

OTOMATISASI RISET KATA KUNCI

M Lutfi MA¹⁾

¹⁾ “Teknik Informatika” STMIK BINA PATRIA

Email: hmlutfima@gmail.com¹⁾

Abstract

Keyword research is market research for the 21st century. Success in choosing the right and relevant keywords will make the visibility of online stores and selling products better. Keyword research is needed on all social media platforms so it requires repetition of keyword research for quite a long time because you have to open one by one the existing media platforms. Therefore a tool or tools are needed to conduct effective keyword research by combining the process of searching for keywords in one tool. The scope of this research is to create tools based on the iMacross script to increase effectiveness and efficiency in keyword searches on Google, YouTube, Facebook, Facebook Marketplace and Instagram. Research uses the Waterfall system development model, system analysis uses SWOT and Feasibility analysis uses TELOS analysis (Economic, Legal, Operational and Schedule feasibility). The results of the questionnaire (questionnaire) for system users with questions referring to the TELOS Feasibility Study show a feasibility level of 78.64%. This percentage illustrates that the system is feasible to use, easy to learn, easy to understand and effective in helping internet marketers in keyword research.

Keywords: keywords, iMacros, Waterfall, SWOT, TELOS, Instagram.

Abstrak

Riset kata kunci merupakan riset pasar untuk abad ke-21. Keberhasilan dalam memilih kata kunci yang tepat dan relevan akan membuat visibilitas toko online maupun produk jualan akan lebih baik. Riset kata kunci (*keyword*) diperlukan di semua *platform* media sosial sehingga memerlukan perulangan riset kata kunci (*keyword*) dengan waktu yang cukup lama karena harus membuka satu persatu *platform* media yang ada. Oleh karena itu diperlukan alat atau *tools* untuk melakukan riset kata kunci yang efektif dengan menggabungkan proses pencarian kata kunci (*keyword*) dalam satu *tools*. Ruang lingkup penelitian ini adalah membuat *tools* berbasis *script* iMacross untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pencarian *keyword* pada Google, YouTube, Facebook, Facebook Marketplace dan Instagram. Penelitian menggunakan model pengembangan sistem Waterfall, analisis sistem menggunakan SWOT dan analisis Kelayakan menggunakan analisis TELOS (kelayakan Teknik, Ekonomi, Hukum, Operasional dan Jadwal). Hasil kuesioner (angket) terhadap pengguna sistem dengan pertanyaan yang mengacu kepada Studi Kelayakan TELOS menunjukkan tingkat *feasibility* sebesar 78.64%. Prosentase tersebut menggambarkan bahwa sistem layak digunakan, mudah dipelajari, mudah dimengerti dan efektif membantu para internet marketer dalam riset kata kunci.

Kata Kunci : kata kunci, iMacros, Waterfall, SWOT, TELOS, Instagram.

1. Pendahuluan

Riset kata kunci merupakan riset pasar untuk abad ke-21. Riset kata kunci adalah proses menemukan semua kemungkinan *query* penelusuran yang relevan dengan bisnis dan pelanggan, termasuk menemukan, menyortir, dan memprioritaskan kata kunci, yang kemudian dapat menginformasikan strategi penelitian kata kunci. Riset kata kunci sangat baik mengungkap istilah, frasa, pertanyaan, dan jawaban yang penting bagi pengguna dan pelanggan. Kata kunci sangat mendukung sasaran bisnis seperti mendapatkan lebih banyak tampilan halaman, mendapatkan prospek, atau menjual produk dan layanan. (Wani et al., 2018)

Riset Kata Kunci (Masih) penting untuk *SEO* karena membantu; memahami dan menjangkau *audience*, menemukan topik baru yang relevan untuk dibahas di situs, mendapatkan prospek yang memenuhi syarat, meningkatkan penjualan, meningkatkan kampanye iklan, mendapatkan klik dan tayangan, membangun kesadaran akan merek (Nagpal & Petersen, 2021).

