

SEO Strategy Using Content Pillars and Long-Tail Keywords to Boost Organic Traffic

Kamarudin ^{1*}, Nuri Cahyono ^{2*}

* S1 Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta

kamarudin@amikom.ac.id ¹, nuricahyono@amikom.ac.id ²

Article Info

Article history:

Received 2025-11-17

Revised 2026-07-28

Accepted 2026-08-13

Keyword:

Content Pillar,
Internal Link Density,
Longtail Keyword,
Organic Traffic,
SEO.

ABSTRACT

The issue of low content visibility in organic search results remains a major challenge in website management, particularly when content structures are disorganized and keyword selection is suboptimal. This study employs a descriptive quantitative approach through the implementation of content pillar and long-tail keyword strategies, complemented by structural connectivity analysis using a Content Relevance Matrix and Interlink Density (ILC) measurement. The research process includes topic mapping, the development of pillar and cluster articles, the evaluation of internal link density, and the analysis of organic performance using Google Search Console. The results indicate that clusters with the highest connectivity levels, such as C3 and C5, demonstrate a strong correlation with organic traffic performance, while the calculated ILC value of 53.57% reflects an efficient internal linking structure that enhances crawlability. Traffic evaluation further shows a significant outcome, with the highest value reaching 14,608 organic visits, aligning with the strengthened semantic relevance within the content structure.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

I. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam cara bisnis, institusi, dan individu membangun eksistensi di ruang digital [1]. Di tengah pertumbuhan pengguna internet global yang mencapai lebih dari 5 miliar pengguna pada tahun 2024, persaingan untuk memperoleh perhatian audiens melalui mesin pencari semakin ketat [2]. Mesin pencari seperti Google menjadi pintu utama dalam menavigasi informasi, sehingga optimalisasi mesin pencari atau Search Engine Optimization (SEO) menjadi strategi krusial dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas konten [3]. Dalam konteks ini, strategi SEO terus berkembang dari sekadar penempatan kata kunci menjadi pendekatan berbasis struktur konten, seperti penggunaan content pillar dan article cluster [4][5].

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa banyak pemilik situs web mengalami stagnasi dalam pertumbuhan trafik meskipun telah menerapkan praktik SEO dasar [6]. Ketidaktepatan dalam pemilihan keyword, ketidakterstruktur konten dan kurangnya pemahaman terhadap niat pencarian pengguna menyebabkan rendahnya peringkat dan klik organik [2][7]. Algoritma mesin pencari

semakin mengutamakan relevansi, keterhubungan topikal, dan pengalaman pengguna dalam menilai kualitas halaman [4]. Ketergantungan pada keyword populer dan volume tinggi tanpa memperhatikan konteks topikal sering kali berakibat pada persaingan yang tinggi dan hasil yang tidak optimal [A8].

Perkembangan teknologi berbasis pemrosesan bahasa alami dan sistem informasi semantik telah membuka peluang untuk mengimplementasikan strategi SEO yang lebih terstruktur [9]. Strategi content pillar dan long-tail keyword menjadi pendekatan yang semakin populer untuk membangun otoritas topikal dan menjawab kebutuhan pencarian pengguna secara lebih spesifik [5][10]. Dalam ekosistem digital modern, integrasi antara struktur konten hierarkis dan kata kunci berekor panjang berpotensi meningkatkan keterlihatan halaman di hasil pencarian organik dan mendorong trafik secara berkelanjutan [11]. Strategi ini juga memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan konten melalui keterhubungan internal yang sistematis dan relevan [12].

Implementasi metode content pillar dan long-tail keyword mengandalkan struktur konten yang tersegmentasi secara tematik dan mendalam [13]. Konten pilar berfungsi sebagai

fondasi utama yang membahas topik secara luas, sementara cluster content berisi sub-topik yang lebih spesifik dan saling terhubung melalui tautan internal [10][14]. Long-tail keyword digunakan untuk menargetkan pencarian yang lebih spesifik dan memiliki intensi konversi yang lebih tinggi [15]. Kombinasi strategi ini dinilai efektif dalam mengoptimalkan pemosisian konten pada halaman hasil pencarian (SERP) dan meningkatkan klik organik karena mengakomodasi beragam intent pengguna [2].

