

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran Digital ada karena perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dan menyebar di semua bidang, termasuk dalam konteks bisnis, yang sudah menjadi hal wajib untuk pemilik bisnis memasarkan produk mereka secara online. Hal ini mendorong mereka untuk kreatif dalam melakukan promosi online, agar tercapai tujuan dari penjualan suatu produk[11]. Memasarkan produk mereka di situs jual beli, social media, atau menjual produk mereka di website. Salah satu cara untuk memulai bisnis dengan website adalah dengan cara melakukan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk mendapatkan audience yang tepat ke website usaha[10]. SEO adalah salah satu teknik dari Digital Marketing, menargetkan audience yang mencari produk dengan kata kunci di *Search Engine*[1].

Seiring berjalannya waktu, banyak orang yang mengimplementasikan teknik SEO ini dalam pemasaran digital mereka[15]. karna memiliki keunggulan lebih dibanding dengan strategi marketing lainnya, jika suatu produk bisa berada dihalaman satu pada *Search Engine*, apabila suatu Kata Kunci (*Keyword*) di cari oleh orang lain [17]. Maka dari itu, banyak tools yang mulai ada untuk mempermudah proses menganalisa suatu kata kunci. *Keyword* merupakan bagian paling utama dalam teknik pemasaran ini, untuk melihat produk apa yang sering di cari dan menentukan *keyword* apa yang harus di optimasi [16].

Tools yang ada dipasaran saat ini sudah baik untuk menganalisa hal ini, akan tetapi banyak dari *tools* ini menggunakan teknik yang sama dan tidak optimal dalam memberikan informasi, dan membutuhkan biaya yang sangat besar. Tidak heran jika banyak dari *agency* atau *individu* yang melakukan optimasi seo[5], membutuhkan lebih dari satu tools untuk menganalisa suatu keyword. Dan hal ini tentu tidak optimal dan tidak efisien.

Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu *agency* di domain digital marketing yang berfokus pada seo, kendala yang ada saat ini kurangnya

fungsionalitas dan adanya batasan informasi data bagi seorang digital marketer atau ahli seo untuk menganalisa suatu kata kunci dan melihat hasil dari apa yang mereka lakukan. Sering kali harus menganalisis manual untuk mengetahui fungsionalitas lainnya yang tidak diberikan oleh tools yang beredar saat ini. Fungsionalitas itu seperti *allintitle*, yaitu salah satu operator yang ada di google dalam mengetahui banyaknya halaman situs yang ada di mesin pencariannya dan memiliki kata kunci yang sama pada title di halaman tersebut [21].

Dari masalah yang ada, maka diperlukanlah pembangunan tools untuk menganalisa suksesnya suatu *campaign* dengan fungsionalitas yang lengkap dan efisien. Untuk agency, tidak perlu harus menggunakan satu tools dalam bentuk website yang berbeda.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian diantaranya :

1. Tools yang ada menggunakan hal yang sama dan tidak lengkapnya fungsional atau metrik dalam menganalisa suatu performa dari proses seo yang berjalan. Google Search Console menjadi sumber data yang digunakan oleh Agency[14].
2. Pengguna tools tersebut sering menggunakan lebih dari satu tools untuk menganalisa suatu kata kunci dan sering melakukannya secara manual. Dan juga data yang ada saat ini tidak sesuai.
3. Visualisasi Data untuk menganalisa data yang dibutuhkan dari setiap SEO Analisis.

1.3 Maksud

Maksud dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk menganalisa data yang dibutuhkan oleh agency untuk analisis performa dari proses optimasi seo berdasarkan apa yang dibutuhkan dan memvisualisasikan data yang dibutuhkan

1.3.1 Tujuan

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Membantu agency dalam menganalisa suatu proses dari apa yang sudah dikerjakan.
2. Mempermudah agency dalam melihat fungsional penting di search engine marketing berdasarkan apa yang dibutuhkan.

