

Published based on [7 Tips: Bocoran Buku Panduan Penilai Kualitas Google](#)

7 Tips: Bocoran Buku Panduan Penilai Kualitas Google

Bulan Oktober lalu Google membocorkan buku panduan terkini untuk penilai kualitas (*quality rater*). Buku panduan ini kira-kira berisi informasi tentang bagaimana Google menilai kualitas sebuah website. Apakah situs web Anda cukup baik menurut standar Google?

Apa itu buku panduan penilai kualitas?

Sebagaimana diketahui bahwa Google mempekerjakan para penilai kualitas. Mereka adalah orang-orang yang memeriksa hasil pencarian Google secara manual untuk memastikan bahwa algoritma ranking bekerja sesuai harapan.

Seorang penilai kualitas bertugas mengunjungi situs yang diberikan Google untuk sebuah query, yang kemudian mengevaluasi hasil query berdasarkan relevansi. Jika sebuah situs web tidak pantas untuk hasil pencarian, mereka bisa menandai situs tersebut sebagai spam.

Buku panduan penilai kualitas berisi pedoman yang digunakan para penilai untuk mengevaluasi halaman web. Meskipun Google segera menghapus tautan ke buku tersebut, isinya sudah cukup diketahui publik.

Beberapa hal terpenting dari buku panduan tersebut:

1. Google menggunakan sejumlah tingkat "relevansi"

Google menginstruksikan penilai kualitas untuk memberi rating sebuah website sebagai "penting", "berguna", "relevan", "kurang relevan" dan "diluar topik".

Namun selain relevansi, Google lebih suka halaman yang "sangat memuaskan, memiliki otoritas, menghibur, dan/atau terkini".

2. Jika sebuah kata memiliki lebih dari satu arti, Google memilih yang paling populer

Sebagai contoh, Google berasumsi bahwa kebanyakan orang yang mencari "apple" saat ini tertarik dengan perusahaan yang memiliki nama tersebut. Hasil Pencarian yang bermakna lain (misalnya buah) akan mendapatkan tingkat relevansi lebih rendah.

3. Halaman web yang relevan boleh jadi adalah spam

Google membuat pemisahan antara relevansi dan spam. Sebuah halaman web bisa saja masuk kategori spam meskipun mengandung konten yang relevan.

Jika situs Web Anda menggunakan taktik berikut ini, kemungkinan akan ditandai sebagai spam:

- teks atau tautan tersembunyi

- redirection melalui beberapa URL
- rotasi domain tujuan
- keyword stuffing
- menggunakan PPC namun halaman tujuan tidak relevan dengan iklan
- iklan dan konten copas (copy-paste)
- feed yang penuh iklan PPC
- [doorway pages](#)
- forum yang penuh copas
- halaman pencarian palsu dan penuh iklan PPC
- blog palsu yang penuh iklan PPC (splog - spam blog)
- thin affiliate site yang tidak ada tujuan lain kecuali untuk make money
- kurang konten asli
- halaman yang hanya berisi PPC tanpa ada atau sedikit konten
- parked domain

4. Beberapa hasil pencarian yang "penting" untuk Google

Seperti disebutkan di atas, Google memiliki lima kategori relevansi. Kategori "penting" adalah untuk situs web yang harus muncul dalam hasil pencarian. Sebagai contoh, apple.com diharapkan menempati hasil teratas untuk kata pencarian "apple".

Halaman profil media sosial sebuah perusahaan (pada Facebook, dll) tidak dianggap "penting" menurut buku panduan penilai kualitas Google.

Query generik tidak memiliki hasil "penting". Beberapa kata kunci pencarian seperti "travel destinations" selalu generik. Tidak ada hasil "penting" untuk query ini, dan nama domain yang sama persis dengan query jenis ini tidak membuat website tersebut "penting".

5. Google membedakan tiga jenis query pencarian

Menurut Google, pencarian dapat diklasifikasikan ke dalam query tindakan ("do"), query informasi ("know") dan query navigasi ("go").

Sebuah query pencarian hanya dapat termasuk dalam satu klasifikasi saja dan tipe query menentukan hasil pencarian yang dianggap relevan. Sebagai contoh, query berorientasi tindakan ("buy mp3 player") harus memiliki hasil pencarian yang berorientasi tindakan.

6. Halaman yang relevan harus bebas dari kesalahan, dalam bahasa yang tepat, dan terarah/targeted

Kalau Google mengira terdapat salah eja pada sebuah query, relevansi hasil pencarian didasarkan pada apa yang Google anggap ejaan yang benar/seharusnya.

Hasil pencarian yang tidak cocok dengan bahasa query mendapat skor relevansi yang rendah. Jika query mencakup suatu negara tertentu, hasil yang relevan harus berasal dari negara tersebut.

Halaman hasil pencarian harus sesuai query. Pencarian bersifat 'long tail' akan menampilkan hasil pencarian yang berbeda. Query yang sangat panjang harus memberikan cakupan hasil yang lebih luas.

7. Beberapa query pencarian secara otomatis bersifat lokal

Beberapa query pencarian secara otomatis bersifat lokal, walaupun jika query tersebut tidak mengandung qualifier lokal. Sebuah contoh untuk query seperti "ice rink".

Google berpikir bahwa hasil pencarian untuk "gelanggang es (ice rink)" harus menampilkan hasil lokal. Hasil yang bersifat non-lokal dianggap kurang relevan atau malah tidak berguna (diluar topik).

Informasi dalam buku pegangan penilai kualitas yang dibocorkan Google tidaklah mengejutkan. Jika Anda ingin mendapatkan peringkat yang tinggi di Google dan bukan untuk sesaat maka hindari taktik spam dan selalu gunakan metode optimasi yang etis. Jika Anda memberikan Google apa yang diinginkannya, website Anda akan berada pada peringkat puncak dalam waktu yang sangat lama.

You can also find this article published on [7 Tips: Bocoran Buku Panduan Penilai Kualitas Google](#), and on the tag pages [google](#), [seo](#).