

SEO RANKING FACTOR



Mengerti tentang Ranking Factors

Ranking Factors adalah kumpulan komponen yang akan menentukan peringkat situs web kamu dalam hasil pencarian di Google Search.

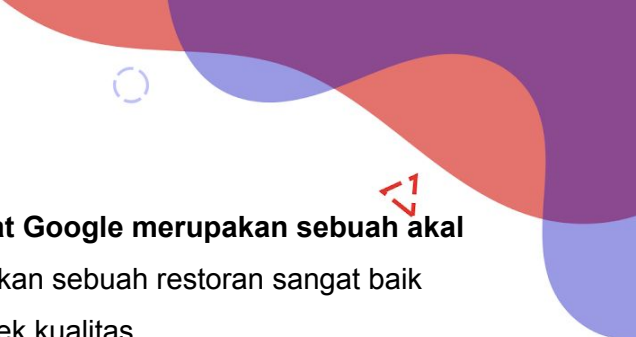
Jika kamu melakukan riset tentang SEO, ada kemungkinan besar kamu [menemukan artikel ini](#).



Kamu akan menemukan dua ratus faktor yang terdapat dalam Ranking Factors, antara lain panjang konten, jangka waktu kepemilikan domain web, hingga umur situs. Perlu kamu ketahui, sejumlah faktor yang disebutkan dalam artikel tersebut adalah valid, sementara sisanya hanya spekulasi. Beberapa merupakan hasil eksperimen yang belum seratus persen terbukti.

Google tidak pernah memberi tahu semua komponen Ranking Factors yang mereka gunakan. Lewat eksperimen, para pelaku SEO di seluruh dunia mulai mencari sendiri hingga mendapatkan suatu pola. Namun pola tersebut tetap tidak dapat dijadikan patokan resmi.

"While we can't divulge specific signals because we don't want to give people a way to game our search results and worsen the experience for users, our advice for webmasters is to focus on [creating high quality sites](#) that create a good user experience and employ white hat SEO methods instead of engaging in aggressive webspam tactics." - [Google](#)



Satu hal yang perlu digarisbawahi adalah: **sinyal pemeringkat Google merupakan sebuah akal sehat**. Sebagai analogi, jika kamu tahu faktor yang membedakan sebuah restoran sangat baik dengan yang buruk, maka kamu pada dasarnya mengerti aspek kualitas.

Gunakan konsep yang sama pada situs kamu. Tulislah konten yang baik, berikan navigasi yang jelas, tampilkan iklan dengan tidak mengganggu, hingga bangun situs yang cepat. Kamu juga dapat mewawancarai para pengguna situs kamu untuk menemukan apa yang menjadi kesulitan mereka.

Faktor utama yang bisa kamu kendalikan adalah kualitas konten. Konten luar biasa akan membuat pembaca betah, hingga bahkan merekomendasikannya. Situs dan blog lain juga akan lebih percaya diri untuk memberikan tautan ke situs kamu. Dua hal ini—konten dan tautan—adalah faktor terbesar dalam sinyal pemeringkat Google..

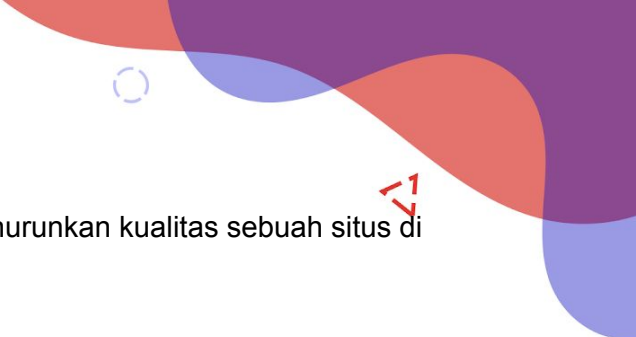
Sisa dari tulisan ini akan membahas mengenai SEO Ranking Factors yang langsung berasal dari Google, serta beberapa yang kami pilih berdasarkan pengalaman langsung selama lima tahun terakhir.

