

## *Optimization of Digital Platforms as Part of SEO-Based Digital Marketing Strategy to Appear on Google*

### **Optimasi Platform Digital sebagai Bagian dari Strategi Digital Marketing Berbasis SEO untuk Muncul di Google**

Naufal Ariq Wijaya<sup>1\*</sup>, Ade Eviyanti<sup>2</sup>

\*Email corresponding author: [naufalariq180@gmail.com](mailto:naufalariq180@gmail.com)

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit No. 666 B, Sidowayah, Celep, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61271

**Abstract.** *This study aims to analyze the benefits of utilizing five digital platforms, namely Pinterest, ISSUU, Tumblr, Flickr, and Carousell, to appear in Google search. This study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through observation, analysis, and documentation. The results of the study show that each digital platform has different characteristics and functions in digital marketing. Digital platforms also have their own advantages and disadvantages in increasing visibility and relevance in Google search. This study provides recommendations for products or services that want to use digital platforms as part of their SEO-based digital marketing strategy.*

**Keywords** - digital platforms, digital marketing, SEO, Google search.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manfaat memanfaatkan lima platform digital, yaitu Pinterest, ISSUU, Tumblr, Flickr, dan Carousell, untuk muncul di pencarian Google. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, analisa, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap platform digital memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda-beda dalam pemasaran digital. Platform digital juga memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing dalam meningkatkan visibilitas dan relevansi di pencarian Google. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi produk atau jasa yang ingin menggunakan platform digital sebagai bagian dari strategi pemasaran digital berbasis SEO.

**Kata Kunci** - platform digital, pemasaran digital, SEO, pencarian Google.

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pencarian Google adalah salah satu cara yang paling mudah dan efektif untuk menemukan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna internet. Pencarian Google dapat membantu pengguna mencari produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan, minat, atau keinginan mereka. Selain itu, pencarian Google juga dapat membantu produk atau jasa meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap mereka, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar [1].

Page Rank (PR) adalah konsep yang berasal dari mesin pencari Google. Meskipun pemilik situs web tidak dapat secara langsung mengontrol page rank, mereka dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dengan memiliki backlink atau tautan yang relevan. Kualitas dan jumlah tautan yang mengarah ke sebuah situs web akan berdampak pada peringkat halaman situs tersebut. Situs web dengan banyak tautan yang berkualitas akan memiliki page rank yang tinggi dan peluang lebih besar untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian. Namun, untuk naik dengan cepat di hasil pencarian, situs web juga perlu memiliki jumlah pengunjung yang signifikan. Selain itu, jika tautan berasal dari situs yang sudah memiliki peringkat yang tinggi, itu akan memberikan dampak yang lebih baik bagi peringkat situs web tersebut [2].

Namun, tidak semua platform digital dapat memberikan hasil yang optimal dalam pemasaran digital. Platform digital memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda-beda dalam pemasaran digital. Platform digital juga memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis terhadap manfaat memanfaatkan lima platform digital untuk muncul di pencarian Google [3].

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang menghasilkan data berupa kata-kata atau gambar daripada angka [4].

## 2.1 Teknik Pengumpulan Data

- **Observasi** dilakukan di situs web dan akun media sosial dari lima platform digital yang dipilih. Observasi bertujuan untuk melihat langsung karakteristik dan fungsi dari setiap platform digital dalam pemasaran digital.
- **Dokumentasi** dilakukan dengan mengumpulkan data dari sumber-sumber online yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi bertujuan untuk mendukung observasi dan analisa dengan data sekunder.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Landasan Teori

#### 3.1.1 Definisi Marketing

Marketing adalah serangkaian kegiatan bisnis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui penciptaan, promosi, dan penjualan produk atau layanan. Marketing melibatkan proses pertukaran di mana pelanggan memberikan nilai dalam bentuk uang atau waktu untuk memperoleh produk atau layanan yang mereka inginkan. Marketing juga melibatkan perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk dan layanan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan. Tujuan utama dari marketing adalah untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan memastikan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari penjualan produk atau layanan melebihi biaya produksi dan pemasaran [5].

#### 3.1.2 Digital Marketing

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform digital dan teknologi internet untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek secara online. Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk meningkatkan visibilitas, mencapai audiens target, dan menghasilkan interaksi serta konversi yang menguntungkan. Metode digital marketing meliputi berbagai aktivitas seperti pengoptimalan mesin pencari (SEO), pemasaran konten, media sosial, iklan online, email marketing, dan lainnya. Digital Marketing memiliki keunggulan dibandingkan dengan pemasaran tradisional karena dapat melacak perilaku pengguna secara real-time. Setiap kampanye digital dapat dipantau dalam hal jangkauan, interaksi, dan konversi. Hal ini memberikan nilai tambah dalam riset pemasaran untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Oleh karena itu, penting untuk memasukkan digital marketing dalam strategi pemasaran secara keseluruhan, karena hal ini akan membantu mencapai tujuan pemasaran dan bisnis dengan lebih baik dengan memberikan wawasan tentang perilaku konsumen dan memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik [6].

