

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) dalam meningkatkan visibilitas serta digital branding Universitas Telkom di mesin pencari pada tahun 2024. Dalam era digital yang semakin maju, peran media online menjadi krusial bagi institusi pendidikan untuk menarik perhatian calon mahasiswa dan memperkuat citra mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan deskriptif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang dampak teknik SEO terhadap branding digital Universitas Telkom. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap perubahan peringkat kata kunci dan lalu lintas organik setelah penerapan teknik SEO. Analisis dilakukan untuk memahami bagaimana strategi digital branding ini mempengaruhi persepsi dan penilaian terhadap Universitas Telkom dalam konteks pencarian online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknik SEO pada website Universitas Telkom secara signifikan meningkatkan visibilitas di mesin pencari. Peningkatan peringkat kata kunci utama yang terkait dengan Universitas Telkom, serta peningkatan jumlah pengunjung organik adalah indikator keberhasilan dari strategi digital branding yang diterapkan. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan teknik SEO yang tepat dapat secara efektif meningkatkan branding digital dan keberadaan media online Universitas Telkom. Rekomendasi diberikan untuk terus mengoptimalkan strategi SEO dengan memperhatikan perkembangan algoritma mesin pencari dan tren perilaku pengguna, guna mempertahankan dan meningkatkan posisi Universitas Telkom dalam persaingan di dunia digital.

Kata Kunci : SEO, visibilitas, digital branding, Universitas Telkom, mesin pencari, peringkat kata kunci, lalu lintas organi