

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi digital mendorong perusahaan untuk memaksimalkan *website* sebagai media penyampaian pesan dan promosi. Salah satunya adalah MarkPlus Institute yang aktif memanfaatkan blog pada *website* resminya sebagai sarana komunikasi digital. Melalui blog ini, perusahaan menyampaikan berbagai artikel informatif seputar program pelatihan, seminar, dan sertifikasi yang ditawarkan. Artikel-artikel tersebut menjadi media penting dalam membangun keterlibatan audiens, namun efektivitasnya masih belum optimal, baik dari segi visibilitas di mesin pencari maupun dari sisi penyampaian pesan. Melalui perancangan karya ini, penulis mengintegrasikan strategi SEO *on-page* dengan pendekatan produksi pesan berbasis teori *Message Design Logic* untuk meningkatkan kualitas artikel, baik dari aspek teknis maupun isi. Implementasi dilakukan dalam bentuk produksi 20 artikel dari satu tema utama yang disusun dengan pendekatan *Expressive*, *Conventional*, dan *Rhetorical Design Logic*. Ketiganya berhasil diterapkan untuk menyampaikan pesan yang jelas, menarik secara emosional, dan mampu meningkatkan urutan di hasil mesin pencari untuk beberapa kata kunci. Pendekatan ini juga dapat menjadi contoh praktik strategi komunikasi digital yang efektif di ranah media digital. Ke depannya, perancangan karya ini dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pendekatan kuantitatif untuk mengukur efektivitasnya secara objektif serta dibandingkan dengan teori komunikasi lainnya guna memperkaya perspektif akademik dalam bidang digital media.

Kata Kunci: SEO *on-page*, Produksi Pesan, *Message Design Logic*, *Website*, MarkPlus Institute.