#### 3.1.3 Internet

Internet adalah sebuah sistem informasi global yang menghubungkan berbagai jaringan komputer di seluruh dunia. Internet memfasilitasi komunikasi, pertukaran informasi, dan transaksi online antara individu dan organisasi. Internet juga merupakan salah satu media pemasaran yang paling efektif dan populer di era digital saat ini. Dengan demikian, internet telah mengubah lanskap pemasaran produk dengan memberikan berbagai alat dan peluang untuk memasarkan produk dengan lebih cepat, efisien, dan efektif. Hal ini penting dalam menjalankan bisnis yang sukses dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini [7].

#### 3.1.4 Platform

Platform merupakan istilah akademis untuk diverse situs web, aplikasi, dan media sosial yang diimplementasikan oleh perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan produk atau jasa. Platform digital adalah elemen krusial dalam digital marketing, karena dapat membantu perusahaan ataupun UMKM dalam mengoptimalkan visibilitas, kredibilitas, dan loyalitas merek di dunia online [3]. Contoh platform digital yang frequent digunakan dalam digital marketing adalah Pinterest, ISSUU, Tumblr, Flickr, dan Carousell. Karakteristik dan fitur platform digital berbeda-beda; oleh karena itu, pengguna harus memilih platform yang sesuai dengan tujuan pemasaran dan audiens target mereka.

#### 3.1.5 ISSU

ISSUU merupakan sebuah platform digital yang berperan penting dalam mempublikasikan dan mendistribusikan konten digital, terutama dokumen dan majalah. Platform ini memberdayakan pengguna untuk mengunggah, mengelola, dan menyebarkan konten dalam format digital yang mengadopsi tampilan seperti buku fisik. Selain itu, ISSUU juga menyediakan fitur pencarian dan penjelajahan yang memfasilitasi pengguna untuk menemukan dan membaca konten yang diminati. Artikel ini akan mengulas lebih lanjut tentang peran ISSUU dalam industri penerbitan digital, serta bagaimana platform ini sering digunakan oleh penerbit, penulis, dan perusahaan untuk mempublikasikan dan mempromosikan karya mereka secara online [8].



**Gambar 1.** Logo ISSUU Gambar dari [issuu.com](http://issuu.com)

### 3.1.6 Pinterest

Pinterest merupakan sebuah platform media sosial yang beroperasi sebagai papan pin digital. Platform ini memberdayakan pengguna untuk mengunggah dan menyimpan gambar, video, dan artikel dari internet ke papan pin mereka sendiri. Pengguna juga dapat membuat papan pin berdasarkan topik atau minat tertentu [9]. Pinterest dimanfaatkan oleh individu untuk mengakumulasi dan mengatur konten yang menarik bagi mereka, seperti resep, inspirasi pernikahan, atau koleksi buku. Selain itu, bisnis dan lembaga pendidikan juga mengimplementasikan Pinterest untuk mempromosikan produk, layanan, atau acara mereka. Pinterest telah menjadi ekstrem populer dan memiliki jutaan pengguna di seluruh dunia.



**Gambar 2.** Logo Pinterest Gambar dari [pinterest.com](http://pinterest.com)

### 3.1.7 Flickr

Flickr merupakan sebuah platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah, mendistribusikan, dan menyelidiki foto-foto dari seluruh dunia. Flickr juga memiliki fitur geotagging, yaitu penambahan informasi lokasi pada foto-foto yang diunggah. Fitur ini dapat membantu pengguna untuk mengetahui lokasi asal foto-foto tersebut. Pengguna dapat menggunakan foto untuk mengekspresikan diri mereka, mendistribusikan cerita mereka, atau mendapatkan umpan balik dari orang lain. Flickr juga menyediakan fitur-fitur lain seperti photostreams, groups, tags, favorites, dan sebagainya. Fitur-fitur ini dapat membantu pengguna untuk mengelola dan mengakses foto-foto mereka dengan mudah. Flickr bertujuan untuk membantu pengguna untuk menemukan dan mengikuti fotografer-fotografer terbaik di dunia [10].



**Gambar 3.** Logo Flickr Gambar dari [flickr.com](http://flickr.com)

### 3.1.8 Tumblr

Tumblr merupakan sebuah platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk membuat dan mengikuti blog pribadi atau tematik yang mengandung berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, video, audio, dan tautan. Tumblr juga memiliki fitur reblogging, yaitu penambahan konten dari blog lain ke blog sendiri dengan atau

tanpa komentar. Fitur ini dapat membantu pengguna untuk mendistribusikan dan memodifikasi konten yang mereka apresiasi atau tertarik [11].



