

Published based on [Pola Pikir SEO](#)

Pola Pikir SEO

Berpikir Jangka Panjang

Search Engine Optimization bukanlah program 'cepat kaya', juga bukan aktivitas jangka pendek yang hanya memberi hasil sementara dengan resiko di-*blacklist* oleh mesin pencari.

Artikel yang merupakan bagian dari seri [belajar SEO](#) ini tidak membahas etika ber-SEO, menurut saya (silakan saja berpikir lain) mesin pencari menyediakan layanan, adapun panduan dan kebijakan yang mereka keluarkan bukanlah 'hukum' atau peraturan, tapi sekedar pernyataan umum (*general statement*).

General statement tersebut seringkali ambigu dan tidak memberi petunjuk jelas tentang apa yang harus dilakukan 'pejuang SEO' agar kata kunci (keyword) incaran mereka mendapat ranking di SERP.

Meski begitu, mempertaruhkan website anda dengan melakukan optimalisasi yang bertentangan dengan kebijakan mesin pencari dan bisa terdeteksi oleh mesin pencari adalah tindakan bodoh.

Ada banyak cara yang lebih baik untuk mendominasi [SERP](#) tanpa harus melakukan hal-hal yang bisa membuat situs anda ditendang oleh Google, Bing atau Yahoo.

Pola berpikir dalam SEO harus bersifat jangka panjang- kalau anda melakukan SEO untuk keuntungan jangka pendek, maka itu [bukan SEO](#), tapi trik untuk mengeksploitasi kelemahan mesin pencari.

SEO adalah proses yang butuh waktu, sejumlah faktor yang digunakan untuk menentukan posisi di Google misalnya, menggunakan waktu sebagai elemen perhitungan.

Konsep seperti *link-aging*, *sandbox* (atau *trustbox*, tergantung perspektif anda), *quality filter*, dan *domain-aging* (jangan kuatir, konsep-konsep ini akan dijelaskan nanti) membuat situs anda tidak mungkin menjadi #1 dalam sekejap - setidaknya bukan di Google.

Untuk [contoh sebelumnya](#) (Situs A dan B):

- Site A akan menempati posisi #1 dalam 1 - 6 bulan, tergantung pada apa yang anda lakukan dan seberapa kuat situs yang saat ini menempati posisi #1.
- Site B, butuh waktu 6 - 12 bulan untuk mencapai puncak, sekali lagi tergantung seberapa cepat anda bergerak dan keyword apa saja yang disasar.

Pada dasarnya - SEO butuh waktu agar efektif, jadi apapun yang anda rencanakan, pastikan bahwa rencana tersebut bersifat jangka panjang dan perhitungkan konsekuensi jangka panjang dari tindakan anda.

Punya Pikiran Sendiri

Sering saya melihat pelaku SEO yang mengikuti apapun yang diajarkan "guru", atau percaya apapun yang dikatakan Google seperti mempercayai kitab suci.

Tapi seperti apa yang saya bilang sebelumnya - ada banyak cara untuk melakukan SEO, dan tentu saja tidak ada 'salah' atau 'benar' dalam SEO. SEO adalah tentang strategi yang paling efektif dalam membuat situs anda berada di puncak halaman hasil pencarian (SERP), dan itulah yang harus menjadi fokus anda.

Percaya buta semua yang Google atau 'guru SEO' bilang tidaklah baik. Anda harus mempertimbangkan opini pihak lain yang bertentangan, bandingkan dengan hasil yang anda dapatkan, dan kalau memungkinkan lakukan eksperimen anda sendiri.

Satu contoh, yaitu tentang tautan berbayar (*paid links*). Google secara jelas mengatakan bahwa *paid links* untuk tujuan mendapat ranking di mesin pencari tidak bisa ditolerir dan situs yang melakukannya akan kena penalti, namun di sisi lain *paid links* untuk tujuan traffic (iklan langsung) itu oke-oke aja. Ini menimbulkan

perdebatan di dunia SEO; apakah tautan berbayar "benar atau salah".

Jangan jadi budak Google atau orang lain yang mengajarkan anda tentang SEO - tidak ada satu formula yang mujarab untuk semua situasi dalam SEO, dan oleh karena itu tidak ada 'benar' atau 'salah'.

Namun ini juga bukan berarti anda harus bertentangan dengan Google. Anda cuma harus berpikiran terbuka dan fokus pada apa yang terbukti berhasil dan dijamin bertahan untuk jangka panjang.

Jangan percaya begitu saja apapun yang dikatakan Google, atau para "dewa SEO", atau saya. Perhatikan perkembangan dunia SEO, fokus, dan gali pengalaman anda sendiri.

You can also find this article published on [Pola Pikir SEO](#), and on the tag pages [seo](#), [strategi seo](#).