

Published based on [Membuat Rencana SEO](#)

# Membuat Rencana SEO

Sia-sia saja punya informasi tapi tidak punya pengetahuan dan keinginan untuk menggunakannya secara efektif. Anda sedang membaca salah satu artikel [Panduan SEO](#), jadi saya anggap anda punya keinginan untuk memanfaatkan ilmu SEO.

Setelah punya keinginan, anda harus punya rencana. Dalam ilmu manajemen, rencana terbaik adalah rencana yang fleksibel, tapi mengandung detail yang cukup untuk memandu anda dan memungkinkan anda untuk memodifikasinya sesuai kebutuhan.

Artikel ini akan memperkenalkan 4 fase dalam perencanaan SEO.

Kenapa 4, bukan 5 atau 3? Yah, karena buat saya 4 langkah ini memberikan hasil terbaik - dan 4 langkah ini adalah *template* dasar untuk kampanye SEO yang biasa saya lakukan. Empat fase ini bukan sesuatu yang baku, silakan saja anda ubah (bukan dikurangi substansinya). Misal pada fase peluncuran situs, kalau anda merasa fase tersebut sebaiknya dipecah menjadi 2, lakukan saja. Kemudian kalau anda mau menggabungkan langkah 2 dan 3 (optimalisasi situs dan peluncuran situs), silakan gabungkan. Bebas.

Apapun perubahan yang anda buat, tetap lakukan langkah-langkah yang harus dilakukan, diubah boleh, dikurangi jangan. :)

## **Fase 1: Riset**

Ini bagian penting pertama dari perencanaan SEO dan sebetulnya tidak terlalu sulit dan membosankan seperti yang diduga banyak calon pejuang SEO.

Harus diakui, saya bukan orang yang suka tenggelam dalam perencanaan dan riset ini. Saya sendiri biasanya *'just do it'* dan memperbaiki berbagai hal belakangan. Riset harus dilakukan, tapi jangan sampai membuat anda terlalu banyak menimbang sehingga tidak pernah beraksi.

Fase riset ini juga sangat mudah dilewatkan, bisa karena tidak tahu caranya, bisa karena godaan untuk *'just do it'* terlalu tinggi pada saat menemukan sesuatu yang menurut anda menarik.

Apapun alasannya, ingat satu hal; kalau anda ingin menaklukkan segmen pasar yang diincar, anda HARUS melakukan riset. Titik.

### **Penentuan Tujuan**

Apa tujuan situs anda, bayangkan audien ideal untuk situs tersebut.

### **Keyword Research**

Kalau anda sudah tahu topik yang akan diambil (dan punya gambaran tentang audien anda), kumpulkan kata kunci apa saja yang biasa digunakan dan data yang terkait dengan *keyword* tersebut.

### **Competitive Analysis**

Analisis persaingan yang akan dihadapi. Siapa yang menjadi pesaing, dan apa yang sudah mereka lakukan dalam SEO/*online marketing*.

## **Fase 2: Membangun/Optimalisasi Situs**

Fase ini berbeda untuk tiap proyek SEO, tergantung pada apakah situs tersebut baru atau lama/mapan.

### **Keyword dan Konten Situs**

Bagaimana cara menggunakan *keyword* pada situs anda, bagaimana memecah kata-kata kunci tersebut pada beberapa halaman dan bagaimana cara mengorganisir situs berdasarkan kata kunci.

### **On-Page SEO**

Optimalisasi elemen halaman situs; tag title, tag meta, penggunaan keyword dan hindari duplikasi konten.

### **Arsitektur Situs**

[Arsitektur situs](#) adalah tentang bagaimana anda mengatur halaman-halaman situs (*internal linking*), *search engine friendly* URL dan penggunaan *sitemap*.

## **Fase 3: Peluncuran Situs**

### **Dasar-dasar *Link Building***

Hal-hal dasar pada praktek *link building* yang efektif, jenis tautan yang dibutuhkan, dan bagaimana anda akan melakukannya dalam jangka panjang.

### **Site Launch Links**

Jenis-jenis tautan yang dibutuhkan saat situs diluncurkan (*go online*) agar eksistensinya diketahui mesin pencari, agar halaman-halaman situs ter-indeks dan sekaligus terdongkrak posisinya karena [trust dan authority](#) yang diperoleh.

## **Fase 4: SEO Jangka Panjang**

Sudah dijelaskan dari awal bahwa [Search Engine Marketing adalah komitmen jangka panjang](#) dan harus dilakukan secara konsisten. Ini berarti anda harus konsisten membangun konten, konsisten melakukan *link building* dan konsisten memonitor hasil pekerjaan anda (berdasarkan trafik dan posisi pada SERP), kemudian lakukan *fine tuning* (penyempurnaan) pada aktivitas SEO anda.

### **Sumber-sumber Tautan**

Dari mana situs anda mendapat tautan? Nanti akan ditunjukkan 10 sumber tautan dan cara menemukannya.

### **Link Partner**

Bagaimana menggunakan mesin pencari untuk menemukan *link partner* yang potensial.

### **Penilaian Tautan**

Bagaimana menilai kualitas sebuah tautan, dan bagaimana kualitas ini mempengaruhi praktek *link building*.

### **Konten Berkualitas**

Konten bagaimana yang tepat untuk menyisipkan tautan dan bagaimana membentuk kebiasaan untuk membuat konten berkualitas.

### **Monitoring**

Menggunakan *tools analisis* dan *search ranking data* untuk mempersempit dan mengarahkan kampanye SEO/*link building*.

Itulah hal-hal yang harus anda ketahui dan cantumkan pada saat membuat rencana SEO. Ini hanya gambaran dulu. Setiap fase diatas akan dijelaskan dalam artikel-artikel tersendiri.

You can also find this article published on [Membuat Rencana SEO](#), and on the tag pages [arsitektur situs](#), [authority](#), [duplicate content](#), [link building](#), [planning](#), [seo](#), [sitemap](#), [trust](#).