**Gambar 4.** Logo Tumblr Gambar dari tumblr.com

### 3.1.9 Carousell

Carousell merupakan sebuah platform e-commerce yang belum banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Platform ini menawarkan layanan jual beli online yang efisien dan efektif bagi pengguna, dengan diverse kategori barang seperti elektronik, fesyen, mobil, properti, jasa, dan lain-lain. Platform ini tersedia di beberapa negara di Asia Tenggara, seperti Singapura, Indonesia, Malaysia, Filipina, Taiwan, dan Hong Kong. Carousell juga memiliki fitur chat yang memfasilitasi komunikasi langsung antara penjual dan pembeli. Fitur ini dapat membantu pengguna untuk mendapatkan informasi lebih detail tentang barang yang dijual atau dibeli. Carousell merupakan salah satu platform e-commerce terpopuler di Asia Tenggara [12].



**Gambar 5.** Logo Carousell Gambar dari carousell.com

## 3.2 Pembahasan

### 3.2.1 Pembuatan Bahan

Pembuatan bahan keyword untuk di excel pada digital marketing adalah sebuah proses yang bertujuan untuk membuat sebuah kata kunci yang relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu bisnis. Excel merupakan sebuah perangkat lunak yang sangat penting dalam pekerjaan digital marketing, karena dapat digunakan untuk mengelola, menganalisis, dan memvisualisasikan data. Bahan keyword ini berguna untuk meningkatkan visibilitas dan trafik situs web bisnis di mesin pencari seperti Google atau Bing. Bahan keyword juga bisa digunakan untuk membuat iklan yang efektif dan menarik bagi target pasar.

Gambar 6 merupakan sebuah bahan posting yang disiapkan untuk keyword tertentu yang akan diposting di lima platform digital, yaitu ISSUU, Pinterest, Flickr, Tumblr, dan Carousell. Bahan posting ini terdiri dari judul, deskripsi, dan link yang telah disesuaikan dengan keyword yang dipilih. Selain itu, bahan posting ini juga telah disesuaikan dengan karakteristik dan fitur masing-masing platform.

Tujuan dari penggunaan bahan posting ini adalah untuk membuat sebuah postingan yang secara simultan dipublikasikan di kelima platform tersebut. Melalui penggunaan kata kunci nama daerah di Indonesia, diharapkan produk atau jasa yang dipasarkan dapat menjangkau dan memasuki wilayah tersebut, sehingga dapat mencapai audiens yang lebih luas.

Dengan memanfaatkan variasi platform digital, pengguna dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan promosi produk. Setiap platform memiliki keunikan dan karakteristiknya sendiri, oleh karena itu bahan posting ini telah disesuaikan agar dapat menarik perhatian dan menjangkau audiens yang berbeda di setiap platform. Dengan demikian, pengguna dapat memaksimalkan upaya promosi dan mencapai tujuan pemasaran dengan lebih efektif melalui penggunaan bahan posting yang telah disiapkan.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Judul	Deskripsi	Nama Brosur	Jeda	Label	KK SPE	Link	
2	INFO. WA : 081	Pinggir Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
3	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
4	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
5	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
6	INFO. WA : 081	Sukodani Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
7	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
8	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
9	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	
10	INFO. WA : 081	Sidoarjo	gelangkaukahmarjan		Magang SMK BDP	Magang SMK BDP	<a href="https://wa.me/6285156775527">https://wa.me/6285156775527</a>	

**Gambar 6.** Sebuah bahan kata kunci yang digunakan untuk keperluan marketing yang akan di posting pada 5 platform tersebut

Dalam kolom judul pada baris ke 2 pada gambar no 6 tersebut, menyampaikan informasi tentang peluang magang yang tersedia bagi siswa SMK BDP DKV TKJ di daerah Bakalan Wringinpitu Sidoarjo. Selain itu, juga disertakan informasi kontak melalui WA dengan nomor yang disediakan (0851-5677-5527), sehingga memudahkan audiens untuk menghubungi dan memperoleh informasi lebih lanjut.

### 3.2.2 SEO

SEO adalah singkatan dari Search Engine Optimization, Menurut artikel (Yalçın & Köse, 2010), SEO adalah proses yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan relevansi sebuah website atau halaman web di mesin pencari, khususnya Google. SEO melibatkan berbagai aspek, seperti pemilihan kata kunci, peningkatan kualitas konten, optimasi struktur dan tautan website, serta penggunaan teknik-teknik tertentu untuk memudahkan mesin pencari mengindeks dan menampilkan website atau halaman web tersebut di hasil pencarian. SEO juga berkaitan dengan pengalaman pengguna, karena website atau halaman web yang dioptimasi dengan baik akan memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan minat pengguna. SEO dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu SEO on-page dan SEO off-page. SEO on-page adalah optimasi yang dilakukan di dalam website atau halaman web itu sendiri, sedangkan SEO off-page adalah optimasi yang dilakukan di luar website atau halaman web, seperti melalui media sosial, forum, blog, atau situs-situs lain yang memiliki kredibilitas tinggi.

