

ABSTRAK

Perkembangan pesat di ranah internet telah menguatkan peran penting website dalam menyediakan informasi yang dicari oleh pengguna. Keberhasilan sebuah website sering kali diukur dari jumlah trafik yang diterimanya, yang erat kaitannya dengan peringkatnya di halaman hasil pencarian mesin pencari (*Search Engine Result Page/SERP*). Untuk mencapai peringkat yang baik di halaman mesin pencari dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) guna menghasilkan potensi trafik bagi layanan atau produk suatu perusahaan, diperlukan penerapan teknik optimasi SEO, baik secara on-page maupun off-page.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisis implementasi strategi SEO baik secara on-page maupun off-page pada sebuah website. Dalam rangka mencapai tujuan ini, penelitian akan menggunakan alat pengujian yang terkenal, termasuk Ahrefs, Similarweb, dan Ubersuggest. Dengan menggunakan alat-alat ini, penelitian akan memeriksa dan mengevaluasi berbagai aspek optimasi SEO, termasuk kualitas tautan balik, struktur situs, kepadatan kata kunci, kualitas konten, dan faktor-faktor lain yang relevan.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan metodologi kualitatif dalam penyelidikannya. Dengan pendekatan ini, penelitian akan fokus pada pemahaman mendalam tentang implementasi strategi SEO yang telah diterapkan pada website Prodi D3 Teknologi Telekomunikasi. Metode penelitian kualitatif memungkinkan penulis untuk mengeksplorasi secara komprehensif pengalaman, persepsi, dan praktik yang terlibat dalam proses optimasi SEO tersebut.

Hasil penelitian diharapkan akan menunjukkan dampak optimasi SEO terhadap trafik dan peringkat SERP. Temuan ini diharapkan memberikan pemahaman lebih dalam tentang efektivitas teknik optimasi SEO dalam meningkatkan visibilitas website di mesin pencari.

Kata Kunci: *Search Engine Result Page, Website, SEO On-page, SEO Off-page*