

# Strategi Pemasaran Menggunakan Iklan Digital Marketing Berbasis SEO (Search Engine Optimization)

Agung Santoso<sup>1</sup>, Dwi Lesno Panglipursari<sup>2</sup>, Abu Amar Fikri<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Universitas Maarif Hasyim Latief, Sidoarjo, Indonesia.

<sup>2</sup> Universitas Wijaya Putra, Surabaya, Indonesia.

[agung@dosen.umaha.ac.id](mailto:agung@dosen.umaha.ac.id), [dwilesno@uwp.ac.id](mailto:dwilesno@uwp.ac.id), [abuafikri@gmail.com](mailto:abuafikri@gmail.com)

## ARTICLE INFO

Article history:

Received 05/7/2023

Revised 16/9/2023

Accepted 16/12/2023

JEL Classification: -

### Key words:

Digital Marketing, SEO, Google, Rules, on-page optimization and off-page optimization

DOI:

## ABSTRACT

Digital marketing advertising is a form of marketing that a company or brand uses to promote products using digital media or the internet. It aims to provide information and influence the public to buy and use its products. One of the digital marketing techniques used is SEO. SEO preparation is the first step before conducting an SEO process. It involves preparing the rules for using keywords used from both online ads, social media, and external links on each media.

So when visitors want to search for information, they type keywords into Google. The SEO process will work according to the rules consisting of title, description and tags then it will be directly optimized. Optimization is divided into 2, namely on-page optimization, namely how to optimize content to increase visibility and improve performance on a website page. Off-page optimization is a way to optimize a website and improve performance from outside the website page

## ABSTRAK

Iklan digital marketing adalah bentuk pemasaran yang dilakukan sebuah perusahaan atau brand untuk mempromosikan produk menggunakan media digital atau internet. Bertujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi masyarakat agar membeli dan menggunakan produknya. Salah satu Teknik digital marketing yang digunakan adalah Teknik SEO. Penyiapan sebelum melakukan proses SEO, pertama-tama aturan (rule) penggunaan kata kunci yang digunakan baik dari iklan oline, Media Sosial, External Link pada masing-masing media.

Sehingga pada saat pengunjung hendak mencari sebuah informasi, dengan mengetikan kata kunci pada Google. Proses SEO akan bekerja sesuai dengan rule terdiri dari judul, deskripsi dan tag maka langsung di optimasi. Optimasi terbagi menjadi 2 yaitu Optimisasi on-page yaitu cara mengoptimalkan konten untuk meningkatkan visibilitas dan meningkatkan kinerja di dalam sebuah halaman website. Optimisasi off-page adalah cara mengoptimalkan website dan meningkatkan kinerja dari luar halaman website

Kata Kunci : Digital Marketing, SEO, Google, Rule, Optimisasi on-page dan Optimisasi off-page

## INTRODUCTION

Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ), sering disingkat TPA, adalah lembaga pendidikan nonformal keagamaan Islam yang bertujuan untuk memberikan pengajaran membaca Al-Qur'an dan dasar-dasar agama Islam kepada anak usia dini. TPQ memiliki peran penting dalam membangun generasi muda yang beriman, bertakwa, dan berakhlak mulia. TPQ biasanya didirikan di masjid, musala, atau rumah warga, dan dikelola oleh masyarakat secara swadaya. TPQ memainkan peran penting dalam pendidikan Islam di Indonesia. TPQ menjadi salah satu garda terdepan dalam menanamkan nilai-nilai agama Islam kepada generasi muda. TPQ juga berkontribusi dalam mempersiapkan generasi penerus bangsa yang beriman, bertakwa, dan berakhlak mulia.

TPQ Zahrotul Jannah Taman Sidoarjo berdiri pada tahun 2020. TPQ ini memiliki program belajar mengaji privat untuk siswa didik (santri) anak-anak dan dewasa dengan pilihan program belajar meliputi: *baca tulis Al-Qur'an, Tilawah, Tahfidz, Tartil* serta *Bahasa Arab*. Santri yang aktif belajar sangat sedikit. Hal ini dikarenakan belum adanya media promosi dan informasi mengenai TPQ Zahrotul Jannah. Sehingga belum banyak masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya yang mengetahui keberadaan TPQ ini.