### 3.2.3 Implementasi

Dalam rangka mengimplementasikan proses posting pada platform-platform seperti ISSU, Pinterest, Flickr, Tumblr, dan Carousell, terdapat serangkaian langkah-langkah yang dapat dilakukan agar konten yang diunggah dapat muncul dalam hasil pencarian Google. Hal ini bertujuan untuk memudahkan audiens yang membutuhkan produk atau jasa yang ditawarkan untuk menemukan dan mengaksesnya dengan mudah.

Pertama, langkah yang dapat dilakukan adalah dengan mengoptimalkan konten pada setiap platform. Ini meliputi penggunaan kata kunci yang relevan, judul yang menarik, dan deskripsi yang informatif. Dengan demikian, konten yang diunggah akan lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari seperti Google.

Selanjutnya, penting untuk memperhatikan pengaturan privasi dan kebijakan publikasi pada setiap platform. Pastikan konten yang diunggah dapat diakses secara publik agar dapat ditemukan oleh audiens yang lebih luas melalui pencarian Google.

Selain itu, penting untuk memanfaatkan fitur tagging atau kategori yang disediakan oleh masing-masing platform. Penggunaan tag atau kategori yang relevan akan membantu mesin pencari mengindeks konten dengan lebih baik, sehingga meningkatkan kemungkinan konten muncul dalam hasil pencarian Google.

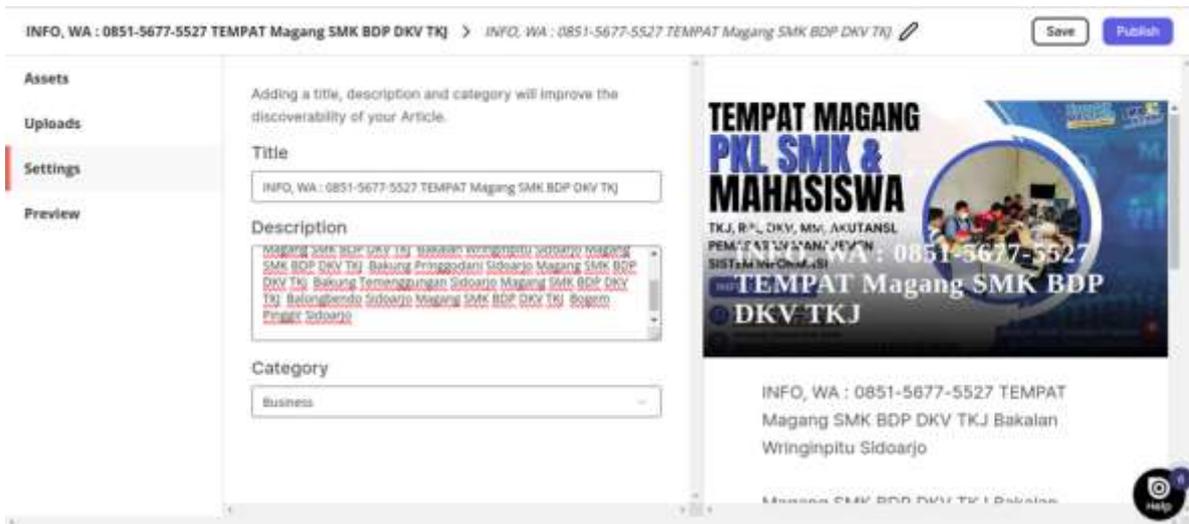
Terakhir, tetap menjaga kualitas konten yang diunggah pada setiap platform. Konten yang menarik, informatif, dan memiliki nilai tambah akan cenderung mendapatkan peringkat yang lebih baik dalam hasil pencarian Google. Oleh karena itu, pastikan konten yang diunggah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens yang dituju.

Dengan melaksanakan langkah-langkah tersebut, proses posting pada platform-platform seperti ISSU, Pinterest, Flickr, Tumblr, dan Carousell akan membantu meningkatkan visibilitas konten dalam hasil pencarian Google. Dengan demikian, audiens yang membutuhkan produk atau jasa yang ditawarkan akan lebih mudah menemukannya dan mengaksesnya.

### 3.2.4 ISSUU

Untuk dapat membuat sebuah postingan pada platform ini, pengguna diharuskan untuk melakukan proses login terlebih dahulu. Jika pengguna belum memiliki akun, maka pengguna diharapkan untuk melakukan proses sign up terlebih dahulu. Setelah berhasil login, pengguna akan diberikan akses untuk mengunggah gambar

promosi beserta judul, deskripsi, dan link yang terkait. Sebagai contoh, berikut ini adalah tampilan yang menggambarkan proses posting pada platform ISSUU.



