

#### b. Optimasi Konten Web Log

## *Analisis Penerapan Metode On Page Off Page Pada Penentuan Berita Untuk Penaikan Traffic Di Website Vendoroutbound*

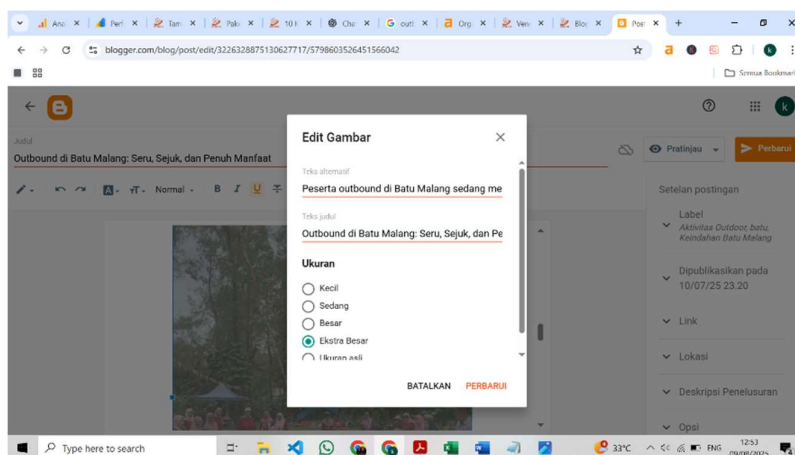
Optimasi konten dilakukan untuk meningkatkan trafik dengan memanfaatkan Google Keyword Planner untuk pemilihan kata kunci, Hemingway Editor untuk penyusunan kalimat yang ringkas dan jelas, serta Plagiarism Checker untuk memastikan orisinalitas. Kombinasi ini menghasilkan konten terstruktur, unik, dan bernilai SEO tinggi, sehingga peluang peringkat atas di hasil pencarian meningkat.



**Gambar 3 Optimasi Konten Web Log**

### c. Optimasi Gambar

Optimasi gambar dilakukan tidak hanya dengan menghadirkan desain yang unik, menarik, dan kreatif, tetapi juga melalui penamaan file yang relevan dengan tema atau topik artikel. Misalnya, untuk artikel berjudul "Peserta Outbound", gambar yang digunakan menampilkan visual kegiatan outbound, seperti foto peserta bermain, aktivitas kelompok, atau suasana lokasi outbound. Selain itu, setiap gambar diberikan alt text (teks alternatif) dan title text (teks judul) yang mengandung kata kunci terkait isi artikel. Langkah ini mempermudah mesin pencari mengindeks gambar sehingga peluang tampil di hasil pencarian, khususnya pencarian gambar, menjadi lebih besar. Dengan strategi ini, optimasi gambar tidak hanya meningkatkan kualitas visual, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam menaikkan trafik organik.