Riset kata kunci merupakan proses menemukan kata dan frasa (alias “*keywords*”) yang digunakan di mesin pencari, seperti Google, Bing, dan YouTube. Mengapa Riset Kata Kunci Penting

untuk *SEO*? *Search Engine* digunakan untuk mencari informasi apapun di internet. Tujuan utama dari setiap pemilik situs web adalah untuk mencantumkan situs web mereka di bagian atas pada Halaman Pertama Mesin Pencari (SERP). Itu sebabnya penelitian kata kunci merupakan langkah pertama dari setiap kampanye *SEO*. Kata kunci adalah kompas atau penunjuk untuk kampanye *SEO* karena akan memberi tahu kemana harus pergi dan apakah *SEO* membuat kemajuan atau tidak. Selain itu riset kata kunci juga dapat membantu memahami target *audiens* karena riset kata kunci memberi wawasan tentang apa yang dicari pelanggan melalui kata serta frasanya yang sama persis dengan yang digunakan audien. (Lutfi, 2021)

Kata kunci atau *keyword* merupakan salah satu bagian penting dalam upaya optimasi toko online/produk jualan dalam sistem pencarian *Google*. Sebab, penggunaan kata kunci ini disematkan pada nama produk/penawaran, halaman deskripsi, nama toko atau nama pengguna sehingga toko online di *eCommerce* akan mampu menjangkau konsumen potensial sesuai dengan kata kunci yang kamu sematkan. (Sihotang, 2018)

Ada banyak faktor yang membuat situs website sukses dengan *SEO*, seperti konten, pengoptimalan on site, pembuatan link, dan teknik *SEO*, tetapi faktor utama yang berkontribusi pada pertumbuhan lalu lintas atau *traffic* situs adalah riset kata kunci. Ada pengaruh kata kunci kompetitif terhadap tingkat *visibility* dan popularitas pada pemasaran berbasis website di Indonesia (Lutfi, 2020). Pemasaran digital memerlukan banyak *platform* media untuk bisa berhasil memasarkan produk seperti *platform Google, YouTube, Facebook dan Instagram*. Riset kata kunci (*keyword*) diperlukan di semua *platform* media diatas, sehingga memerlukan perulangan riset kata kunci (*keyword*) dan waktu yang cukup lama karena harus membuka satu persatu *platform* media yang ada. Selain itu permasalahan klasik para maketer yang sering muncul seperti kesibukan sehingga tidak ada waktu, lelah dan capek setelah kerja karena banyak yang harus diselesaikan sehingga menunda eksekusi bisnis online atau marketing online. Oleh karena itu diperlukan alat atau *tools* untuk melakukan riset kata kunci yang efektif dengan menggabungkan proses kata kunci (*keyword*) dalam satu *tools* sehingga menemukan kata kunci (*keyword*) terbaik.

Dari latar belakang permasalahan diatas maka penelitian ini berfokus pada pemanfaatan *script iMacross* untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pencarian *keyword*. Penelitian ini diharapkan dapat menghilangkan pengulangan aktivitas yang membosankan serta dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi riset kata kunci, baik dari segi waktu, tenaga, biaya serta meningkatkan sebaran pemasaran yang lebih luas dan lebih tertarget. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun *tools* berbasis *script iMacross* untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pencarian *keyword* pada *Google, YouTube, Facebook dan Instagram*

2. Kajian literatur

2.1. Landasan Teori

Tujuan utama dari setiap mesin pencari adalah mendapatkan informasi yang diminta dari sumber daya database besar (*Big Data*) yang tersedia di web. *Search Engine* digunakan sebagai alat untuk mencari informasi yang diperlukan di internet. Lokasi penyimpanan data di internet tidak menjadi masalah karena *Search Engine* dapat mengambil data dari seluruh web (Nagpal & Petersen, 2021). Dengan perkembangan Mesin Pencari yang semakin ramah pengguna, penggunaan internet meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Gambar 1 memberikan informasi rinci tentang cara kerja mesin pencari?



