

Published based on [Bagaimana Cara Optimalisasi Geo Targeting SEO?](#)

# **Bagaimana Cara Optimalisasi Geo Targeting SEO?**

Ada dua strategi *geo targeting* utama dalam SEO yang bisa dipilih:

### Menyasar wilayah geografis tertentu (strategi geografis):

1. Buat subdomain atau subdirektori dalam bahasa ibu (*native language*) yang menjadi target geografis (Bahasa Jerman kalau anda mengincar pengunjung dari Jerman) dan fokuskan target geografis pada Webmaster Central
2. Tempatkan konten subdomain pada *server hosting* di lokasi yang jadi sasaran
3. Bangun *backlink* dari TLD serupa

### Menyasar bahasa tertentu (strategi bahasa):

1. Buat subdirektori untuk *native language* tertentu (misal, [www.situsanda.com/nl](http://www.situsanda.com/nl) untuk Bahasa Belanda)
2. Bangun *backlink* dari situs dalam bahasa yang sama dengan bahasa subdirektori
3. **Jangan** gunakan *geographic targeting* (strategi geografis)

Alasan tidak menggunakan strategi geografis bersamaan dengan strategi bahasa adalah karena kalau pencari melakukan pencarian dalam bahasa tertentu di Google.com, maka halaman dengan bahasa yang dicari akan mendapat prioritas daripada halaman yang dioptimasi untuk wilayah geografis tertentu.

Strategi geografis berarti mendapat peluang di Google **selain** google.com. Adapun strategi bahasa berarti punya peluang **di** google.com untuk bahasa yang digunakan pencari.

Mungkin anda tidak mau memilih dan ingin menerapkan keduanya untuk meningkatkan visibilitas situs anda baik di google dot com ataupun google dot lainnya.

Perhatikan log trafik untuk menentukan asal trafik situs web anda saat ini - dengan asumsi situs anda menggunakan Bahasa Inggris atau bahasa lain yang banyak digunakan di dunia (kalau situs anda dalam bahasa Indonesia, bisa dipastikan lebih dari 90% pengunjungnya pasti dari Indonesia :) ). Perhatikan juga *bounce rate*.

Contoh; kalau trafik situs web anda banyak yang berasal dari Jerman dan tingkat [bounce rate](#) -nya cukup tinggi dibandingkan pengunjung dari USA, buatlah subdirektori untuk bahasa Jerman ([www.situsanda.com/de](http://www.situsanda.com/de)). Ini adalah strategi bahasa.

Untuk strategi geografisnya, anda kemudian membuat subdomain ([de.situsanda.com](http://de.situsanda.com)) dan *host* subdomain tersebut pada *server* yang berlokasi di Jerman, kemudian setel *geographical targeting* ke Germany pada Webmaster Central. Ulangi proses ini pada semua region yang memberi kontribusi trafik pada situs anda.

## Catatan Penting

- Kalau anda HANYA ingin memfokuskan dan menarget bahasa tertentu, dengan subdirektori, maka tidak usah melakukan optimasi *geographic targeting* (strategi geografis).
- Anda bisa juga menjalankan strategi/*targeting* bahasa dengan subdomain, selain subdirektori, tapi kalau anda memiliki *gTLD* (*generic Top Level Domain*) .com gunakan subdirektori, bukan subdomain.
- Judul situs dan halaman-halaman situs serta konten pada subdirektori atau subdomain harus dalam bahasa ibu (*native language*), gunakan istilah-istilah khas dari bahasa tersebut.
- Selalu gunakan [language based meta tags](#).
- Tempatkan subdomain untuk *geographic targeting* (strategi geografis) pada *server hosting* dari wilayah tersebut
- Kalau menggunakan subdomain, beri tautan (*link*) dari situs utama.
- Tiap subdomain punya *sitemap* masing-masing.
- Pada *meta tags* dan konten, gunakan terminologi yang tepat (misal, kalau anda menyasar US dan UK kemudian situs anda menjual celana dan sweater, maka pants dan sweater cocok untuk US, sedangkan trouser dan jumper lebih cocok untuk UK).

- Pada saat melakukan *link building*, dapatkan *backlink* dari TLD serupa (misal, tautan dari .nl untuk domain .nl dan berisi bahasa Belanda, atau .web.id menaut ke .co.id dengan konten Bahasa Indonesia).
- Kalau TLD situs anda berjenis *ccTLD (country code Top Level Domain)* seperti .fr atau .de atau \*.id maka anda tidak usah repot menjalankan strategi geografis karena sudah otomatis terkait dengan regional peruntukannya, tinggal tempatkan saja pada [server hosting yang tepat](#).

## Review

Jadi, kalau anda punya situs dengan TLD seperti .com dan .co.uk dan wilayah US dan UK memang jadi target SEO anda, maka tidak usah lagi memikirkan strategi geografis (*geographic targeting*).

Tapi kalau anda ingin menjalankan *geographic* dan *language targeting* sekaligus, maka pertama kali buatlah subdirektori dengan konten dalam *native language* dan mengaculah pada log trafik (bisa gunakan Google Analytics). Lihat asal visitor yang banyak mengunjungi situs anda.

Bahasa Inggris pun banyak variasinya, seperti US English, UK, New Zealand, Australia, kalau memang niat buatlah subdirektori untuk masing-masing variasi dan cantumkan istilah-istilah khas tiap variasi pada judul, meta tags, dan konten. Buat sitemap.xml untuk masing-masing subdirektori dan kirim semua sitemap.xml ke mesin pencari utama (Google, Yahoo, Bing).

Langkah berikutnya adalah membuat subdomain dan tempatkan subdomain-subdomain tersebut pada *server hosting* dari negara/wilayah yang anda fokuskan. Buat konten dalam *native language*, ulangi langkah diatas dan atur fokus geografis masing-masing subdomain di [Webmaster Central](#).

Dengan strategi ini, anda akan punya keunggulan atas pesaing SEO (atau malah jadi lebih sedikit pesaing). Tidak masalah apakah pencarian dilakukan dari dalam atau luar wilayah tertentu, tidak masalah apakah situs anda memang '*native*' atau cuma 'numpang' di wilayah tersebut, tidak masalah apakah pencari melakukan pencarian dalam *native language* atau secara manual menggunakan domain google tertentu seperti google.com.mx atau google.es. Situs anda akan tampil di mata yang tepat. :)

You can also find this article published on [Bagaimana Cara Optimalisasi Geo Targeting SEO?](#), and on the tag pages [backlink](#), [geotargeting](#), [hosting](#), [link building](#), [mesin pencari](#), [seo](#), [strategi seo](#).