Kegiatan promosi perusahaan dapat dilakukan pada berbagai media komunikasi *visual*, salah satunya adalah media *digital* (internet). Menurut [1], saat ini pertumbuhan pengguna internet semakin tinggi, sehingga untuk dapat tetap unggul dan memenangkan persaingan, perlu adanya perancangan strategi *digital marketing communication* yang inovatif untuk promosi Hotel. Media *website* dan *instagram* dapat digunakan sebagai sarana informasi dan promosi hotel yang cukup efektif. Menurut [2], Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang dilakukan tahun 2023 pengguna internet di Indonesia sebesar 78,19% atau sejumlah 215.626.156 jiwa

## LITERATURE REVIEW

Iklan *digital marketing* produk sebuah perusahaan melalui berbagai media *digital*. Bertujuan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi masyarakat agar membeli atau menggunakan produknya dari perusahaan tersebut. Menurut [3] promosi adalah kegiatan yang penting untuk mengenalkan perusahaan baru seperti Brotherwood beserta produknya sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Promosinya dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu: membangun hubungan dengan target market di media *digital marketing* terutama di media sosial, memberikan informasi secara *offline*, serta

membangun jaringan dengan masyarakat ataupun dengan sesama perusahaan.

Media *digital marketing* yang sering digunakan untuk pemasaran digital adalah *website* dan media sosial. Menurut [4], *digital marketing* yang meliputi media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan *Website* dapat menjadi alternatif pemasaran untuk UKM yang memiliki anggaran pemasaran yang terbatas. Bertujuan untuk memberikan informasi, sarana berhubungan dengan pelanggan, meningkatkan penjualan dan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Pembuatan media desain komunikasi *visual* untuk promosi sekolah sepak bola New Pelita Solo bertujuan untuk memberikan informasi tentang program pendidikan, prestasi yang diraih dan keunggulan sekolah tersebut melalui media yang relevan agar masyarakat Surakarta dapat tertarik lalu memilihnya sebagai tempat belajar sepak bola mereka. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebuah lembaga pendidikan perlu merancang sebuah media iklan dan promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat menggunakan berbagai media komunikasi, [5]. Strategi pemasaran adalah susunan rencana komprehensif dengan melibatkan pemahaman data, konten personalisasi, dan pemanfaatan teknologi digital untuk membuat pengalaman pelanggan menjadi relevan dan mencakup kebutuhan mereka, melakukan penekanan pada responsivitas dan pengukuran kinerja. Dalam strategi pemasaran pada era sekarang terdapat juga penekanan terhadap pemanfaatan teknologi digital [6]

## METHODS

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Systematic Literature Review (SLR). Dengan melibatkan analisis artikel ilmiah yang relevan tentang Search Engine Optimization Marketing (SEO), digital marketing, Digital Marketing, Google Suggestion, Google Trend, Penentuan Site Title dan Tagline, Optimisasi on-page dan Optimisasi off-page. Dalam memilih artikel yang akan direview menggunakan data-data berupa teks atau gambar dari studi kepustakaan baik secara daring maupun luring untuk dijadikan kutipan sebagai landasan teori penulisan.

Lokasi penelitian TPQ Zahrotul Jannah yang bertempat di Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo dan telah berdiri sejak tahun 2020. TPQ Zahrotul Jannah diperuntukkan bagi yang ingin belajar mengaji namun tidak memiliki banyak waktu. Metode pengajaran dengan model pengajaran intensif

berbentuk privat baik untuk anak-anak maupun dewasa. Pilihan program pembelajaran meliputi: *baca tulis Al-Qur'an, Tilawah, Tahfidz, Tartil* dan *Bahasa Arab*.

Peneliti mengusulkan penggunaan *Digital marketing* untuk menumbuhkan jumlah santri. Salah satu teknik *digital marketing* yang dapat digunakan untuk mempopulerkan Lembaga adalah *Search Engine Optimization (SEO)*.

### Digital Marketing

Menurut [7] *digital marketing* adalah sebuah aktifitas yang menawarkan produk menggunakan media internet. Keunggulan dari media internet adalah dapat melakukan penyebaran informasi dengan cepat tanpa batasan ruang dan waktu secara efektif. Sehingga banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media ini untuk memasarkan usaha mereka.