Gambar 1. Cara Kerja SEO (sumber Google.com)

Teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat situs web di SE dikenal sebagai optimasi mesin pencari atau *SEO*. Saat ini, perusahaan kecil, bisnis besar, dan *platform* menggunakan teknik *SEO* untuk meningkatkan peringkat situs web mereka dan meningkatkan visibilitas konten mereka di web. Hal ini karena, dengan meningkatkan visibilitas konten mereka di antara konsumen dapat membantu mereka dalam mendapatkan lebih banyak popularitas yang menghasilkan bisnis yang lebih menguntungkan. Saat ini teknik *SEO* sangat banyak berkisar pada mesin pencari terbesar, *Google*. (Santhosh et al., 2018)

Apa yang dimaksud dengan kata kunci? Kata kunci adalah istilah yang digunakan dalam pemasaran digital untuk menggambarkan kata atau sekelompok kata yang digunakan pengguna Internet untuk melakukan pencarian di mesin pencari atau bilah pencarian. Database internasional menawarkan lebih dari 20 miliar kata kunci. Ini memiliki sistem penyaringan yang kuat, yang mengelompokkan kata kunci berdasarkan topik, maksud pencarian, jenis pertanyaan, fitur SERP, dan banyak lagi. Ini juga mencakup kesulitan kata kunci dan metrik persaingan. Semrush memiliki database kata kunci terbesar. Ini mencakup lebih dari 20 miliar kata kunci di lebih dari 140 basis data internasional, memicu ide tanpa batas.



Gambar 2. Fungsi Kata Kunci atau *keywords*(sumber Google.com)

JavaScript adalah bahasa pemrograman yang banyak digunakan dalam pengembangan website, aplikasi, dan game. Dengan menguasai bahasa pemrograman ini, Anda bisa membuat tampilan website yang menarik atau mengembangkan game online berbasis web yang populer.

JavaScript adalah bahasa pemrograman populer yang digunakan untuk membuat situs dengan konten website yang dinamis. Konten dinamis artinya konten dapat bergerak atau berubah di depan

layar tanpa perlu mereload halaman. Misalnya saja, fitur slideshow foto, gambar animasi, pengisian poling, dan lainnya.

iMacros adalah alat perekam makro berbasis browser pertama di dunia. *Tools* ini digunakan untuk merekam aktivitas web browser yang bersifat mengulang (*looping*) baik on line maupun offline. iMacros juga dapat mengekstrak suatu data dalam website seperti tulisan dan gambar, kemudian disimpan dalam format .csv dan txt. Selain itu iMacros juga bisa menterjemahkan kegiatan dalam web browser, diantaranya mengetik, mengklik mouse dan upload dari komputer ke website. (Luthfi & Mahmudi, 2019)

iMacros adalah salah satu dari beberapa addons andalan firefox, iMacros sendiri sekarang makin berkembang, tidak hanya dapat digunakan di firefox melainkan juga bisa digunakan di Google chrome, opera dan web browser lainnya. Kegunaan lain pada iMacros adalah untuk web testing dan web scripting dan masih banyak kegunaan lainnya (Luthfi, 2020).

Istilah iMacros yang lain adalah robot data entry yaitu *tools* iMacros yang mempunyai fungsi menginputkan data secara otomatis. iMacros sendiri juga dapat digunakan untuk mempercepat pekerjaan di internet seperti membuka atau login pada situs jejaring sosial.

2.2. Penelitian terkait

Penelitian tentang iMacros belum banyak dilakukan, penelitian yang pernah dilakukan adalah untuk merancang dan membangun *tools* berbasis script iMacros untuk meningkatkan distribusi, efektivitas dan efisiensi *digital marketing* melalui Instagram. Hasil dari penelitian ini berupa *tools* berbasis script iMacros yang dapat diaplikasikan untuk aktivitas pemasaran digital pada Instagram. Script iMacros yang dibuat adalah *Auto Follow*, *Auto Unfollow*, *Auto Comment*, *Auto Like*, *Auto View Story*, *Auto Message*, dan *Report Activity*. Manfaat penelitian adalah dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran digital dari segi tenaga, waktu, biaya serta meningkatkan sebaran pemasaran yang lebih luas dan lebih tepat sasaran (Luthfi & Mahmudi, 2019). Penelitian sejenis dilakukan untuk merancang bot instagram untuk mendukung marketing dan meningkatkan *traffic visitor* akun instagram UMKM di Thailand menggunakan iMacros (Kristianto, 2019).