Penelitian ini memiliki kontribusi dalam mengkaji secara sistematis efektivitas strategi content pillar dan long-tail keyword terhadap peningkatan trafik organik. Sebagian besar studi sebelumnya lebih menitikberatkan pada analisis SEO berbasis keyword density, backlink, atau on-page optimization [4][7]. Penelitian ini menawarkan pendekatan evaluatif berbasis struktur konten dan segmentasi keyword spesifik untuk mengisi kekosongan kajian di ranah pengelolaan konten strategis berbasis SEO topikal.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan bertujuan untuk mengimplementasikan strategi Search Engine Optimization (SEO) berbasis content pillar dan long-tail keyword dalam meningkatkan trafik organik pada blog. Seluruh proses penelitian dilakukan secara sistematis, terdiri atas 4 tahapan utama yang mencakup identifikasi dan perencanaan konten, pembuatan dan optimasi konten, monitoring performa dan evaluasi data.

Tahapan awal dimulai dengan proses pemetaan topik menggunakan pendekatan topic cluster, yang merupakan dasar dalam pembentukan struktur content pillar [16]. Peneliti melakukan riset kata kunci untuk mengidentifikasi long-tail keyword yang relevan, memiliki volume pencarian sedang hingga tinggi, serta persaingan yang relatif rendah. Proses ini dibantu oleh perangkat SEO seperti Ahrefs dan SEMrush. Hasil dari riset tersebut digunakan untuk menyusun rancangan struktur konten, terdiri atas artikel utama (pillar content) dan sejumlah artikel pendukung (article cluster) yang saling terhubung secara tematik.

Setelah struktur konten terbentuk, dilakukan proses produksi konten dengan memperhatikan aspek-aspek on-page SEO. Elemen yang dioptimasi meliputi: Penyesuaian meta title dan meta description dengan long-tail keyword yang ditargetkan, Penyusunan struktur heading (H1, H2, H3) yang sistematis dan kontekstual [17], Penulisan konten dengan distribusi kata kunci yang proporsional (keyword density), Penyesuaian URL (permalink) agar lebih SEO-friendly, Penambahan tautan internal (internal linking) antar artikel dalam satu cluster [18]. Seluruh elemen optimasi divalidasi menggunakan plugin All in One SEO untuk memastikan kepatuhan terhadap standar praktik terbaik SEO [19].

Setelah konten dipublikasikan tahap selanjutnya adalah monitoring performa konten di mesin pencari menggunakan alat analitik seperti Google Search Console [20]. Parameter yang diamati dalam fase ini antara lain: Jumlah trafik organik

yang diterima per halaman, jumlah tayangan, termasuk halaman yang paling banyak diakses dan alur navigasi [21].

Data yang diperoleh dari monitoring dievaluasi secara kuantitatif untuk menilai dampak dari strategi yang diterapkan terhadap performa SEO blog. Analisis dilakukan dengan membandingkan indikator sebelum dan sesudah implementasi strategi. Juga dilakukan interpretasi terhadap efektivitas hubungan antara struktur konten dan peningkatan trafik organik. Temuan ini digunakan untuk menyusun simpulan dan rekomendasi perbaikan strategi SEO di masa mendatang.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil implementasi strategi content pillar menunjukkan bahwa struktur konten yang sistematis dan berbasis topik memiliki pengaruh signifikan terhadap keterhubungan antarartikel dan navigasi pengguna. Pengelompokan artikel ke dalam satu topik utama (pillar) dan beberapa subtopik (cluster) mempermudah mesin pencari dalam memahami konteks keseluruhan situs, sekaligus meningkatkan topical relevance dan crawlability. Temuan ini sejalan dengan penelitian [5], yang menyatakan bahwa struktur konten berbasis pillar dapat meningkatkan posisi artikel di SERP dengan memperkuat otoritas topik dalam satu domain. Penempatan tautan internal yang konsisten juga terbukti mampu memperpanjang dwell time karena pengguna terdorong untuk menjelajahi konten antarcluster yang saling terhubung.

