

Published based on [Apa sih yang Google Mau? - Bag.2](#)

Apa sih yang Google Mau? - Bag.2

Melanjutkan artikel sebelumnya tentang [apa yang Google mau](#). Kita bicara tentang **relevansi, trust, dan authority**. Bagian pertama sudah menjelaskan apa itu relevansi (*relevance*), dan bagaimana kita meningkatkan kualitas relevansi halaman web kita dengan apa yang dicari. Bagian 2 ini bicara soal *trust* dan *authority*.

Otoritas (*Authority*)

Authority adalah indikator 'sosial' atas seberapa kuatnya sebuah situs atau halaman web dianggap sebagai 'sumber' topik tertentu. Otoritas menandai keahlian, dan pengakuan atas keahlian tersebut dari dunianya dan juga dari luar industri.

Kalau misal anda punya situs 'aksesoris golf' dan ada banyak situs golf lainnya yang menaut ke situs anda, hal itu menunjukkan (di mata Google) bahwa situs anda adalah sumber yang punya otoritas tentang 'aksesoris golf'.

Kemudian, kalau ada sejumlah situs diluar topik golf yang menaut ke situs anda, maka status authority semakin menguat. Meski begitu, tautan yang berasal dari situs yang se-topik dengan anda punya nilai lebih, karena situs-situs tersebut juga dianggap punya authority pada topik yang sama dengan situs anda.

Kualitas tautan masuk atau *inbound links* yang menaut ke situs anda berdasarkan dari yang kurang sampai yang paling berkualitas adalah dari:

1. Situs dengan sedikit **backlink** dan tidak terkait dengan *niche* situs anda.
2. Situs dengan banyak **inbound links** (punya *authority*) dan tidak terkait dengan segmen situs anda.
3. Situs dengan sedikit **backlink** dan berhubungan dengan segmen situs anda.
4. Situs dengan banyak **incoming link** (punya otoritas) dan punya topik yang berhubungan dengan *niche* situs anda.

Backlink, inbound link, incoming link, punya arti kira-kira sama dengan tautan masuk. *Niche*, dan segmen juga sama. Jangan bingung ya. :D

Poin-poin di atas harus dipikirkan saat anda sampai pada proses **link building**. Memburu tautan yang punya otoritas adalah hal yang lebih bersifat seni. Ya, akan ada topik bahasan khusus tentang *link building* ini. [Langganan aja dulu](#) biar ngga ketinggalan dan gampang nagihnya kalo saya lupa. :)

Masing-masing halaman web juga bisa punya *authority* seperti halnya website utama, oleh karena itu menaut ke halaman-halaman web secara tersendiri (istilahnya; *deep linking*) adalah hal yang sangat penting sebagai bagian dari proses *link building*.

Kepercayaan (*Trust*)

Terakhir, tentang *trust*, yaitu suatu ukuran yang menyatakan seberapa dapat diandalkannya sebuah website dalam menyediakan informasi yang akurat. Google menggunakan sejumlah faktor untuk mengukur *trust*; *authority* dan *relevance* adalah dua di antaranya, faktor penentu berikutnya adalah tautan masuk dari situs-situs 'terpercaya' lainnya.

Satu faktor lainnya yang penting dalam mengukur kepercayaan adalah waktu, dan faktor terakhir inilah yang sering membuat para SEOer dan webmaster menjadi gila, karena faktor waktu ini menimbulkan apa yang dikenal sebagai '**sandbox**'.

Istilah *sandbox* ini diartikan sebagai sejumlah filter dalam algoritma pemeringkatan Google yang mencegah sebuah situs atau halaman web mendapat peringkat yang tinggi sebelum 'lulus' beberapa titik ambang (*threshold*).

Terlepas dari apakah *sandbox* ini memang ada, saya cenderung berpendapat bahwa Google gak ada urusan

untuk 'mendiskriminasi', tapi mereka punya tujuan jelas sebagai alasan penetapan kualitas, yaitu untuk menyajikan hasil pencarian yang paling 'bermutu' kepada pencari. Dan filter berbasis waktu ini, yang mengukur usia situs, seberapa sering di-update, usia tautan dengan otoritas, dll adalah ukuran-ukuran yang saat ini masuk akal untuk menilai kualitas tersebut.

Trust atau kepercayaan seperti halnya di dunia nyata; perlu waktu dan perlu dibuktikan. Tapi ada beberapa strategi (masih dalam koridor yang diperbolehkan Google) yang bisa anda jalankan untuk mempercepat proses *trust* dan *authority* ini. Meski demikian, mendapat ranking di Google masih tetap butuh waktu dan bersifat jangka panjang, jadi tetap siapkan mental anda untuk sabar. Tergantung niche yang dipilih dan strategi SEO yang digunakan, hasil bisa terasa dalam 6 sampai 18 bulan.

Ada sejumlah aspek yang tumpang tindih dari ketiga faktor yang dijelaskan di atas. *Anchor text* misalnya, bisa digunakan untuk mengukur relevansi, sekaligus otoritas, sementara tautan dari situs populer dan berperingkat tinggi erat kaitannya dengan *authority* dan *trust*.

Okeh... saya kira cukup dulu untuk tahun ini. Sekarang, tutup browser anda, matikan komputer yang sedang anda pandangi. Pergilah berlibur. :) Artikel-artikel tentang [panduan SEO](#) akan saya lengkapi 'tahun depan'. :D

Selamat tahun baru 2010, semoga apapun target anda dalam ber-SEO akan lebih mantap lagi hasilnya di tahun yang akan datang. Salam.

You can also find this article published on [Apa sih yang Google Mau? - Bag.2](#), and on the tag pages [authority](#), [backlink](#), [deep linking](#), [link building](#), [relevansi](#), [sandbox](#), [seo](#), [trust](#).