Internet memiliki banyak media yang dapat digunakan untuk sarana beriklan dengan ciri khas dan fungsi yang berbeda-beda. Oleh [7] media internet ini diklasifikasikan menjadi beberapa bagian yaitu:

- Menggunakan media *website* yang sudah dioptimasi teknik SEO.
- Menggunakan media sosial seperti facebook, instagram dan youtube.
- Menggunakan *marketplace* seperti olx, shopee, tokopedia dan e-bay.
- Menggunakan media iklan berbayar seperti *online ads*.
- Menggunakan media *chatting* seperti whatsapp dan line.

Media pemasaran di internet membutuhkan sebuah media *digital* untuk ditampilkan. [8] memberikan beberapa contoh media *digital* yang sering digunakan untuk membuat sebuah iklan *digital* meliputi: *pop-up ad, banner ads, social media post, meme, reacoertising, video digital, online ads, digital application, games, website* dan *radio (streaming)*.

#### A. Website TPQ Zahrotul Jannah,

Menurut [9] website atau situs adalah kumpulan halaman untuk menampilkan informasi teks, gambar baik gambar diam maupun bergerak, animasi, suara, video yang ditulis dalam bentuk code HTML yang memiliki alamat di dunia maya berupa *hyperlink*.

Website memiliki sebuah alamat di internet sehingga siapa saja di dunia ini dapat mengunjunginya, kapan saja mereka dapat mengetahui tentang seseorang atau organisasi, memberi pertanyaan kepada mereka, memberikan masukan atau bahkan mengetahui dan membeli produk suatu Perusahaan.

Pembuatan website tidak perlu dilakukan dengan membuat coding dari HTML namun cukup menggunakan *software website, domain name* dan *server*

*hosting*. *Software* yang sering digunakan untuk membuat *website* adalah *software* yang berbasis CMS (*Content Management System*). Bagian terpenting dalam sebuah website adalah perancangan struktur halaman website yang diantaranya *title, description (tagline), tag, domain name* dan *nama yang disisipkan pada halaman website*. Penekanannya adalah set kata kunci yang tepat sehingga dapat ditemukan oleh pengunjung website didalam mesin pencari, Gambar 1 adalah website utama

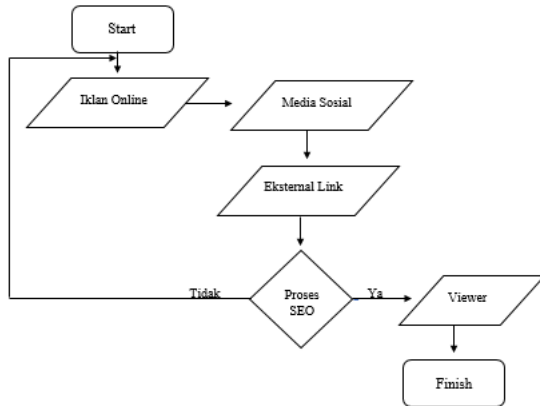


Gambar 1: Website Ngaji Privat TPQ Zahrotul Jannah

Media Interaksi dan informasi maya antara calon santri privat Ngaji dan santri Ngaji dengan alamat website <https://www.lesprivatngaji.id>. Website ini bertujuan untuk memberikan informasi kegiatan dalam berupa *gallery foto, profile Lembaga, program Ngaji, pendaftaran, halaman kontak, artikel, google map* dan informasi lainnya, sehingga siapapun bisa melihat dan melacak informasi lembaga. Penekanan konten digital adalah set kata kunci (*keywords*) yang tepat sehingga dapat ditemukan oleh pengunjung website didalam mesin pencari. Keywords harus berdasarkan pencarian melalui kotak mesin pencari dan ditempatkan di dalam struktur halaman website berupa *title, description (tagline), tag, domain name* dan *sisipan informasi pada halaman website*

#### B. Iklan Digital

Iklan digital adalah pemasaran sebuah produk atau jasa memanfaatkan media Internet [10]. Iklan digital yang digunakan diantaranya iklan online, *media sosial* juga iklan penunjang lainnya. Iklan digital mencakup berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, dan interaksi yang didistribusikan melalui internet dengan tujuan untuk mempromosikan program pengajaran Ngaji Privat.