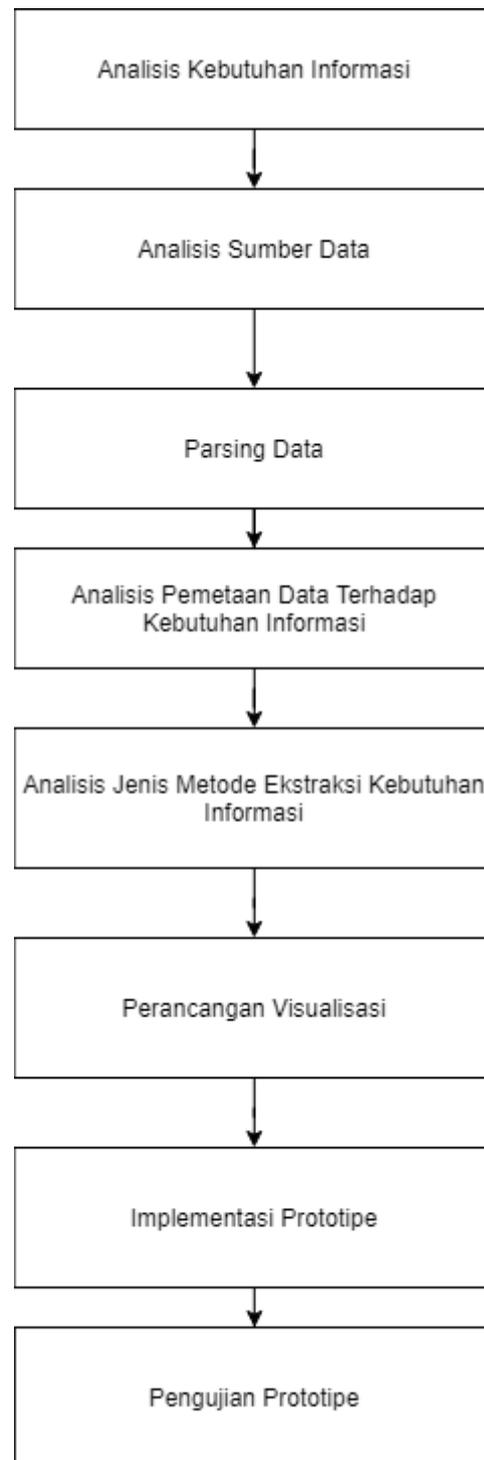
1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Search Engine Marketing yang dijadikan domain penelitian.
2. Data yang diolah dan didapatkan berasal dari API berbeda :
 - a. Google Search Console
 - b. DataForSEO API
 - c. ScaleSERP API
3. Kebutuhan Informasi berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dan data yang diambil merupakan data yang dibutuhkan oleh CV. Jiddiyah Technology.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan suatu proses yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang logis, dimana memerlukan data-data untuk mendukung terlaksananya suatu penelitian[3]. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode analisis kualitatif. Metode analisis merupakan metode yang menggambarkan fakta-fakta dan informasi dalam situasi atau kejadian sekarang yang nantinya akan dijadikan objek penelitian. Metode penilitan kali ini terinspirasi dari buku “Visualizing Data” yang terdiri dari 7 tahapan, yaitu acquire, parse, filter, mine, represent, refine, interact [2]. Dari hal tersebut, maka disesuaikan dengan penelitian ini, adapun langkah-langkah pada penelitian ini bisa dilihat pada Gambar



Gambar 1. 1 Metodologi Penelitian

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Adapun sistematika penulisan laporan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan, batasan masalah, metodologi penelitian, tahap pengumpulan data, model pengembangan *visualisasi data* dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas berbagai konsep konsep dasar dan teori-teori pendukung dan hal – hal lain yang mendukung penelitian.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan menguraikan hasil analisis objek penelitian dan menemukan permasalahan yang timbul, solusi yang mungkin untuk memecahkan masalah tersebut, dan perancangan sistem

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab ini berisi hasil implementasi analisis dari BAB 3 dan perancangan aplikasi yang dilakukan, serta hasil pengujian aplikasi untuk mengetahui apakah aplikasi yang dibangun sudah memenuhi kebutuhan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengujian sistem, serta saran untuk pengembangan aplikasi yang telah dirancang