Gambar 7. Tampilan proses posting pada platform ISSUU

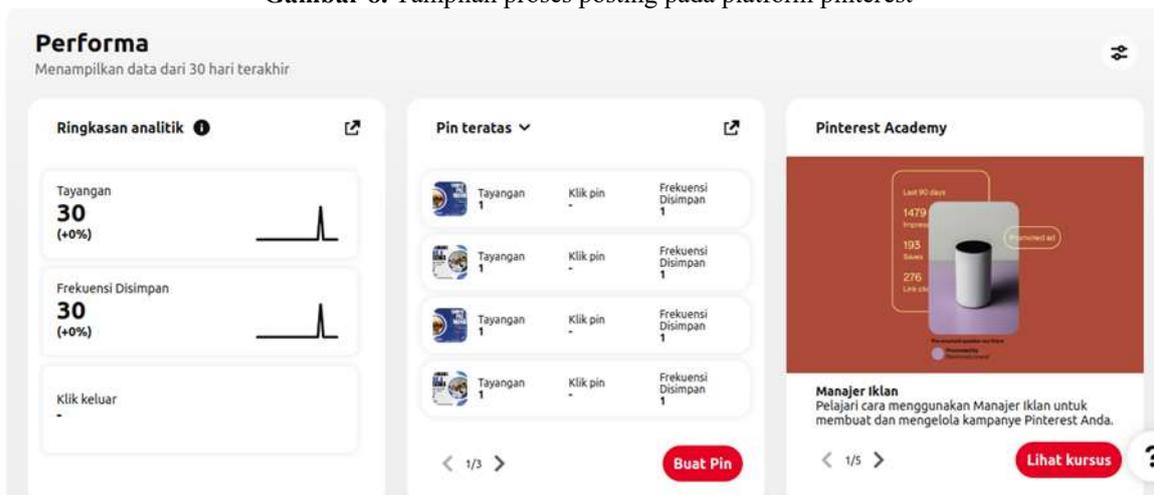
Dalam tampilan tersebut, pengguna dapat dengan mudah mengunggah gambar promosi yang diinginkan dan memberikan judul serta deskripsi yang relevan. Selain itu, pengguna juga diberikan kesempatan untuk menyertakan link yang berkaitan dengan postingan tersebut. Dengan menggunakan platform ISSUU, pengguna dapat dengan efektif dan efisien mempublikasikan konten mereka dengan tampilan yang menarik dan seunik mungkin.

### 3.2.5 Pinterest

Salah satu platform yang dapat digunakan untuk keperluan promosi dengan akun bisnis adalah Pinterest. Untuk dapat melakukan posting dengan menggunakan akun bisnis, pengguna perlu melakukan konversi terlebih dahulu agar akun tersebut dapat berfungsi sebagai akun bisnis. Setelah proses konversi selesai, pengguna dapat memilih opsi "buat pin" untuk membuat sebuah postingan. Pada tahap ini, pengguna diminta untuk mengisi judul, deskripsi, tautan, dan label yang relevan dengan postingan yang akan dibuat.



Gambar 8. Tampilan proses posting pada platform pinterest



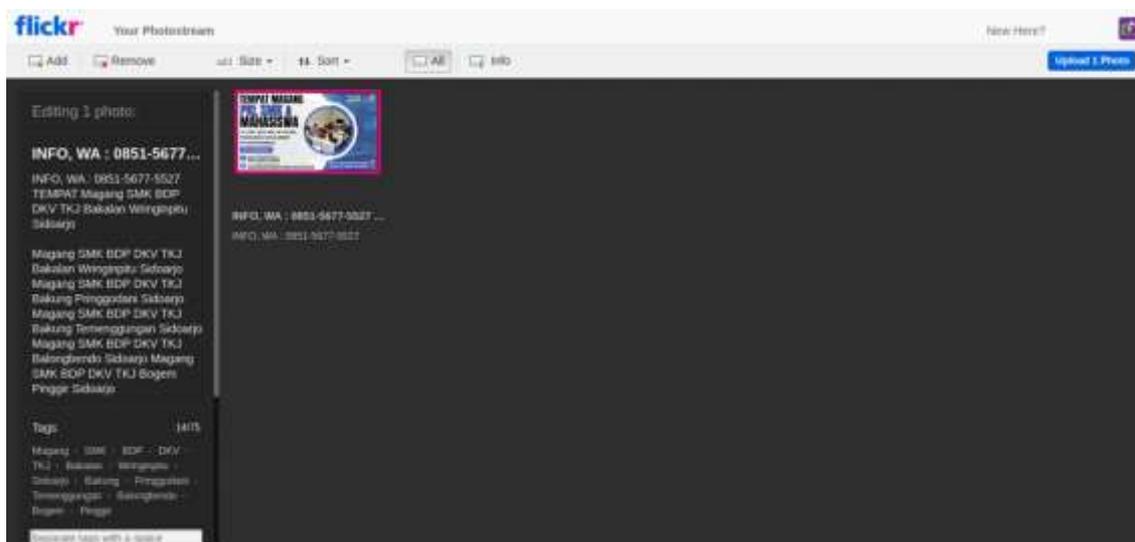
Gambar 9. Tampilan halaman statistik pengunjung pada pinterest bisnis

Pinterest merupakan platform yang efektif untuk mempromosikan produk atau jasa. Dengan menggunakan akun bisnis, pengguna dapat memanfaatkan fitur-fitur khusus yang disediakan untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pengguna lainnya. Dengan mengoptimalkan penggunaan label atau tag yang relevan, postingan pengguna dapat lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain yang tertarik dengan topik yang sama. Dengan demikian, Pinterest dapat menjadi alat yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi bisnis.