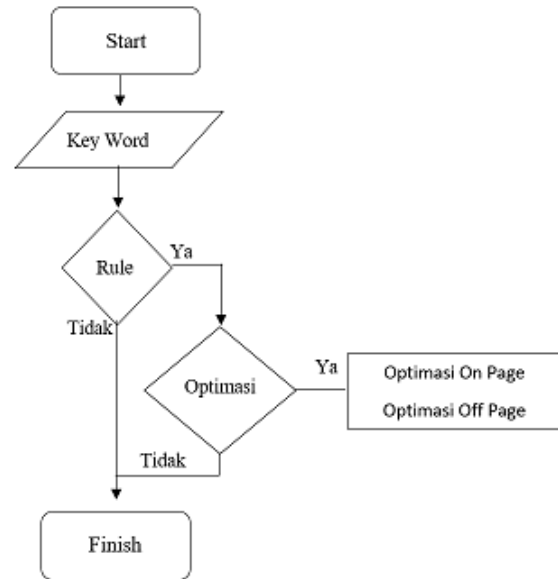
Gambar 2: Jenis Iklan Digital TPQ Zahrotul Jannah

Penyiapan sebelum melakukan proses SEO, pertama-tama aturan (*rule*) penggunaan kata kunci yang dapat mengarahkan *viewer* untuk mengakses media utama pertama informasi dari iklan online terdiri dari : *display ads*, *Google Banner Ads*, *E-Tagline* dengan ciri khas *hashtag*, *Google Maps* dan *Image Search Engine Optimization* dengan format gambar *JPEG*, *GIF* dan *PNG*. Media sosial diantaranya *twitter*, *youtube*, *facebook* dan *instagram*, dan *whatsapp*. *External Link*, *Link* yang memuat halaman menuju situs lain dari *website* TPQ Zahrotul Jannah. *External link* ini berguna untuk memberikan rujukan akses ke *website* lain misalnya *Blogger*, *Wordpress* atau artikel berita. Semua akses sumber link akan diproses oleh SEO apabila sesuai mengarahkan *viewer* untuk mengakses media utama.

### C. Teknik SEO

Teknik *Search engine optimization* (SEO) adalah pemanfaatan optimasi supaya sebuah halaman web tampil pada urutan atas di halaman mesin pencari google, teknik yang digunakan bertujuan guna peningkatan aksesibilitas [11]

Teknik SEO yang menekankan optimasi diluar struktur *website*. *SEO Off Page* memiliki strategi utama berupa pembangunan *backlink*. *Backlink* dapat dikatakan sebagai *website lain* yang memberikan referensi ke *website* yang dimaksud melalui sebuah *link*. Dengan semakin banyaknya referensi dari *website* lainnya, maka akan mendapat perhatian lebih dari mesin pencari melalui *crawlernya*.



Gambar 3 : Alur Proses SEO

Penggambaran alur proses *SEO* pada sebuah *website* sebagai berikut, pada saat pengunjung hendak mencari sebuah informasi, dengan mengetikkan kata kunci pada Google. Selanjutnya *website* utama harus sesuai dengan *rule* atau aturan terdiri dari *judul*, *deskripsi* dan *tag* maka langsung di optimasi. Optimasi *SEO* ada 2 yaitu *Optimisasi on page*, adalah cara mengoptimalkan konten untuk meningkatkan visibilitas dan meningkatkan kinerja di dalam sebuah halaman *website*. *Optimisasi off page* adalah cara mengoptimalkan *website* dan meningkatkan kinerja dari luar halaman *website*

Berdasarkan hal tersebut, *website* TPQ Zahrotul Jannah yang merupakan media utama akan dioptimasi menggunakan teknik *SEO On Page* (kata kunci dan performa *website*) dan *SEO off page* (*Backlink*). Selain itu, juga dengan menambahkan dengan pos artikel berkualitas untuk meningkatkan pintu masuk kunjungan ke *website*.

Media iklan *digital marketing* adalah media yang mampu menyediakan informasi secara lengkap dan detail, serta mudah diakses dimanapun dengan internet. Dalam perancangan iklan *digital* TPQ Zahrotul Jannah membutuhkan media sebagai sarana untuk publikasi iklan. *Website* dipilih oleh peneliti karena yang paling mudah diakses dan mudah dipahami oleh kebanyakan orang.