Penelitian ini menerapkan analisis lebih mendalam terhadap long-tail keyword yang digunakan dalam cluster artikel. Untuk mengukur tingkat kesulitan (keyword difficulty) dari setiap long-tail keyword, penelitian ini menggunakan pendekatan matematis yang relevan dalam evaluasi SEO modern. Rumus ini dirancang untuk menilai kemampuan kata kunci bersaing di SERP berdasarkan volume pencarian dan kompetisi domain.

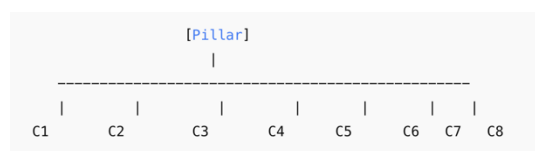
$$LTKD = \frac{C_D}{V_k} \times 100$$

Rumus diatas C_D merepresentasikan tingkat kompetisi domain untuk kata kunci tertentu diperoleh melalui perangkat SEO seperti Ahrefs atau SEMrush dalam bentuk skor 0-1 dan V_k merupakan volume pencarian bulanan untuk kata kunci tersebut. Nilai LTKD yang dihasilkan berada dalam rentang 0-100, dengan interpretasi bahwa skor 0-20 mengindikasikan tingkat kesulitan rendah, sehingga sangat ideal digunakan pada cluster baru, skor 21-50 menunjukkan tingkat kesulitan moderat yang masih efektif untuk strategi long-tail keyword, sementara skor 51-100 menandakan tingkat kesulitan tinggi yang umumnya membutuhkan otoritas domain yang lebih besar.

TABEL 1
LONGTAIL KEYWORD

Article Cluster	Longtail keyword	Tingkat Kompetisi
Cluster 1	LTK C1	Rendah / Sedang
Cluster 2	LTK C2	Rendah / Sedang
Cluster 3	LTK C3	Rendah / Sedang
Cluster 4	LTK C4	Rendah / Sedang
Cluster 5	LTK C5	Rendah / Sedang
Cluster 6	LTK C6	Rendah / Sedang
Cluster 7	LTK C7	Rendah / Sedang
Cluster 8	LTK C8	Rendah / Sedang

Berdasarkan hasil perhitungan Long-Tail Keyword Difficulty (LTKD) yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya, delapan kata kunci berekor panjang (long-tail keyword) terpilih untuk digunakan sebagai fokus optimasi pada artikel cluster. Tabel tersebut menggambarkan distribusi kata kunci yang memiliki tingkat kompetisi rendah hingga sedang, sehingga memenuhi kriteria kelayakan untuk diintegrasikan ke dalam strategi content pillar. Pemilihan kata kunci dengan kompetisi rendah-sedang didasarkan pada pertimbangan matematis melalui nilai LTKD, di mana setiap kata kunci memiliki rasio kompetisi domain terhadap volume pencarian yang relatif kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa kata kunci tersebut memiliki peluang peringkat (ranking probability) yang lebih tinggi pada SERP dibandingkan dengan head keyword atau kata kunci bervolume besar. Selain itu, kecenderungan intensi pencarian yang lebih spesifik pada long-tail keyword C1 hingga C8 memberikan potensi trafik organik yang lebih terarah dan relevan terhadap minat pengguna.