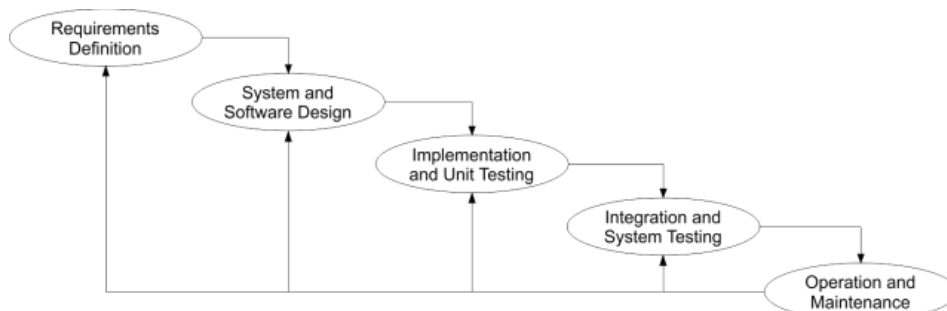
Penelitian aplikasi iMacros untuk aplikasi facebook juga pernah dilakukan untuk *data crawler* (Wani et al., 2018) dan pemanfaatan script iMacros untuk meningkatkan distribusi pemasaran digital pada media sosial facebook (MA Luthfi, 2020). Penelitian tentang iMacros yang lain adalah pembuatan *Tools* bantuan untuk membantu edit produk, upload produk, perbaharui produk, hapus produk secara massal di facebook. Penelitian ini mengevaluasi usability dengan lima kriteria yaitu *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *error*, *satisfaction*.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di bidang iMacros karena belum banyak dilakukan peneliti lain. Pada penelitian ini peneliti merancang dan membangun *tools* berbasis script iMacros dengan menggabungkan pentingnya *keyword* untuk SEO dan *media sosial* untuk pemasaran digital dengan tujuan *tools* untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan efektivitas pekerjaan seorang *marketer online*.

3. Metode penelitian

Penelitian menggunakan model pengembangan sistem *Waterfall* versi *Sommerville* tahun 2011 (Luthfi & Mahmudi, 2019). Penelitian dilakukan mulai bulan Februari hingga bulan September 2022 bertempat di Magelang.

Ruang lingkup penelitian yaitu perancangan dan pembangunan *tools* berbasis script iMacros untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pencarian *keyword* pada Google, YouTube, Facebook, Facebook Marketplace dan Instagram sedangkan obyek penelitiannya yaitu para *on line marketer* di Magelang.



Gambar 3. Model Waterfall (Sommerville, 2011)

3.1. Rancangan Kegiatan Penelitian

Kegiatan penelitian mangacu pada tahapan model *Waterfall* versi *Sommerville* (Luthfi & Mahmudi, 2019) yaitu :

3.1.1. Requierement Definition

Pada tahap ini peneliti melakukan analisa terhadap masalah dan mengumpulkan informasi serta menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada obyek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka, observasi dan Wawancara. (Kristanto, 2022) Analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opurtunity and Thread*). Analisis Kelayakan menggunakan analsis TELOS (Teknik, Ekonomi, Hukum, Operasional, penjadwalan)

3.1.2. System and Software design

Pada tahap ini peneliti melakukan perancangan *user interface* atau tampilan program beserta aplikasi program ke dalam bentuk *source code*.

Data primer penelitian meliputi *script iMacros, Script Java, Google, YouTube, Facebook, Facebook Marketplace dan Instagram* sedangkan data sekunder adalah para marketing *on line* di magelang peralatan yang digunakan adalah PC dengan spesifikasi intel core i3, Prosessor 1.00 Ghz, Ram 2 GB, Harddisk 503 Gb sedangkan bahan penelitian berupa **Software** (SO Microsoft Windows 7, MS Office, browser fire fox, chrome, *Instagram*)

3.1.3. Implementasion and Unit Testing

Pada tahap ini peneliti menerapkan hasil program yang telah dibuat dan melakukan pengujian setiap unit fungsi program telah memenuhi spesifikasi.