### 3.2.6 Flickr

Flickr merupakan salah satu platform yang dapat digunakan untuk mengunggah foto dan juga memiliki potensi untuk keperluan marketing. Untuk melakukan posting di Flickr, pengguna hanya perlu mengunggah foto dan memberikan judul, deskripsi, dan tag yang sesuai dengan bahan yang ada.

Dengan memanfaatkan Flickr sebagai platform untuk memasarkan produk, pengguna dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek. Dengan mengoptimalkan penggunaan judul, deskripsi, dan tag yang tepat, pengguna dapat memaksimalkan potensi pemasaran melalui postingan di Flickr.



Gambar 10. Tampilan proses posting di flickr

### 3.2.7 Tumblr

Membuat sebuah postingan di Tumblr, pengguna dapat masuk menggunakan akun Google dan membuat sebuah blog dengan nama "magangsmkhebatjoss". Setelah itu, pengguna dapat membuat postingan dengan menuliskan judul, deskripsi, tags, dan link yang relevan sesuai dengan konten yang ingin diposting. Kemudian,

pengguna dapat mengunggah gambar yang sesuai dengan postingan tersebut. Terakhir, pengguna dapat mengklik "post now" untuk mempublikasikan postingan tersebut.

Agar postingan dapat dilihat oleh banyak orang, disarankan untuk mengatur kebijakan privasi postingan menjadi "For Everyone" atau publik. Dengan demikian, postingan akan terlihat oleh semua pengguna Tumblr dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 11. Tampilan proses posting di tumblr

### 3.2.8 Carousell

Carousell merupakan sebuah platform online jual beli yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan digital marketing. Untuk membuat postingan di Carousell, pengguna dapat mengikuti langkah-langkah berikut.

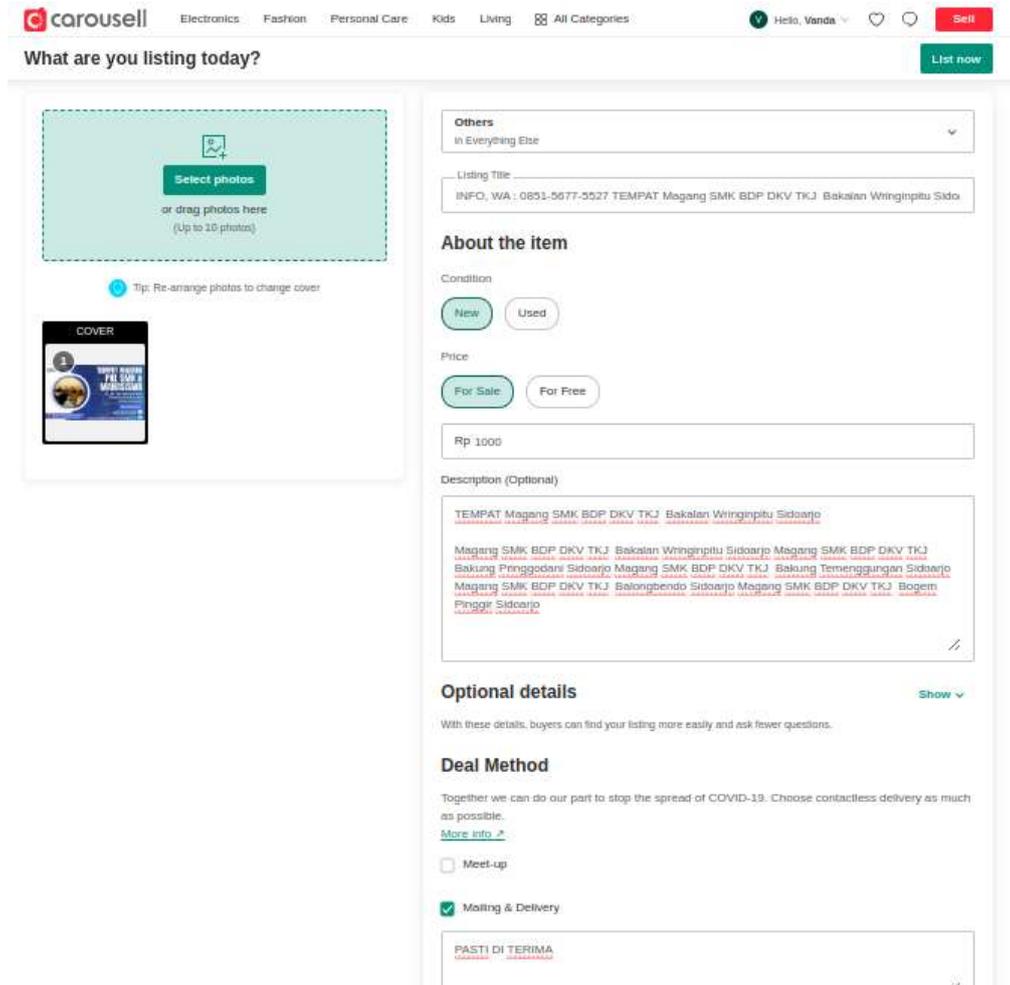
Pertama, pengguna perlu masuk ke menu log in menggunakan akun Google. Setelah masuk, pengguna dapat mengunggah gambar yang telah disiapkan untuk keperluan promosi. Dalam memilih kategori, pengguna dapat memilih "other" agar postingan dapat menjangkau berbagai jenis produk.