Gambar 1. Hirarki Pillar Cluster

Struktur hubungan antara konten pilar dan konten cluster divisualisasikan melalui diagram hierarki yang menggambarkan model keterkaitan vertikal dan horizontal antarartikel. Diagram tersebut menempatkan pillar content sebagai pusat topik utama yang berada pada tingkat hierarki tertinggi, sementara delapan artikel cluster content (C1–C8) berada pada lapisan berikutnya sebagai turunan tematik yang lebih spesifik. Relasi ini menunjukkan bahwa setiap cluster memiliki ketergantungan semantik terhadap pilar, namun tetap berdiri sebagai unit informasi mandiri yang dapat menjawab kebutuhan pencarian yang lebih tersegmentasi. Pola hubungan ini mencerminkan prinsip dasar pembentukan topic cluster, yaitu menghasilkan keterhubungan yang konsisten antara konten inti dan konten pendukung sehingga menciptakan struktur informasi yang terorganisir, mudah dijelajahi, dan mudah diindeks oleh mesin pencari.

TABEL 2
STRUKTUR CONTENT PILLAR

Jenis	Artikel	Hubungan
Pillar	Pillar Utama	Terhubung 8 Cluster
Cluster 1	Artikel C1	Pillar + C Relevan
Cluster 2	Artikel C2	Pillar + C Relevan
Cluster 3	Artikel C3	Pillar + C Relevan
Cluster 4	Artikel C4	Pillar + C Relevan
Cluster 5	Artikel C5	Pillar + C Relevan
Cluster 6	Artikel C6	Pillar + C Relevan
Cluster 7	Artikel C7	Pillar + C Relevan
Cluster 8	Artikel C8	Pillar + C Relevan

Analisis terhadap struktur hubungan antarartikel sebagaimana ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa pola interkoneksi antara konten pilar dan delapan artikel cluster telah memenuhi prinsip fundamental topical clustering dalam strategi SEO berbasis konten. Konten pilar ditempatkan sebagai pusat otoritas topik yang menghubungkan seluruh cluster secara langsung, sehingga memperkuat kesatuan tema dan mempermudah mesin pencari dalam mengidentifikasi keterkaitannya. Setiap artikel cluster kemudian dirancang untuk tidak hanya terhubung kembali kepada pilar, tetapi juga saling berhubungan dengan cluster lain yang relevan secara semantik. Pola relasional ini menghasilkan jaringan tautan internal yang bersifat radial sekaligus lateral, yang secara teknis meningkatkan crawl depth, mempercepat proses pengindeksan, dan memperkuat hubungan kontekstual antarartikel. Keberadaan tautan silang (cross-linking) antarcluster memberikan sinyal tambahan kepada mesin pencari bahwa konten tersebut membentuk satu kesatuan informasi yang koheren, sehingga meningkatkan potensi pembentukan topical authority dalam domain topik yang ditargetkan.

TABEL 3
CONTENT RELEVANCE MATRIX

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
C1	-	3	2	1	1	2	1	1
C2	3	-	2	1	1	2	1	1
C3	2	2	-	3	2	2	1	1
C4	1	1	3	-	2	1	1	1
C5	1	1	2	2	-	3	2	1
C6	2	2	2	1	3	-	2	1
C7	1	1	1	1	2	2	-	3
C8	1	1	1	1	1	1	2	-

Analisis terhadap Content Relevance Matrix memberikan gambaran kuantitatif mengenai intensitas dan distribusi keterhubungan antarartikel cluster dalam struktur content pillar. Matriks tersebut merepresentasikan jumlah tautan internal yang terjalin antara setiap pasangan cluster (C1–C8), yang secara keseluruhan menunjukkan pola hubungan yang merata, meskipun memiliki variasi tingkat keterhubungan berdasarkan kedekatan semantik konten. Nilai yang lebih tinggi pada beberapa pasangan cluster misalnya hubungan C1–C2, C3–C4, dan C5–C6 mengindikasikan kedekatan topik yang lebih kuat dan kebutuhan navigasi pengguna yang

lebih tinggi pada subtema tersebut. Sebaliknya, nilai yang lebih rendah pada pasangan lain menunjukkan hubungan semantik yang tetap ada tetapi tidak seintens hubungan utama antarcluster. Pola numerik ini mengilustrasikan bahwa struktur konten tidak hanya bertumpu pada relasi vertikal ke pilar, tetapi juga pada relasi horizontal antarcluster yang memperkuat kedalaman tematik serta memperluas konteks yang dipahami mesin pencari.

