

Published based on [SEO: Faktor Penilaian Berdasarkan Tautan](#)

# **SEO: Faktor Penilaian Berdasarkan Tautan**

*Link based analysis* membentuk inti algoritma penilaian oleh mesin pencari, bahkan *site based factors* yang dijelaskan sebelumnya memperhitungkan tautan/link pada satu atau beberapa bagian.

Nah, saya tidak ingin terobsesi dengan urusan *link*, tapi tetap harus dijelaskan sepenting apa *link-based factors* ini terhadap posisi situs anda di mesin pencari.

Jadi bagaimana cara membangun tautan (*link building*) yang tepat? Silakan lahap artikel 2 bagian ini sampai habis.

## Usia Tautan (*Link Age*)

Seiring dengan perkembangan teknologi pencarian, mesin-mesin pencari terus berupaya untuk menyaring konten spam dari [halaman hasil pencarian \(SERP - Search Engine Result Page\)](#), salah satu caranya berdasarkan otoritas (*authority*) dan kualitas tautan dengan menilai *link age*. Apa itu *link age*? Yaitu waktu sejak pertama kali ditemukannya sebuah tautan oleh mesin pencari.

Ini terkait erat dengan [penjelasan tentang Sandbox](#). Situs-situs yang sudah *online* cukup lama dan mapan biasanya punya sifat berikut; tautan yang sudah 'berumur', halaman-halaman internal yang saling terkait, dan 'gelar' *topical authority*. Mesin pencari menggunakan profil generik ini sebagai ukuran kepercayaan (*trust*). Bagi anda pelaku SEO, tautan berkualitas harus punya usia tertentu sebelum efeknya dapat dirasakan secara maksimal.

Aspek usia tautan juga berkaitan dengan penilaian atas seberapa permanen tautan tersebut merujuk sumber lainnya. Suka atau tidak, tautan yang berumur diberi nilai lebih karena dianggap memiliki nilai referensi jangka panjang - Perihal apakah tautan ini sebetulnya lupa dihapus oleh pemilik situs atau memang sengaja dipelihara, itu lain cerita.

## Link Growth

Terjemahan langsungnya apa ya? Intinya, mesin pencari 'memantau' apakah tautan ke sebuah situs atau halaman web terus bertambah dalam suatu periode.

Sebuah situs atau web page (sudah tahu bedanya kan?) yang terus mendapat tautan (dijadikan referensi) di masa yang akan datang adalah indikasi kuat bahwa informasinya masih relevan dan berguna, ini kunci untuk mendapatkan otoritas di mata mesin pencari.

Mesin-mesin pencari sangat efektif dalam mengukur pertumbuhan tautan... halah... *link growth* dan dalam menganalisis apakah pola pertumbuhannya alami atau artifisial (buatan).

Kekurangan metode ini adalah bahwa situs-situs populer akan terus mendapat tautan, sementara situs-situs yang kurang populer dan tidak banyak menawarkan nilai tambah tidak akan sesukses itu karena hanya sedikit orang yang menemukan dan menaut. Yang 'kaya' makin kaya dengan cepat, yang 'miskin' lama kayanya.

## Anchor text pada tautan

*Anchor text* digunakan untuk 'menjelaskan' tujuan sebuah tautan - misal sebuah link ke halaman yang berisi review tentang headset Bluetooth, idealnya memiliki *anchor text* 'Review headset Bluetooth' atau 'Bluetooth headset reviews' kalau halaman tersebut in English.

Mesin pencari menggunakan *anchor text* untuk men-judge topik tautan dari 'penjelasan' yang diberikan situs yang menaut. Tentu saja ini mudah dimanipulasi. Dugaan saya, untuk meminimalisirnya mesin pencari menggabungkan kepercayaan (*trust*) terhadap halaman dan situsnya dengan *anchor text* yang ditampilkan.

Maksudnya, mesin pencari bukan hanya melihat *anchor text*-nya, tapi juga konten yang mengelilingi tautan

tersebut - dan sebetulnya konteks konten ini lebih efektif dalam 'menjelaskan' tautan daripada *anchor text* tautan itu sendiri.

## ***Topical authority* halaman yang menaut**

Seperti yang dijelaskan dalam artikel sebelumnya tentang [faktor-faktor penilaian mesin pencari pada sebuah situs](#), *topical authority* ditentukan dengan mengevaluasi nilai agregat/umum seluruh referensi ke sebuah halaman, baik dari lingkup *topical community* dan dari luar.

Mendapat link dari halaman dengan topical authority yang sesuai dengan niche situs atau topik halaman web anda adalah cara fokus (walaupun relatif lebih sulit) untuk memapankan otoritas situs atau halaman web anda dibandingkan dengan hanya mengandalkan [PageRank/PR](#), meski PageRank mempengaruhi *link value* juga (dan lebih gampang karena PageRank mudah terlihat).

## ***Topical authority* situs yang menaungi halaman yang menaut**

Bingung? :P Intinya sama dengan di atas, hanya, yang satu ini diterapkan dengan fokus website secara menyeluruh alih-alih satu halaman tertentu.

Sementara sudah dulu. Lanjut ke Faktor Penilaian Berdasarkan Tautan Bagian 2 dalam artikel berikutnya.

You can also find this article published on [SEO: Faktor Penilaian Berdasarkan Tautan](#), and on the tag pages [anchor text](#), [authority](#), [link age](#), [link building](#), [link growth](#), [mesin pencari](#), [pagerank](#), [sandbox](#), [seo](#), [topical authority](#), [trust](#).