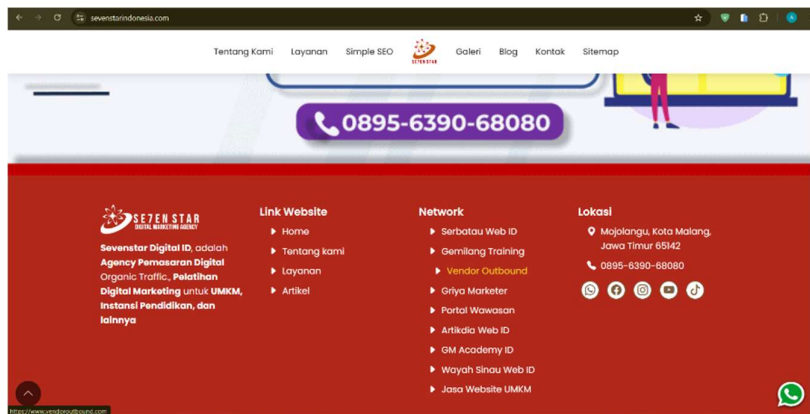
**Gambar 4 Optimasi Gambar**

### **Optimasi SEO Off Page**

- a. Menaruh Link/backlink ke situs lain

## Analisis Penerapan Metode On Page Off Page Pada Penentuan Berita Untuk Penaikan Traffic Di Website Vendoroutbound

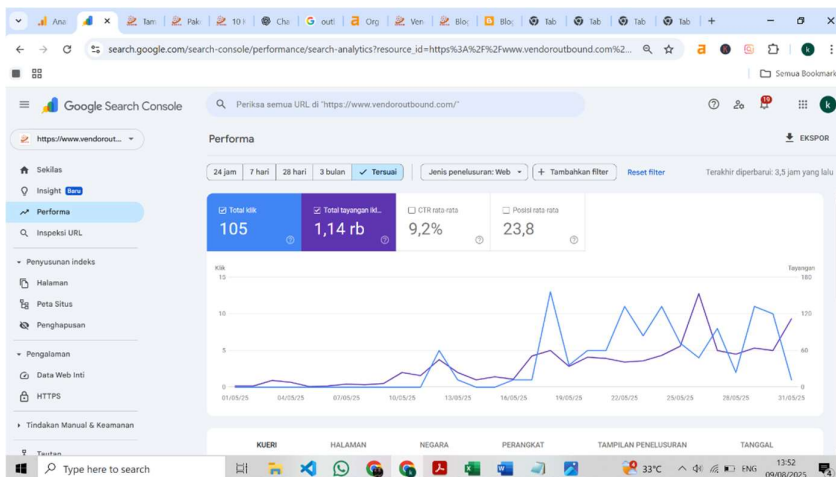
Optimasi *off-page* dilakukan dengan membangun *backlink*, yaitu menempatkan tautan pada situs atau blog lain untuk meningkatkan otoritas domain dan peringkat pencarian. *Backlink* berperan sebagai rekomendasi dari situs lain sehingga konten dianggap layak tampil lebih tinggi di hasil pencarian. Manfaatnya meliputi peningkatan otoritas, perbaikan peringkat, dan kenaikan trafik organik, terutama jika tautan berasal dari sumber yang relevan dan berkualitas. Dalam penelitian ini, *backlink* ditempatkan di berbagai posisi strategis, mulai dari bagian akhir artikel sebagai referensi, hingga pada menu navigasi situs lain agar tampil konsisten di setiap halaman, sehingga peluang klik lebih besar. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan eksposur website dan memudahkan pengguna menemukan halaman yang dituju.



Gambar 5 Optimasi Off-Page dengan menaruh backlink pada situs lainnya

### Pengukuran

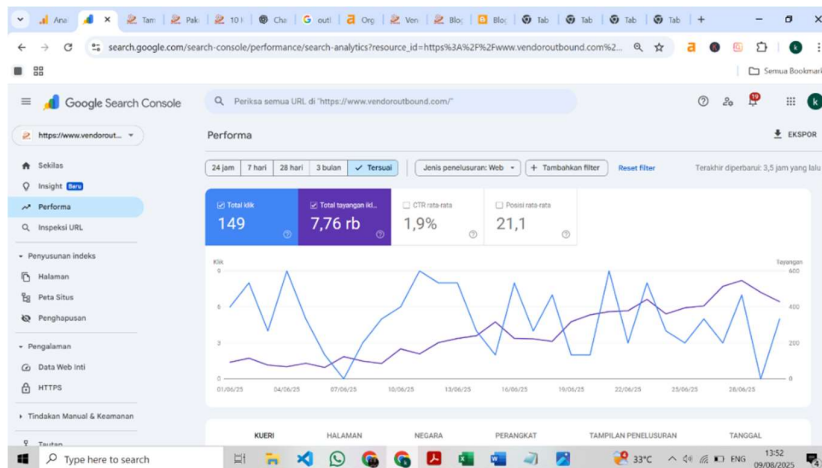
Pada tahap pengukuran ini, blog yang sudah dioptimasi mulai dilihat dan direkap hasil trafik pengunjungannya. Digunakan kembali Google Search Console untuk memantau performa blog sesuai periode waktunya. Data diambil dari bulan Mei hingga Juli 2025. Performa blog dianalisis secara menyeluruh, khususnya pada kenaikan trafik pengunjug dari organic search atau pengunjug organik. Persentase kenaikan dihitung secara proporsional berdasarkan data pengunjug organik yang terekam. Berikut hasil kenaikan traffic pengunjug setelah dioptimasi dapat dilihat pada gambar 4.6.