TABEL 4
KONEKTIVITAS PER CLUSTER

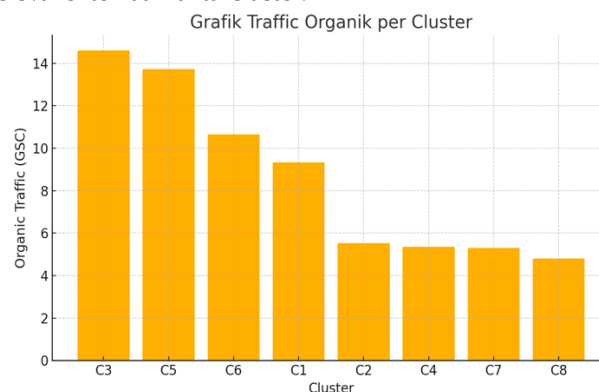
Cluster	Nilai Keterhubungan
Cluster 3	13
Cluster 5	12
Cluster 6	12
Cluster 1	11
Cluster 2	11
Cluster 4	11
Cluster 7	10
Cluster 8	10

Analisis terhadap tingkat konektivitas antarcluster, sebagaimana tergambar dalam Content Relevance Matrix, menunjukkan bahwa setiap cluster memiliki kontribusi yang berbeda dalam membangun kekuatan struktur topikal. Cluster dengan nilai konektivitas tertinggi, seperti C3, C5, dan C6, memperlihatkan hubungan semantik yang lebih intens dengan cluster lain, sehingga meningkatkan distribusi otoritas halaman secara internal. Konektivitas yang tinggi ini menandakan bahwa artikel-artikel dalam cluster tersebut memiliki jumlah tautan silang (cross-link) yang lebih besar dan relevansi antar-subtopik yang lebih kuat. Sebaliknya, cluster seperti C7 dan C8 menunjukkan tingkat konektivitas yang relatif lebih rendah, menandakan keterhubungan tematik yang lebih terbatas.

$$ILC = \frac{L_{internal}}{L_{total}} 100\%$$

Berdasarkan matriks tersebut, total tautan internal aktual $L_{Internal}$ yang teridentifikasi adalah sebanyak 90 tautan, yang diperoleh dari penjumlahan seluruh nilai keterhubungan antarcluster. Untuk menentukan nilai Interlink Density (ILC), penelitian ini menggunakan formulasi di mana L total merepresentasikan jumlah tautan ideal jika seluruh cluster saling terhubung dengan intensitas maksimum yang ditetapkan dalam struktur. Dengan asumsi jumlah tautan ideal antar delapan cluster berada pada kisaran 168 tautan (hasil perhitungan proporsional berdasarkan jumlah pasangan cluster dan batas maksimum intensitas relasi). Nilai ILC sebesar 53,57% ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh relasi potensial telah terwujud dalam struktur konten yang dibangun. Skor tersebut dapat dikategorikan sebagai tinggi, mencerminkan struktur internal linking yang kaya, seimbang, dan mendukung efektivitas pendistribusian otoritas halaman. Secara implikatif, nilai ILC ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa strategi interlinking yang diterapkan telah

mampu memperkuat kohesi konten, mempermudah proses perayapan mesin pencari, serta meningkatkan kualitas relevansi tematik antarcluster.