Selanjutnya, pengguna dapat memilih judul sesuai dengan informasi yang ada pada bahan promosi yang akan diunggah. Untuk kondisi produk yang dijual, pengguna dapat memilih "brand new" jika produk tersebut masih baru dan belum digunakan.

Dalam hal harga, Carousell memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk menentukan nilai yang sesuai dengan keinginan mereka. Pengguna dapat memasukkan deskripsi yang telah disiapkan pada bahan promosi ke dalam kolom deskripsi yang tersedia.

Untuk metode transaksi, pengguna dapat memilih "meet-up" jika mereka ingin bertemu langsung dengan pembeli untuk menyelesaikan transaksi. Setelah mengisi semua informasi yang diperlukan, pengguna dapat mengklik "list now" untuk mempublikasikan postingan.

Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, pengguna dapat dengan mudah membuat dan mempublikasikan postingan di Carousell. Dengan memanfaatkan platform ini, pengguna dapat melakukan digital marketing dengan menawarkan produk atau layanan mereka kepada pengguna Carousell yang lebih luas.



Gambar 12. Tampilan proses posting di carousell

## IV. KESIMPULAN

### 4.1 Muncul di Pencarian Google

Berdasarkan kesimpulan ini, dapat diidentifikasi bahwa terdapat platform-platform yang memiliki kemampuan untuk muncul dan terindeks oleh mesin pencari Google, yang dalam konteks ini dikenal sebagai optimisasi mesin pencari (SEO). Dengan adanya kemampuan ini, platform-platform tersebut dapat menarik audiens yang memiliki minat yang relevan dengan produk atau layanan yang kita pasarkan. Sebagai contoh, jika terdapat seorang siswa atau mahasiswa yang mencari tempat magang di daerah Bakalan Wringipitu, Kabupaten Sidoarjo, hasil posting yang kita buat sebelumnya menggunakan lima platform tersebut akan muncul.

Dalam hal ini, penting untuk memahami bahwa SEO merupakan strategi yang penting dalam pemasaran digital. Dengan menerapkan teknik-teknik SEO yang tepat, kita dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat platform kita di hasil pencarian Google. Dengan demikian, kita dapat menjangkau audiens yang relevan dan potensial, seperti siswa atau mahasiswa yang mencari tempat magang di daerah yang dituju.

Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memilih platform-platform yang memiliki kemampuan SEO yang optimal. Dengan demikian, kita dapat memaksimalkan potensi platform-platform tersebut untuk menarik audiens yang tepat dan mempromosikan produk atau layanan yang kita tawarkan.



**Gambar 13.** Sebuah postingan yang kita buat di ISSUU terindeks oleh mesin pencarian Google dengan menggunakan kata kunci “Magang SMK BDP DKV TKJ Bakalan Wringinpitu Sidoarjo”



**Gambar 14.** Sebuah postingan yang kita buat di flickr terindeks oleh mesin pencarian Google dengan menggunakan kata kunci “Magang SMK BDP DKV TKJ Bakalan Wringinpitu Sidoarjo”

Meskipun pada saat ini hanya dua platform yang terindeks, hal ini tidak menandakan bahwa platform lainnya tidak akan terindeks. Dalam konteks ini, perlu diingat bahwa mesin pencari membutuhkan waktu untuk melakukan pengeindeksan terhadap platform-platform tersebut sehingga dapat muncul dalam hasil pencarian.

Proses pengeindeksan oleh mesin pencari melibatkan pemindaian dan analisis konten dari berbagai platform di internet. Mesin pencari seperti Google menggunakan algoritma kompleks untuk menentukan peringkat dan relevansi platform dalam hasil pencarian. Oleh karena itu, platform-platform yang belum terindeks pada saat ini masih memiliki peluang untuk terindeks di masa depan.