## RESULTS AND DISCUSSION

### A. Google Suggestion

Adalah teknik *SEO* yang menekankan optimasi didalam struktur konten dengan set kata kunci (*keywords*) yang tepat sehingga dapat

ditemukan oleh pengunjung *website* didalam mesin pencari. *Keywords* berdasarkan riset pencarian melalui kotak mesin pencari dan ditempatkan di dalam struktur halaman *website* yang berupa *title*, *description* (*tagline*), *tag*, *domain name* dan disisipkan pada halaman *website*.

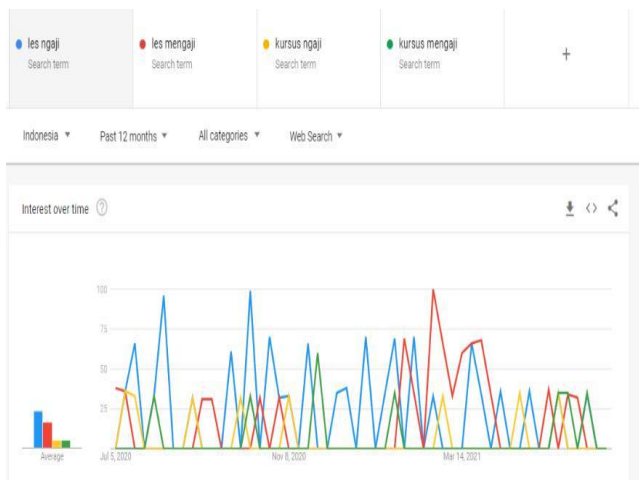


Gambar 4: Proses Pencarian Keyword Google

Dalam proses teknik *Search Engine Optimization* (SEO) penentuan kata kunci menjadi sangat penting, karena berpengaruh pada proses pencarian di mesin pencari, sehingga perlu ditentukan kata kunci yang tepat dari hasil riset. Kata kunci tersebut harus benar ada pencari dan pengunjunnya, bukan dari hasil perkiraan sendiri. Berdasarkan pengamatan peneliti pada *google suggestion search* untuk mengetahui kata kunci yang sering dicari oleh pengunjun.

### B. Google Trends

Selain itu peneliti menggunakan *google trends* untuk mengetahui volume kata kunci dan lokasi pencari terbanyak. Kata kunci yang diperlukan untuk sebuah *website* adalah: kata kunci primer, kata kunci sekunder, kata kunci pengembangan, *site title*, *tagline* dan *domain name*.



Gambar 5 : Riset Volume Pencarian Dengan Google Trends

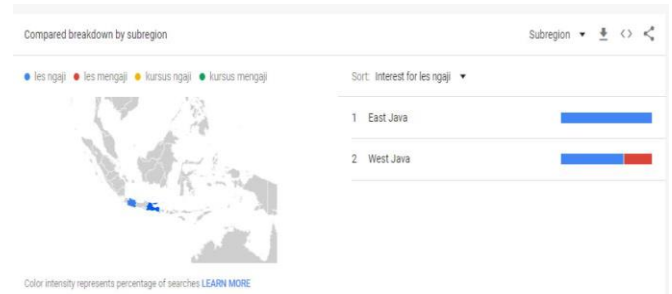
### C. Penentuan Site Title dan Tagline

*Site title* penyusunannya adalah kata kunci primer yang dikombinasi dengan kata kunci sekunder dan kata kunci pengembangan. *Site title website* TPQ Zahrotul Jannah yang sudah ditentukan peneliti berdasarkan cara penyusunan tersebut adalah "Kursus Les Ngaji Privat Anak dan Dewasa Surabaya Sidoarjo". *Site title* dan *tagline* merupakan judul dan deskripsi *website* yang muncul di pencarian *search engine*.



Gambar 6 : Lokasi site title dan tagline di Google

Berdasarkan hasil pencarian menggunakan kata kunci "les ngaji" memiliki *volume* pencarian tertinggi. Sedangkan wilayah pencari terbanyak adalah di Jawa Timur. Hal ini sesuai dengan segmen pasar TPQ Zahrotul Jannah. Sehingga kata kunci tersebut peneliti gunakan untuk menjadi kata kunci primer.