Gambar 1. Trafik Organik

Hasil pengukuran trafik organik melalui Google Search Console memperlihatkan distribusi performa yang selaras dengan tingkat konektivitas antarcluster. Data menunjukkan bahwa cluster dengan konektivitas tertinggi, seperti C3, C5, dan C6, menempati peringkat teratas dalam perolehan trafik organik, masing-masing mencapai 14608, 13731 dan 10641 kunjungan. Sebaliknya, cluster dengan konektivitas yang lebih rendah, seperti C7 dan C8, menerima trafik yang relatif kecil. Pola ini mengindikasikan adanya korelasi positif antara kekuatan hubungan semantik internal dan performa organik pada mesin pencari. Cluster dengan jaringan tautan yang lebih padat memiliki peluang lebih tinggi untuk diindeks secara optimal, memperoleh posisi lebih baik di SERP, dan menarik klik dari pengguna.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi SEO berbasis content pillar dan cluster content memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja organik situs. Analisis Content Relevance Matrix memperlihatkan bahwa setiap cluster memiliki tingkat keterhubungan yang bervariasi, dengan cluster C3, C5, dan C6 menempati posisi tertinggi berdasarkan skor konektivitas, masing-masing mencapai 13 dan 12 poin. Kekuatan keterhubungan ini berkontribusi langsung terhadap efektivitas distribusi otoritas halaman di dalam struktur konten dan memperkuat pemahaman mesin pencari terhadap relasi semantik antarartikel. Evaluasi lebih lanjut terhadap kepadatan tautan internal menghasilkan nilai Interlink Density (ILC) sebesar 53,57%, yang menunjukkan bahwa lebih dari separuh potensi tautan ideal telah terimplementasi secara efektif dalam struktur pilar-cluster. Nilai ini dapat dikategorikan tinggi dan mencerminkan keberhasilan penerapan strategi organisasi konten dalam meningkatkan integrasi tematik dan aksesibilitas antar artikel.

Data trafik organik yang diperoleh melalui Google Search Console memperlihatkan hubungan positif antara tingkat