Dalam mengoptimalkan platform-platform tersebut agar terindeks oleh mesin pencari, penting untuk menerapkan praktik-praktik SEO yang tepat. Ini termasuk penggunaan kata kunci yang relevan, pembuatan konten berkualitas, pengoptimalan struktur situs, dan penggunaan tautan yang relevan. Dengan menerapkan strategi SEO yang efektif, peluang untuk terindeks oleh mesin pencari dan muncul dalam hasil pencarian dapat ditingkatkan.

Dalam kesimpulannya, meskipun saat ini hanya dua platform yang terindeks, platform lainnya masih memiliki potensi untuk terindeks di masa depan. Dalam hal ini, penting untuk memberikan waktu bagi mesin pencari untuk melakukan pengeindeksan yang diperlukan sehingga platform-platform tersebut dapat muncul dalam hasil pencarian.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Bermaksud untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesempatan yang diberikan kepada saya untuk melakukan magang di PT Panal Kreasi Nusantara selama 2 Bulan. Selama magang, saya mendapatkan banyak pengalaman dan pengetahuan yang sangat berharga di bidang digital marketing. Saya juga mendapatkan bimbingan dan arahan dari para mentor dan staf yang profesional dan kompeten. Saya merasa sangat terbantu dan didukung dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan kepada saya.

Saya mengapresiasi semua fasilitas, kesempatan, dan kepercayaan yang diberikan kepada saya selama magang. Saya berharap dapat terus menjalin hubungan baik dengan PT Panal Kreasi Nusantara di masa depan. Saya juga mohon maaf jika ada kesalahan atau kekurangan yang saya lakukan selama magang. Sekali lagi, saya ucapkan terima kasih atas semua hal yang telah diberikan kepada saya. Semoga PT Panal Kreasi Nusantara semakin sukses dan berkembang di bidang digital marketing.

## REFERENSI

- [1] V. K. Gunjan, M. Kumari, and D. A. Kumar, "Search engine optimization with Google," vol. 9, no. 1, 2012.
- [2] K. Chotikitpat, P. Nilsook, and S. Sodsee, "Techniques for Improving Website Rankings with Search Engine Optimization (SEO)," *Adv. Sci. Lett.*, vol. 21, pp. 3219–3224, Oct. 2015, doi: 10.1166/asl.2015.6503.
- [3] D. C. Smith PR, *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*, 5th ed. London: Routledge, 2017. doi: 10.4324/9781315640341.
- [4] P. D. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, 2013. Accessed: Oct. 04, 2023. [Online]. Available: [//digilib.unigres.ac.id/index.php/3Fp%3Dshow\\_detail%26id%3D43%26keywords%3D](http://digilib.unigres.ac.id/index.php/3Fp%3Dshow_detail%26id%3D43%26keywords%3D)
- [5] G. J. Brunswick, "A Chronology Of The Definition Of Marketing," *J. Bus. Econ. Res. JBER*, vol. 12, no. 2, p. 105, Mar. 2014, doi: 10.19030/jber.v12i2.8523.
- [6] G. Kaur, "THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING IN THE TOURISM INDUSTRY," *Int. J. Res. - GRANTHAALAYAH*, vol. 5, no. 6, pp. 72–77, Jun. 2017, doi: 10.29121/granthaalayah.v5.i6.2017.1998.
- [7] D. Harto, S. R. Pratiwi, M. N. Utomo, and M. Rahmawati, "Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM," *JPPM J. Pengabd. Dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 1, Art. no. 1, Mar. 2019, doi: 10.30595/jppm.v3i1.3033.
- [8] "About Issuu - Connecting content to people.," *Issuu*. Accessed: Oct. 19, 2023. [Online]. Available: <https://issuu.com/about>
- [9] K. Hansen, G. Nowlan, and C. Winter, "Pinterest as a Tool: Applications in Academic Libraries and Higher Education," *Partnersh. Can. J. Libr. Inf. Pract. Res.*, vol. 7, no. 2, Art. no. 2, Dec. 2012, doi: 10.21083/partnership.v7i2.2011.
- [10] M. Cha, A. Mislove, and K. P. Gummadi, "A measurement-driven analysis of information propagation in the flickr social network," in *Proceedings of the 18th international conference on World wide web*, Madrid Spain: ACM, Apr. 2009, pp. 721–730. doi: 10.1145/1526709.1526806.
- [11] R. Bury, R. Deller, A. Greenwood, and B. Jones, "From Usenet to Tumblr: The changing role of social media," vol. 10, no. 1, 2013.
- [12] L. C. Dewi, "Impact of relative advantage, perceived website reputation trough trust and perceived website image in consumers attitudes towards online shopping of carousell in Surabaya," *undergraduate*, Widya Mandala Catholic University Surabaya, 2019. Accessed: Oct. 18, 2023. [Online]. Available: <http://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/19346/>