3.1.4. Integration and System Testing

Pada tahap ini peneliti menggabungkan unit individu program dan diuji sebagai sebuah sistem lengkap untuk memastikan apakah sesuai dengan kebutuhan perangkat lunak atau tidak.

3.1.5. Operation and Maintenance

Tahapan operasional sistem dan perawatan sistem, apabila ada kendala maka dapat kembali ke tahapan sebelumnya sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Hasil penelitian dituangkan dalam tahapan penelitian, seperti dibawah ini

4.1.1. Requierement Definition

Pada tahap ini peneliti melakukan beberapa analisis terhadap masalah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, analisis kebutuhan dan analisis kelayakan (lutfi et al., 2022) .

4.1.1.1. Analisis SWOT

Berikut ini tabel hasil analisis SWOT terhadap SEO :

Tabel 1. Analisis SWOT Search Engine Optimization

STRENGTH (kekuatan)	Metode SEO sudah teruji dalam skala ilmiah maupun skala industri, Teknik SEO bisa digunakan untuk semua konten
WEAKNESS (Kelemahan)	Metrik otoritas domain rendah, peringkat untuk kata kunci komersial buruk, website tidak bisa dioptimalkan dengan baik, ada beberapa duplikasi content,
OPPORTUNITY (Peluang)	Peringkat lima besar untuk pencarian komersial dilakukan dengan membuat links dan otoritas, kenaikan peringkat diambil dari konten yang bermanfaat dan informatif, konten yang sering dipakai selalu dipublikasikan, membangun link dengan konten yang bermanfaat sehingga akan meningkatkan otoritas
THREATS (Ancaman)	Pesaing atau kompetitor, Perubahan lingkungan, hukum dan peraturan, Inovasi, Masalah privasi, Penipuan, Risiko.

Berikut ini tabel hasil analisis SWOT terhadap riset kata kunci :

Tabel 2. Analisis SWOT riset kata kunci

STRENGTH (kekuatan)	Memudahkan pembaca bisa menemukan obyek yang dicari. Menambah Traffic Secara Organik Pada Blog atau Website Kata kunci membuat mesin pencari dapat menemukan dan menampilkan tulisan kepada para pembaca.
WEAKNESS (Kelemahan)	Kekurangan dari <i>short tail keyword</i> adalah memiliki jumlah persaingan yang sangat banyak dan juga tidak mempunyai peluang yang besar agar bisa muncul pada halaman pertama dalam hasil pencarian mesin pencari. Kekurangan <i>long tail keyword</i> adalah hasil yang akan anda dapatkan bisa terlihat aneh apalagi ditulis oleh penulis yang masih baru atau awam dalam menulis artikel. Ada sejumlah istilah yang sama sekali tidak ada di situs, sehingga mesin pencari tidak dapat menemukan Dalam kasus lain, halaman diberi peringkat tetapi sebenarnya bukan halaman yang benar benar dituju. website muncul di hasil pencarian, tetapi begitu pelanggan membuka halaman, tidak ada website yang sesuai
OPPORTUNITY (Peluang)	Dengan memahami dan mengetahui dimana tempat terbaik untuk meletakkan kata kunci maka diharapkan dapat membuat konten yang lebih baik sehingga Google juga akan memberikan ranking terbaik kepada website.
THREATS (Ancaman)	Peraturan dan perijinan yang menyangkut perusahaan mesin pencari Pemblokiran atau <i>banned</i> terhadap situs oleh mesin pencari karena pelanggaran aturan

4.1.1.2. Analisis Kebutuhan

Faktor utama yang berkontribusi pada pertumbuhan lalu lintas atau *traffic* situs adalah riset kata kunci. Ada pengaruh kata kunci kompetitif terhadap tingkat *visibility* dan popularitas pada pemasaran berbasis website di Indonesia. Pemasaran digital memerlukan banyak *platform* untuk bisa berhasil memasarkan produk seperti *platform Google, YouTube, Facebook, Facebook Marketplace dan Instagram*. Riset kata kunci (*keyword*) diperlukan di semua *platform* diatas, sehingga memerlukan perulangan riset dan waktu yang cukup lama karena harus membuka satu persatu *platform* yang ada. Oleh karena itu diperlukan alat atau *tools* untuk melakukan riset kata kunci yang efektif dalam satu *tools* sehingga menemukan kata kunci (*keyword*) terbaik.