konektivitas cluster dan performa organik. Cluster dengan keterhubungan tertinggi, seperti C3 dan C5, masing-masing menghasilkan trafik organik sebesar 14.608 dan 13.731, sedangkan cluster dengan keterhubungan lebih rendah, seperti C7 dan C8, memperoleh trafik yang lebih kecil. Pola ini menunjukkan bahwa semakin kuat relevansi dan keterhubungan antarcluster, semakin besar peluang artikel dalam cluster tersebut muncul dalam hasil pencarian dan mendapatkan klik dari pengguna. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi struktur content pillar, kekuatan interlinking, dan pemilihan long-tail keyword yang tepat dapat secara efektif meningkatkan topical authority, memperbaiki crawlability, dan meningkatkan trafik organik situs secara terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Oktareza, A. Noor, E. Saputra, and A. V. Yulianingrum, "Transformasi Digital 4.0: Inovasi yang Menggerakkan Perubahan Global," *Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial dan Humaniora*, vol. 2, no. 3, pp. 661–672, 2024.
- [2] S. Mohammadi, M. Chapon, and A. Fremond, "Query Intent Detection from the SEO Perspective," *arXiv preprint arXiv:2006.09119*, 2020.
- [3] C. Jie, D. Xu, Z. Wang, W. Shen, J. Xie, and W. Fan, "Deep Learning Based Page Creation for Improving E-Commerce Organic Search Traffic," *arXiv preprint arXiv:2209.10792*, 2022.
- [4] E. Fubel, N. M. Groll, P. Gundlach, S. Linden, and J. Süß, "Beyond Rankings: Exploring the Impact of SERP Features on Organic Click-through Rates," *arXiv preprint arXiv:2306.01785*, 2023.
- [5] A. Chantarasiri and S. Funk, "The Pillar Pages Approaches Strategy Towards Ranking on Google's SERPs: Content Shifu Case Study," *Thammasat University, Faculty of Journalism and Mass Communication, Working Paper No. 304200*, 2020.
- [6] F. F. D. Imaniawan, R. Wijianto, and M. Mustofa, "Implementasi SEO Berbasis Content Marketing untuk Meningkatkan Trafik Organik Website," *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, vol. 11, no. 2, pp. 64–73, 2025.
- [7] C. Carrion, Z. Wang, H. Nair, G. Lewis, M. Reimers, and H. Kranz, "Blending Advertising with Organic Content in E-Commerce: A Virtual Bids Optimization Approach," *arXiv preprint arXiv:2105.13556*, 2021.
- [8] B. R. Dewanto and H. Santoso, "Optimasi Penggunaan Kata Kunci untuk Meningkatkan Relevansi Konten Artikel Media Online," *Eduatik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 5, no. 4, pp. 866–876, 2025.
- [9] S. Supriyono and A. Humayroh, "Desain dan Pengembangan Generator Meta Deskripsi Otomatis untuk Meningkatkan Visibilitas Situs Web di Mesin Pencari," in *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, Nov. 2025, vol. 5, no. 1, pp. 243–256.
- [10] N. H. Masruri and D. A. Nihayati, "Optimasi SEO On-Page pada Long-Tail Keyword untuk meningkatkan Visibilitas Website di dalam SERP," *JRST (Jurnal Riset Sains dan Teknologi)*, vol. 6, no. 2, pp. 141–149, 2022.
- [11] H. Hasanudin and N. Widiyasono, "Implementasi Yoast SEO dan Optimasi Keyword untuk Meningkatkan Rank pada Google Search Engine Result Page (SERP)," *Jurnal Siliwangi Seri Sains dan Teknologi*, vol. 7, no. 2, 2021.
- [12] A. Antonius and B. R. Suteja, "The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat Website sebagai Hasil Pencarian Google," *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, vol. 7, no. 1, 2021.
- [13] I. A. Agustian, "Implementasi Model Transformers T5-small untuk Text Summarization dalam Pembuatan Meta Deskripsi SEO," *Doctoral dissertation, Nusa Putra University*, 2025.
- [14] R. Y. Endra and D. Prasetya, "Analisis Perbandingan Teknik SEO Antara Google Webmaster dan Bing Master Menggunakan Gap Analisis," *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, vol. 8, no. 1, pp. 331–336, 2020.
- [15] A. Abdurrahman, "Analisis Pengaruh Kata Kunci Kompetitif pada Search Engine Optimization (SEO) terhadap Pemasaran Online untuk Produk Notebook," *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, vol. 19, no. 3, 2024.
- [16] D. J. Cahyadi, H. Murfi, Y. Satria, S. Abdullah, and Y. Widyarningsih, "Analisis Performa Deep Embedded Clustering untuk Pendeteksian Topik," *Techno.com*, vol. 24, no. 1, p. 56, 2025.
- [17] N. Lestiani and W. B. Priatna, "Optimasi SEO (Search Engine Optimization) Dalam Meningkatkan Website Traffic Cimanggis Golf Estate," *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, vol. 4, no. 3, pp. 539–548, 2025.
- [18] I. A. Nashir, B. T. Hanggara, and M. A. Akbar, "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*, vol. 9, no. 2, 2025.
- [19] M. Kristian, "LKP: Penerapan Pemasaran Digital melalui Website pada CV. Karya Cipta Membangun," *Doctoral dissertation, Universitas Dinamika*, 2025.
- [20] P. R. S. Kupra and A. Widiatono, "Pengembangan Fitur Search Engine Optimization (SEO) pada Aplikasi Web E-Commerce Berbasis PHP," *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, vol. 3, no. 4, pp. 1482–1499, Apr. 2026.
- [21] K. A. Febriana and N. Khafidhoh, "Analisis Penerapan Metode On Page Off Page pada Penentuan Berita untuk Penaikan Trafik di Website Vendoroutbound," *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, vol. 3, no. 5, pp. 366–376, 2025.