Google SEO Ranking Factors

Kualitas konten

Ini merupakan faktor paling signifikan. Google pernah memberikan beberapa panduan untuk menjelaskan apa yang mereka maksud dengan konten berkualitas:

- Keahlian (*expertise*)
 - Mampu menunjukkan akreditasi (seperti gelar sampai dengan sertifikat).
 - Spesifik atau mampu menunjukkan keahlian yang mendalam dalam sebuah bidang.
 - Menggunakan fakta dan angka.
 - Penggunaan tata bahasa yang dibuat dengan seksama, tanpa ada kalimat tak bertujuan atau nirguna.
- Otoritas (*authority*)
 - Dapat menunjukkan sebuah *brand* dan profil dari penulis yang kredibel.
 - Konten dapat memberi nilai tambah kepada pembaca.
 - Konten punya keunikan, tidak menulis atau membuat konten yang kurang lebih sama dengan kebanyakan konten lain.
- Terpercaya (*trustworthiness*)
 - Mendapatkan tautan dari situs terpercaya dan berkualitas.
 - Memberikan tautan kepada situs yang berkualitas untuk mendukung tingkat kepercayaan informasi.
 - Sejarah dari situs (termasuk domain), apakah pernah dipakai untuk situs ilegal, dan sudah berapa lama situs berdiri.
 - Konsisten, terus membuat konten berkualitas, tidak hanya sesekali, atau terjadi di beberapa bagian situs tertentu saja.
 - Situs punya informasi jelas, termasuk siapa penulisnya, cara menghubungi pemilik situs, sampai nomor layanan pelanggan jika berhubungan dengan barang dan jasa.



Sebaliknya, beberapa komponen di bawah ini justru akan menurunkan kualitas sebuah situs di mata Google:

- Menggunakan terlalu banyak jargon, tanda seru, dan kalimat yang berlebihan.
- Tidak memberi deskripsi jelas pada tautan, seperti “Klik di sini”.
- Situs dengan konten hoaks atau sulit untuk dibuktikan.
- Memiliki banyak kesalahan penulisan seperti *typo*, tanggal, dan fakta dasar.
- Melakukan penyaduran namun tidak menambahkan nilai lebih.
- Menulis sesuatu yang sudah sangat umum dan jelas, seperti “Indonesia adalah sebuah negara” atau “Indonesia memiliki penduduk”. Ini juga merupakan tanda dari keahlian menulis yang kurang.
- Situs hanya dibuat untuk menghasilkan uang tanpa membantu pengunjungnya.
- Terlalu memiliki banyak informasi sampingan, sedangkan informasi utamanya sangat sedikit.
- Situs melanggar [panduan kualitas Google](#).

Tautan

Mendapatkan tautan dari situs dengan reputasi baik akan sangat membantu situs milikmu. Ini juga merupakan salah satu fondasi dasar dari Google Search.

Sebaliknya, mendapatkan banyak tautan dari situs berkualitas rendah akan membuat peringkat situs ikut jatuh, ini disebut dengan negative-SEO. Hindari mendapatkan tautan secara tidak natural, seperti dengan membeli.

Sumber: [Karya ilmiah pendiri Google](#)

Penggunaan HTTPS

Situs yang menggunakan HTTPS akan mempunyai performa peringkat yang lebih baik ketimbang situs HTTP.

Sumber: [Google Blog](#)

Kecepatan situs

Situs yang cepat akan mempunyai performa ranking yang lebih baik.

Sumber: [Google Blog](#)

Situs *mobile-friendly*

Situs yang dapat dimuat lewat *smartphone* dengan nyaman dan cepat akan membantu, terutama jika pencariannya dilakukan lewat *smartphone* juga.

Sumber: [Google Blog](#)

Penggunaan *layout*

Layout yang menyulitkan pembaca akan mempengaruhi peringkat. Jika pengunjung membuka situs lalu perlu melakukan banyak *scroll*, atau harus menutup iklan terlebih dahulu untuk membaca isinya, maka situs tersebut akan lebih sulit mendapatkan peringkat tinggi.

Sumber: [Google Blog](#)

Pembaharuan konten

Konten yang secara berkala mendapat pembaharuan isi akan sangat membantu. Contohnya artikel tentang kamera terbaik yang selalu diperbarui setiap tiga bulan atau setengah tahun sekali. Untuk konten yang bersifat *breaking news*, isinya dapat diperbarui tiap ada keterangan baru muncul.

Sumber: [Google Blog](#)



Beberapa Rangking Factors di bawah ini tidak dipublikasikan secara luas, tapi berasal dari para karyawan Google lewat sesi tanya jawab atau sebuah event.

Over-optimization

Sebuah *page* atau situs yang terlalu banyak melakukan optimasi SEO, dengan tujuan mengakali algoritme Google Search, malah akan menerima peringkat lebih buruk.

Sumber: [Tweet dari pegawai Google](#)

Panjang konten

Konten yang terlalu pendek, atau biasa disebut *thin content*, akan mempunyai peringkat rendah. Panjang konten seharusnya sesuai dengan tujuan artikel tersebut. Penjelasan teori fisika kuantum yang hanya ditulis dalam tiga paragraf tak akan terlihat meyakinkan.

