

Published based on [Komponen SERP: Search Engine Results Page](#)

# Komponen SERP: Search Engine Results Page

**Search Engine Results Page (SERP)** atau mungkin kalau di-Indonesiakan secara bebas sebagai **halaman hasil pencarian** adalah halaman yang anda lihat setelah anda mengetikkan kata kunci yang dicari pada berbagai mesin pencari (*search engine*). Halaman tersebut berisi tautan ke berbagai situs yang dianggap paling relevan dengan kata kunci yang anda cari.

Perlu dicatat bahwa mesin pencari memberi peringkat pada masing-masing halaman dari sebuah website, bukan pada website itu sendiri. Ini basic, tapi pegertiannya mendalam, karena itu berarti bahwa anda bisa meng-optimalkan masing-masing halaman untuk kata kunci yang berbeda. Ini menguntungkan karena situs anda memiliki banyak 'pintu masuk' dan peluang yang lebih besar untuk mendapat trafik pengunjung.

Tiap *search engine* (kita hanya memfokuskan 3 mesin pencari utama, dan lebih khusus lagi pada Google) memberi peringkat dan menampilkan hasil pencarian dengan cara berbeda.

Mengetahui bagaimana masing-masing mesin pencari (Google, Yahoo, dan Bing) menampilkan hasil pencarian adalah hal penting, karena dari SERP masing-masing *search engine* tersebut anda bisa melihat petunjuk penting tentang berbagai 'pintu masuk' atau *entry point* untuk kata kunci yang anda cari/incar.

Kemudian, memahami komponen-komponen yang ditampilkan pada listing hasil pencarian akan membantu anda mengoptimalkan website.

Kebanyakan pencari tidak akan melihat lebih dari halaman pertama SERP. Alasannya? Karena pencari menemukan apa yang mereka cari dari 10 hasil yang ditampilkan, atau mereka mengulang pencarian dengan kata kunci yang lebih tepat.

Coba pikirkan pola pencarian anda sendiri - apakah anda menggali sampai halaman ke-20 dari hasil pencarian untuk menemukan yang dicari, atau anda meng-klik beberapa hasil pertama dan menjelajah beberapa situs lalu kembali ke query pencarian untuk memperbaiki frase yang digunakan?

Kebiasaan ini sudah menjadi suatu pola berulang (cari, jelajah, perbaiki, ulang - sampai menemukan apa yang dicari).

Oleh karena itu, halaman pertama hasil pencarian bisa dianggap sebagai 'lahan real estate' bernilai tinggi.

Semakin banyak anda mengetahui apa yang ada di halaman tersebut (dan bagaimana caranya masuk ke situ), makin bagus peluang situs anda berada di 'lahan' tersebut.

Masing-masing *search engine* menampilkan beberapa informasi yang sama pada SERP mereka:

- Pencarian tersponsor (*sponsored ads* - pada bagian atas atau kolom kanan hasil pencarian)
- Pencarian terkait (*related searches* - untuk membantu memperbaiki query pencarian)
- Tautan ke sejumlah halaman internal atau content properties seperti:
  - Google News, Google Finance, Google Groups, Google Images, Google Maps, Google Video
  - Yahoo Shopping, Yahoo News, Yahoo Finance, Yahoo Answers, Yahoo Maps, Yahoo Sports, Yahoo Video, Yahoo Directory
  - Live QnA
- Hasil pencarian organik (alami, sesuai algoritma pencarian)

Semua hal di atas adalah cara yang bagus untuk masuk ke top 10 halaman pencarian untuk kata kunci incaran anda dan menawarkan alternatif pintu masuk ke halaman pertama SERP. Pencarian gambar (*Image Search*) misalnya, bisa mengarahkan banyak trafik ke situs anda.