Gambar 7 : Lokasi Pencarian Dengan Google Trends

Kata kunci sekunder adalah pengembangan dari kata kunci primer. Biasanya menggunakan objek atau keterangan. Dalam proses menentukan kata kunci sekunder, peneliti menggunakan *google suggestion search* supaya cocok dengan kata kunci sekunder yang sering digunakan oleh pencari.

### CONCLUSION

Iklan TPQ Zahrotul Jannah menggunakan media *digital marketing* dengan media utama sebuah *website*. Diharapkan supaya dapat menjangkau calon santri lebih luas, informatif dan mudah diakses. Hasil media *digital marketing*

adalah *website self hosted* yang telah dioptimasi dengan teknik SEO. Media iklan ini diharapkan dapat menumbuhkan jumlah santri yang belajar di TPQ Zahrotul Jannah.

Tampilan visualnya, terutama di bagian *header* bernuansa religi khas dari *brand identity* TPQ Zahrotul Jannah disertai dengan pesan iklan yang cukup menarik perhatian dengan harapan agar pengunjung mau membaca lebih lanjut. Setiap halaman tersusun rapi berdasarkan *sitemap* yang telah dibuat sebelumnya, sehingga antar halaman akan saling terhubung dengan *link*. Media pendukung web adalah *online ads*, *instagram ads*, *facebook ads* dan *google ads* juga melalui media *digital marketing* kepada masyarakat.

#### REFERENCES

- [1] M. Teguh, ) Selvy, and T. Ciawati, "PERANCANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING COMMUNICATION BAGI INDUSTRI PERHOTELAN DALAM MENJAWAB TANTANGAN ERA POSMODEREN Design of Digital Marketing Communication Strategy for the Hospitality Industry to Answer the Postmodern Era Challenges," *J. Magister Ilmu Komun.*, vol. 6, no. 1, pp. 51-134, 2019, [Online]. Available: <http://journal.ubm.ac.id/>
- [2] (AOJII) Aosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang," *Apjii.Do.Id*, no. March, 2023, [Online]. Available: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- [3] A. Guntoro, A. D. H, and Asthararianty, "Perancangan media promosi brotherwood," *Progr. Stud. Desain Komun. Vis. Fak. Seni dan Desain, Univ. Kristen Petra*, no. 031, 2014.
- [4] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV*, no. April 2015. pp. 327-337, 2015.
- [5] N. S. Riyanto, "Perancangan Promosi Sekolah Sepak Bola New Pelita Solo Melalui Media Desain Komunikasi Visual," *Desain Komun. Vis. Fak. Sastra dan Seni Rupa Univ. Sebel. Maret Surakarta*, 2011.
- [6] F. Budi Dewanto, M. Habib Purnama Febrian, M. Raihan Amir, and I. Farida Adi Prawira, "Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan," *J. Maneksi*, vol. 12, no. 4, p. 2023, 2023.
- [7] R. Sholihin, *Digital Marketing di Era 4.0*. 2019. [Online]. Available: [https://books.google.co.id/books/about/Digital\\_Marketing\\_di\\_Era\\_4\\_0.html?id=9dfyDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Digital_Marketing_di_Era_4_0.html?id=9dfyDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- [8] R. Ratna Gumilang, "Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri," *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9-14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.
- [9] R. Harminingtyas, "ANALISIS LAYANAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI, MEDIA TRANSAKSI DAN MEDIA INFORMASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP BRAND IMAGE PERUSAHAAN PADA HOTEL CIPUTRA DI KOTA SEMARANG," *J. STIE SEMARANG, VOL 6, NO 3*, vol. 42, no. 03, pp. 41-50, 2014, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/132337-ID-none.pdf>
- [10] A. Shiratina *et al.*, "Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital," *J. Sain Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 2685-6972, 2020, [Online]. Available: <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- [11] A. B. Setiawan and P. I. Santosa, "Analisis Search Engine Optimization (SEO) Pada Layanan Sistem Informasi Ketenagakerjaan," *J. Ketenagakerjaan*, vol. 16, no. 2, 2021, doi: 10.47198/naker.v16i2.104.