

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang, Penggunaan internet berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pelayanan pelanggan di Internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet. Pemasaran di internet sama dengan direct marketing, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.

lebih dari dua pertiga penduduk Indonesia menjadi pengguna internet sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Fenomena ini terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh kemudahan akses dan penyebaran teknologi yang semakin terjangkau. Perkiraan menunjukkan bahwa tren ini akan terus melaju pesat di masa depan. Menurut data terbaru pada Januari 2024 yang berasal dari website <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia/>, bahwa terdapat 185,3 juta pengguna internet di awal tahun 2024, atau setara dengan 66,5% dari total populasi masyarakat Indonesia sebesar 278,7 juta orang (Simon Kemp, 2024). Hal ini mencerminkan adopsi yang massif terhadap teknologi digital di tengah masyarakat, menandakan peran penting internet dalam kehidupan modern di Indonesia.

Website menjadi salah satu dampak nyata dari kemudahan dan penyebaran teknologi saat ini, tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga *Website* memiliki berbagai fungsi, yaitu fungsi komunikasi, fungsi informasi, fungsi hiburan, dan fungsi transaksi (Athallah & Kraugusteeliana, 2022). Saat ini, Telkom University telah memiliki *website* yang memadai dalam hal penyajian informasi. *Website* tersebut berisi berbagai informasi penting mengenai program studi, kegiatan akademik, berita terbaru, blog, serta informasi tentang penerimaan mahasiswa baru.

Kurangnya pemerataan isi setiap *website* di lingkungan Telkom University, baik dari segi informasi, tampilan dan keaktifan dalam membuat konten. Menjadikan tantangan dalam menarik pengunjung menjadi masalah yang signifikan. Di tengah persaingan ketat antar universitas dalam menarik minat calon mahasiswa, *brand awareness* yang kuat di dunia digital menjadi salah satu kunci sukses dalam persaingan digital. Banyak calon mahasiswa dan orang tua menggunakan mesin pencari seperti Google untuk mencari informasi mengenai universitas. Oleh karena itu, kemampuan *website* Telkom University untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian menjadi sangat krusial.

Meskipun telah ada upaya untuk mengoptimalkan *website*, hasil yang didapat masih belum maksimal. Beberapa halaman penting masih sulit ditemukan dalam hasil pencarian, yang mengindikasikan bahwa optimasi mesin pencari atau *Search Engine Optimization* (SEO) perlu ditingkatkan. sebagai salah satu universitas swasta terbesar di Indonesia memanfaatkan segala kemajuan teknologi bisa menjadi solusi untuk mengatasi tantangan ini, salah satunya memanfaatkan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) bisa menjadi solusi yang menjanjikan.

Direktorat Pusat Teknologi Informasi Telkom University (PuTI) bertanggung jawab atas pengoptimasian mesin pencari atau *Search Engine Optimization* (SEO) dari seluruh *website* domain Telkom University (Tel-U) dan menjadi tempat pelaksanaan magang penulis selama 2 semester. Salah satu alasan mengapa penulis memilih PUTI sebagai tempat magang, karena menjadi Pusat Teknologi dan Informasi di lingkungan Telkom University. Selanjutnya, posisi yang dipilih merupakan Digital Branding Intern, karena penulis percaya bahwa sejalan dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat serta kebutuhan yang tinggi di dunia kerja terutama dalam cabang *digital marketing* yaitu SEO , sejalan dengan fokus penulis.

Dalam penelitian ini, digital marketing, khususnya optimasi mesin pencari (SEO) memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan visibilitas *website* di mesin pencari. Dengan menonjolkan aspek SEO dan dipadukan dengan AI dalam membuat strategi *digital branding*, Telkom University dapat lebih efektif menarik minat calon mahasiswa dan memperkuat kesadaran merek di dunia digital. Optimalisasi SEO tidak hanya akan meningkatkan jumlah pengunjung *website*, tetapi juga akan berdampak positif pada citra institusi secara keseluruhan. Laporan magang ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi digital marketing yang lebih efektif dan berkelanjutan, sehingga Telkom University dapat terus bersaing dan beradaptasi dengan dinamika teknologi digital di masa depan.

Penulis berfokus pada tugas menulis artikel evergreen, komentar backlink, guest post backlink, dan redirect backlink. Melalui aktivitas ini, penulis bertujuan untuk menghasilkan konten yang relevan bagi target audiens guna meningkatkan peringkat organik di *Search Engine Result Page* (SERP) dan meningkatkan lalu lintas ke *website* Telkom University khususnya pada *website* prodi S1 Teknik Elektro. Dengan fokus pada tugas-tugas tersebut, penulis berharap dapat berkontribusi dan memperkuat Digital Branding untuk Telkom University.

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimana Implementasi Search Engine Optimization dalam membantu meningkatkan visibilitas website prodi S1 Teknik Elektro Telkom University 2024?**

Solusi : mengimplementasikan metode SEO baik dari segi Onpage berupa artikel *evergreen* dengan tema Pendidikan dan teknologi maupun dari segi Offpage dengan melakukan *Link Building*.

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan yang akan dicapai adalah:

Untuk Mengetahui bagaimana implementasi Search Engine Optimization dalam meningkatkan visibilitas website prodi S1 Teknik Elektro Telkom University 2024.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada merupakan batasan-batasan pembahasan yang akan penulis masukkan di dalam laporan magang. Batasan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Objek dari laporan ini berasal dari *website* prodi S1 Teknik Elektro
2. Deskripsi pekerjaan yang dilaksanakan oleh penulis (Optimasi SEO Onpage berupa artikel *evergreen* dengan tema Pendidikan dan teknologi maupun dari segi Offpage dengan melakukan *Link Building*)

1.5 Penjadwalan Kerja

Berikut ini adalah table jadwal pelaksanaan kerja dalam satuan waktu minggu:

Tabel 1.1 Penjadwalan Kerja

No	Deskripsi Kerja	September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi/pengenalan job desk																
2	Pembuatan Artikel																
3	Optimasi SEO																
4	Analisa Hasil Optimasi																

No	Deskripsi Kerja	Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi																
2	Optimasi SEO																
3	Monitoring																
4	Evaluasi																

No	Deskripsi Kerja	Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi																
2	Optimasi SEO																
3	Analisa Hasil																
4	Pembuatan laporan																