Gambar 6 Hasil Kenaikan Trafik Pengunjug Bulan Mei 2025

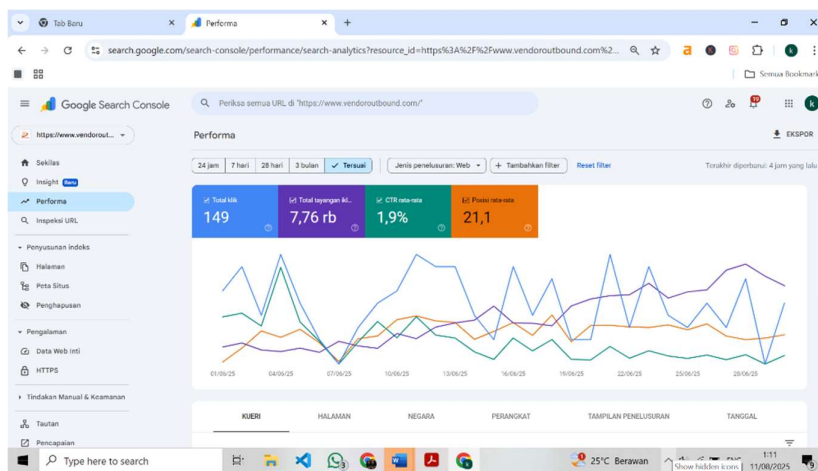
Berdasarkan data dari Google Search Console, periode awal Februari–April 2025 menunjukkan total klik sebanyak 1, total tayangan 667, CTR rata-rata 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5. Sementara pada periode berikutnya, Mei 2025 (gambar pertama), performa meningkat

signifikan dengan total klik 105, total tayangan 1,14 ribu, CTR rata-rata 9,2%, dan posisi rata-rata 23,8. Perbandingan ini memperlihatkan bahwa pada Mei 2025 situs mengalami lonjakan tayangan, peringkat yang lebih baik, dan peningkatan ketertarikan pengguna terhadap konten situs dibandingkan periode Februari–April 2025.



**Gambar 7 Hasil kenaikan Trafik pengunjung Bulan Juni 2025**

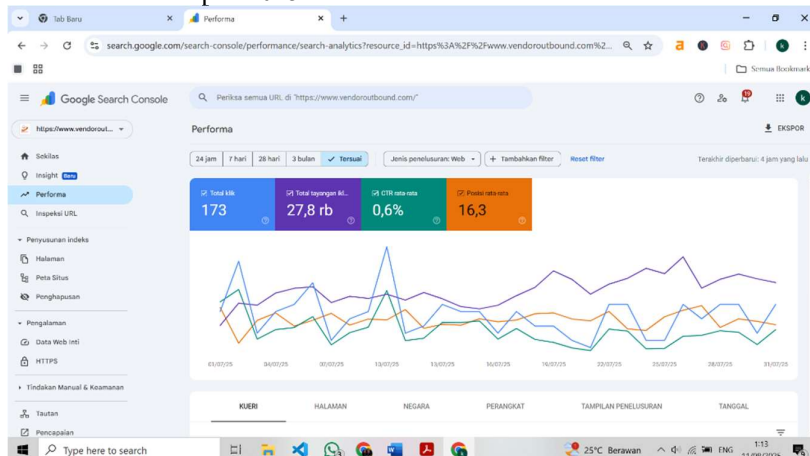
Berdasarkan perbandingan data Google Search Console antara Februari–April 2025 dan Juni 2025, terlihat peningkatan yang sangat signifikan. Pada periode Februari–April 2025, total klik hanya 1, total tayangan 667, CTR rata-rata 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5. Sementara pada periode Juni 2025, total klik melonjak menjadi 149, total tayangan meningkat drastis menjadi 7,76 ribu, CTR rata-rata naik menjadi 1,9%, dan posisi rata-rata membaik ke 21,1. Hal ini menunjukkan bahwa pada Juni 2025 situs jauh lebih sering muncul di hasil pencarian, berada pada peringkat yang lebih baik, dan mendapatkan interaksi pengguna yang lebih tinggi dibandingkan periode Februari–April 2025.



