

Published based on [Google Geotargeting](#)

# Google Geotargeting

Cara kerja mesin telusur internet (*search engine*) dan hasil yang ditampilkannya selalu berubah dengan cepat. Semakin matangnya algoritma pencarian membuat anda sebagai SEOer perlu mengupayakan teknik-teknik SEO (*Search Engine Optimization*) terkini. *Local search*, *advanced search*, *regional search*, dan *language-based search* adalah beberapa filter yang bisa digunakan pencari sebagai 'bahan pertimbangan' mesin pencari dalam menentukan situs siapa yang tampil, kapan dan dimana akan ditampilkan.

Judulnya memang Google [Geotargeting](#), tapi prinsipnya berlaku juga pada mesin pencari besar lain seperti Bing dan Yahoo, walaupun *geotargeting* di kedua mesin pencari yang disebut terakhir ini relatif lebih sederhana daripada Google.

*Geotargeting* adalah salah satu [algoritma](#) yang dikembangkan Google untuk memuaskan penggunaanya, dan bisa anda (sebagai pelaku SEO) manfaatkan untuk meningkatkan ranking situs web anda.

Setiap *query* pencarian pada Google akan menghasilkan set hasil yang berbeda. Perbedaan ini bisa sangat signifikan tergantung pada:

1. Alamat IP pencari. Proxy bisa mengaburkan asal muasal
2. Lokasi server website, tiap negara punya jatah blok IP sendiri
3. Setting geografis di [Webmaster Central](#). Domain ccTLD biasanya dikunci untuk geografis peruntukannya
4. Penggunaan filter pencarian oleh pencari (misal, pencari melakukan *filtering* untuk **Pages from [region]** atau **Pages in [language]**)
5. Apakah pencari melakukan pencarian di regional Google yang berbeda dengan yang secara *default* diberikan (misal, pencari dari Indonesia menggunakan google.com alih-alih google.co.id untuk mendapatkan hasil dari US atau pencari melakukan pencarian dalam Bahasa Inggris dari situs-situs non US)

Elemen lain yang sangat mempengaruhi *ranking* adalah *backlink*:

1. Apakah tautan masuk berasal dari [TLD](#) yang sama dengan TLD yang ditaut (misal, .in menaut ke domain .in juga)
2. Apakah alamat IP yang menaut berasal dari wilayah yang sama dengan IP yang ditaut (misal server Indonesia menaut ke server Indonesia)
3. PageRank, [anchor text](#) pada pranala (link/tautan) dan *outbound link* lainnya pada halaman yang ditaut
4. Relevansi *onpage* halaman/situs yang menaut dengan halaman/situs yang ditaut.
5. *Language based meta tags* pada situs/halaman yang ditaut
6. Semua hal diatas pada situs/halaman yang menaut

Pencarian pada regional Google manapun (google.com, google.co.id, google.ca, google.ie) akan memberi hasil yang bervariasi kalau filter bahasa dan filter lokasi tidak digunakan oleh pencari.

Google.com.au misalnya, akan memprioritaskan halaman/situs dari Australia, dimana prioritas tertinggi diberikan pada domain \*.au yang di-*hosting* pada server ber-IP class Aussie dengan *backlink* dari domain-domain dengan atribut Aussie dan *anchor text* serta atribut *onpage* dan *offpage* yang tepat. Kecuali situs-situs Australia ini tidak ada yang cukup pas untuk query pencarian, barulah .com dan domain lain bisa 'nyundul' ke puncak di google.com.au.

Sebelas faktor diatas punya andil dalam algoritma otomatis Google saat ini dan bisa dimanfaatkan untuk mengungguli kompetitor SEO anda. Tapi memang sulit untuk mengetahui komponen mana yang paling besar bobotnya dalam algoritma, akibatnya cukup sulit untuk mematok strategi apa yang paling efektif.

Jadi 'gimana dong'?

Secara umum caranya sama saja; amati hasil pencarian yang dibuat oleh filter-filter pencarian. Perhatikan situs-situs yang menempati *top positions* dan tentukan strategi SEO yang tepat untuk situs web anda. Tentu saja anda harus melakukan analisis kompetitor yang cukup mendalam.

Sudah saya bilang 'kan' [SEO itu perlu kustomisasi](#), karena ada banyak cara dalam SEO.

Tiap situs web punya kondisi masing-masing dan solusi SEO-nya tergantung pada demografi, *site mechanics*, dan sumber-sumberdaya yang tersedia. Pertimbangkan hal-hal berikut:

- Siapa target market (target pencari) anda?
- Apakah anda perlu mengoptimalkan *geographic targeting (geotargeting)*?
- Apakah anda perlu membuat subdomain atau subdirektori untuk bahasa tertentu?
- Apakah anda harus pindah *hosting*?
- Apakah anda punya sumberdaya untuk melakukan semua hal diatas?

'Ribet' yah? Tapi (hampir) semua masalah ada solusi praktisnya. *Stay tune* 'aja'.

You can also find this article published on [Google Geotargeting](#), and on the tag pages [anchor text](#), [backlink](#), [bing](#), [geotargeting](#), [hosting](#), [link building](#), [mesin pencari](#), [pagerank](#), [relevansi](#), [seo](#), [serp](#), [strategi seo](#).