Sumber: [Google Blog](#)

Penggunaan keyword

Judul, URL, dan isi konten sebaiknya mengandung *keyword* utama. Usahakan *keyword* tersebut relevan dengan konten.

Untuk sebuah artikel mengenai panduan cara memberi makan kucing, hindari penggunaan judul yang tidak relevan (contoh: *Miawww Aku Lapar*). Ini mungkin terdengar unik, lucu, dan menarik. Namun, di saat yang sama, kurang menggambarkan apa yang akan didapatkan para pengguna.

Sebaliknya, penggunaan *keyword* yang terlalu banyak akan dianggap sebagai pelanggaran oleh Google. Situs kamu bisa menerima penalti berupa penurunan peringkat.

Sumber: [Google Blog](#)

Ranking Factors tak resmi, namun cukup valid

Usia domain

Makin lama umur domain, makin baik. Tapi bobot penilaian komponen ini tidak terlalu signifikan untuk menentukan peringkat dalam Google Search.

Keyword di domain

Contohnya jualkopi.com untuk *keyword* jual kopi, atau jualmobilbekas.com untuk jual beli mobil bekas. Google sebenarnya telah mengeluarkan pernyataan *keyword* di domain akan dikurangi, namun menyiratkan masih terdapat sedikit pengaruh.



Matt Cutts ✓
@mattcutts

Follow



Minor weather report: small upcoming Google algo change will reduce low-quality "exact-match" domains in search results.

1:43 PM - 28 Sep 2012

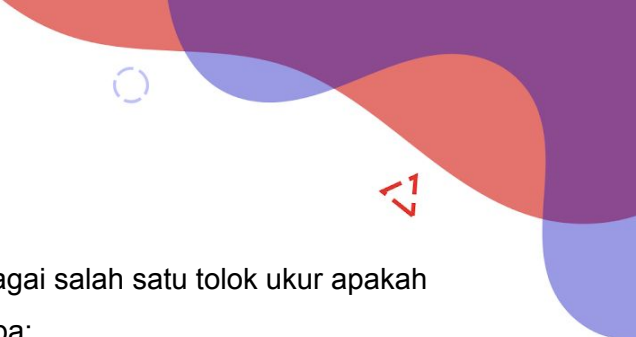
Penggunaan multimedia

Selain teks, Google mungkin menggunakan gambar, video, dan konten multimedia lain untuk menentukan relevansi. Namun semua elemen multimedia ini juga harus berkualitas dan mendukung konten utama.

Contoh penggunaan, jika ada sebuah penjelasan yang rumit dan gambar dapat membantu pembaca.

Terlalu banyak tautan ke luar

Tautan adalah sebuah rekomendasi, juga akan menyalurkan nilai dari suatu *page* ke *page* yang dituju. Membuat terlalu banyak tautan berpotensi mengganggu kenyamanan pembaca dan mengurangi nilai dari *page* tersebut.



Interaksi pengunjung

Google bisa menggunakan intensitas interaksi pengguna sebagai salah satu tolok ukur apakah situs tersebut menarik atau tidak. Bentuk interaksi dapat berupa:

1. Menghabiskan waktu yang lama di situs,
2. Melakukan *scroll* sampai akhir konten,
3. Meninggalkan komentar, hingga
4. Mendaftarkan diri di *newsletter*.

GEO Targeting

Jika pembaca menggunakan google.co.id dan memilih bahasa Indonesia, maka situs berbahasa Indonesia dengan *country targeting* yang sama akan cenderung punya nilai lebih.

Country targeting dapat ditemukan di Google Search Console.

Semua faktor bekerja sama

Perlu kamu ketahui, tiap faktor punya bobot nilai yang berbeda. Jika ada situs dengan konten sangat relevan namun kecepatannya lambat, maka Google tetap dapat memberikannya peringkat tinggi meski ada situs lain yang lebih cepat.

Namun jika ada dua situs yang sama-sama relevan, maka situs yang lebih cepat dan memberikan pengalaman pengguna terbaiklah yang akan muncul lebih dulu.

Satu faktor pemeringkat juga bisa memiliki banyak variasi. Contohnya kecepatan situs mungkin tidak terlalu relevan untuk pengguna di negara maju, karena rata-rata kecepatan koneksi internet sudah cepat. Tapi di negara berkembang atau negara dengan internet lambat, faktor ini bisa punya bobot nilai lebih.

Faktor kecepatan juga dapat berpengaruh terhadap tujuan situs web tersebut. Jika situs memang dirancang untuk pengguna desktop (misalnya berjualan *software* desktop), maka peran nilai dari kecepatan situs di perangkat *mobile* mungkin menurun.