**Gambar 8 Hasil kenaikan Trafik pengunjung Bulan Juni 2025**

Berdasarkan perbandingan data Google Search Console antara Februari–April 2025 dan Juni 2025, terlihat peningkatan yang sangat signifikan. Pada periode Februari–April 2025, total klik hanya 1, total tayangan 667, CTR rata-rata 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5. Sementara pada periode Juni 2025, total klik melonjak menjadi 149, total tayangan meningkat drastis menjadi 7,76 ribu, CTR rata-rata naik menjadi 1,9%, dan posisi rata-rata membaik ke 21,1. Hal ini menunjukkan bahwa pada Juni 2025 situs jauh lebih sering muncul di hasil pencarian, berada

pada peringkat yang lebih baik, dan mendapatkan interaksi pengguna yang lebih tinggi dibandingkan periode Februari–April 2025



**Gambar 9 . Hasil kenaikan Trafik Pengunjung Bulan Juli 2025**

Berdasarkan perbandingan data Google Search Console antara Februari–April 2025 dan Juli 2025, terlihat adanya lonjakan besar pada hampir semua metrik. Pada periode Februari–April 2025, total klik hanya 1, total tayangan 667, CTR rata-rata 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5. Sedangkan pada Juli 2025, total klik meningkat drastis menjadi 173, total tayangan melonjak hingga 27,8 ribu, CTR rata-rata naik menjadi 0,6%, dan posisi rata-rata membaik signifikan menjadi 16,3. Perubahan ini menunjukkan bahwa pada Juli 2025 situs jauh lebih sering muncul di hasil pencarian Google, mendapatkan peringkat yang lebih tinggi, serta menarik lebih banyak pengunjung dibandingkan periode Februari–April 2025.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan strategi Search Engine Optimization (SEO) yang terintegrasi antara optimasi on-page dan off-page mampu memberikan peningkatan signifikan terhadap visibilitas dan performa VendorOutbound.com. Sebelum optimasi, performa situs berada pada tingkat rendah dengan hanya satu klik organik, 667 tayangan, CTR 0,1%, dan posisi rata-rata 42,5 di hasil pencarian Google. Setelah optimasi, terjadi peningkatan yang konsisten, dengan total klik mencapai 173, tayangan meningkat hingga 27,8 ribu, dan posisi rata-rata membaik menjadi 16,3 pada akhir periode pengamatan.

Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi on-page berupa perbaikan struktur situs, optimasi konten berbasis kata kunci, pengelolaan meta tag, dan optimasi gambar, bersama strategi off-page berupa pembangunan backlink berkualitas, efektif dalam meningkatkan peringkat pencarian dan jangkauan audiens. Keberhasilan ini tidak hanya relevan bagi industri jasa wisata outbound, tetapi juga dapat diadaptasi oleh sektor lain yang mengandalkan pencarian organik sebagai sumber trafik utama.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada periode pengamatan yang relatif singkat (tiga bulan), sehingga dampak jangka panjang dari strategi yang diterapkan belum sepenuhnya terukur. Selain itu, faktor eksternal seperti perubahan algoritma mesin pencari dan tren pencarian pengguna belum dianalisis secara mendalam. Penelitian selanjutnya dapat memperpanjang durasi pengamatan, mengintegrasikan analisis kompetitor, serta mengeksplorasi strategi konten berbasis tren musiman atau lokasi (local SEO) untuk memperluas potensi peningkatan trafik organik.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Erwin, E., Cindrakasih, R. R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). *Pemasaran digital: Teori dan implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fadliana, A. N. (2023). Analisis Perencanaan dan Strategi Pemasaran Digital Perusahaan Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 220–236.
- Muliadi, M., Aziz, A., & Wiguna, A. S. (2022). Implementasi search engine optimization (seo) pada situs trafik tinggi menggunakan metode on page dan off page seo. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 482–486.
- Nashir, I. A., Hanggara, B. T., & Akbar, M. A. (2025). Analisis pengaruh penggunaan strategi semantic search engine optimization (SEO) dan keyword mapping terhadap visibilitas website merteyasabaliadventure. com pada search engine. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(2).
- Pauzi, P. (2025). Literature Review: Peran Media Sosial dalam Pembentukan Citra Masjid di Masyarakat. *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 135–148.
- Ristyanto, A. A., Wijoyo, S. H., & Putra, W. H. N. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Search Engine Result Page (SERP) Menggunakan Metode SEO On-page dan Off-page (Studi Kasus: Situs Ulasan CBD Oil Australia). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 8(8).
- Sadiyah, H., & Maharani, S. H. (2024). Optimasi SEO On-Page untuk Meningkatkan Visibilitas dan Traffic Website E-Commerce: Studi Kasus pada Website Fahmi Sasirangan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 76–85.
- Waruwu, M. (2024). Metode penelitian dan pengembangan (R&D): konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220–1230.