## Hasil Pencarian

Setiap mesin pencari menampilkan hasil pencarian dengan cara yang hampir sama - judul halaman + beberapa baris deskripsi halaman yang biasanya diambil dari halaman itu sendiri atau dari listing di [DMOZ](http://dmoz.org). (dmoz.org adalah direktori situs internet terbesar yang diedit secara manual)

Kadang Google dan Yahoo juga menampilkan tautan tambahan dari halaman internal mereka. Yahoo misalnya menampilkan *listing* dari Yahoo Directory apabila situs yang relevan dengan pencarian ada di direktori tersebut.

Bing menawarkan lebih sedikit informasi, tapi ini bisa berubah seiring perkembangannya.

Adanya tautan tambahan (*site links*) ke seksi tertentu di website anda di *SERP* akan membantu pencari mempersempit pencarian mereka di situs anda, membuat mereka lebih mudah menemukan apa yang dicari (dan kalau dilakukan dengan benar, maka trafik yang dihasilkan lebih banyak).

Tidak semua website mendapat 'bonus' ini dari mesin pencari. Kepopuleran situs (dari banyaknya tautan yang 'menunjuk' situs tersebut) berpengaruh, tapi untuk mendapat *site links* adalah dengan membuat struktur navigasi yang jelas di website atau halaman situs (*web page* - bedakan artinya), navigasi yang dapat dengan mudah diakses baik oleh mesin pencari dan pengguna (manusia). Dengan kata lain, cara anda mengorganisir situs dan dimana anda menempatkan tautan navigasi berperan penting disini.

Yahoo menawarkan pilihan 'get more results', Google juga memberikan opsi 'similar pages' (keduanya menampilkan halaman-halaman serupa dengan halaman yang ditampilkan pada SERP, berdasarkan pada analisa *backlink* dan topik situs).

Catatan: Sepertinya mesin pencari mulai menawarkan fasilitas 'bookmark' pada hasil pencarian - Google sudah menawarkan ini dengan opsi 'Note this'.

## Jadi apa pentingnya semua ini?

Kalau situs anda populer, kategorisasi yang ditampilkan sebagai site links akan terasa efeknya.

Tapi kalau situs tidak mendapat *site links*, maka fokus perhatian adalah pada judul halaman (*page title*) dan deskripsi (*description*) yang ditampilkan pada halaman hasil pencarian.

Ada empat elemen utama pada hasil pencarian individu.

1. Judul halaman (*page title*), yang diambil dari tag Title halaman tersebut.
2. Deskripsi situs/halaman yang biasanya diambil dari tag *meta description* kalau ada (dan itu yang terjadi pada kasus di atas). Kalau tidak ada, mesin pencari biasanya mengambil potongan dari teks yang mengandung kata kunci pencarian, atau menggunakan deskripsi dari listing Dmoz.
3. URI halaman. Buat URI ini se jelas mungkin agar pencari dapat dengan mudah mengira-ngira ke mana mereka akan 'mendarat'.
4. *Site links* adalah 'hadiah' untuk navigasi yang jelas seperti yang saya jelaskan di atas - navigasi yang baik seperti ini juga mendongkrak rangking dan sebaiknya diterapkan sejak awal.

Perhatikan judul halaman, deskripsi, dan URI, karena ketiga elemen ini yang akan menjadi kesan pertama di mata pencari tentang situs anda pada Search Engine Results Page (SERP). Kesan pertama ini yang akan menjadi bahan keputusan pencari, apakah mereka akan meng-klik-nya atau lanjut ke hasil pencarian berikutnya.

Huff... artikel ini sudah terlalu panjang, sudah saatnya ditutup dulu. Akhirul kata, *search marketing* bukan hanya berkutat pada aspek teknis yang 'benar', tapi juga pemahaman tentang cara menulis yang tepat agar didapat klik pengunjung yang maksimal, dan akhirnya rangking situs yang tinggi dapat dimanfaatkan sepenuhnya.

You can also find this article published on [Komponen SERP: Search Engine Results Page](#), and on the tag

pages [mesin pencari](#), [seo](#), [serp](#).