4.1.1.3. Analisis Kelayakan

Analisis kelayakan adalah analisis dari sistem yang akan diimplementasikan mempunyai kelayakan dari segi teknis dan bisnis. Oleh karena itu *tools* yang akan dibuat adalah *tools* yang mudah digunakan, tidak mempunyai resiko secara hukum, biaya operasi rendah dan tidak berbayar (*free*)

Tabel 3. Analisis Kelayakan TELOS

No	Aspek	Keterangan
1	Kelayakan Teknik (<i>Technical feasibility</i>)	Sistem baru layak dari segi perangkat lunak (database dan UI), perangkat keras dan perangkat jaringan
2	Kelayakan Ekonomi (<i>Economic feasibility</i>)	Sistem baru layak dari segi analisis biaya dan manfaat
3	Kelayakan Hukum (<i>Law feasibility</i>)	Sistem baru layak dari segi kepastian hukum, tidak melanggar HAKI dan lisensi
4	Kelayakan Operasional (<i>Operational feasibility</i>)	Sistem baru layak dari segi operasional dan masuk dalam kategori “ <i>User Friendly</i> ”
5	Kelayakan Jadwal (<i>Schedule feasibility</i>)	Sistem baru layak dari segi jadwal, tidak terlalu lama tahapan penelitiannya. Mulai dari tahapan <i>planning, designing</i> hingga <i>implementing</i>

4.1.2. System and Software design

Pada tahap ini peneliti melakukan perancangan *user interface* atau tampilan program beserta aplikasi program ke dalam bentuk *source code*. Figma adalah software design yang digunakan untuk merancang Use Interface untuk Website dan Aplikasi Mobile. Figma banyak digunakan oleh profesional yang bekerja dibidang UI/UX, web design. (Muhyidin et al., 2020)

Tahapan pertama adalah merancang *user interface* menggunakan figma, berikut hasil rancangan *user interface* nya



Gambar 4. Tampilan halaman Utama sistem



Gambar 5. Tampilan halaman Pencarian kata kunci di Google



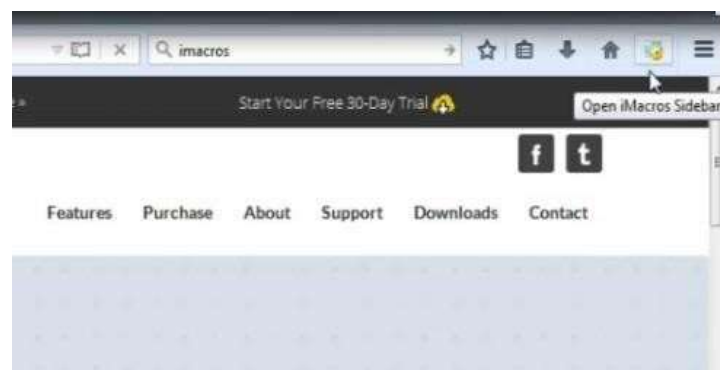
Gambar 6. Tampilan Seluruh halaman Pencarian kata kunci di Sistem

Tahapan kedua membuat *wire frame*, berikut hasil rancangan *wire frame*



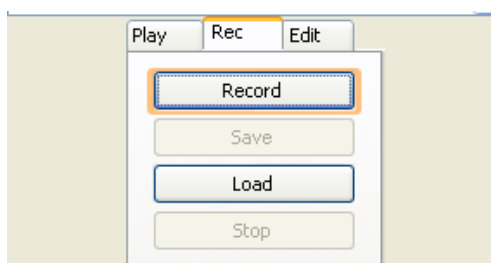
Gambar 7. *Tampilan wire frame sistem*

Tahapan ketiga adalah menginstall iMacros pada browser

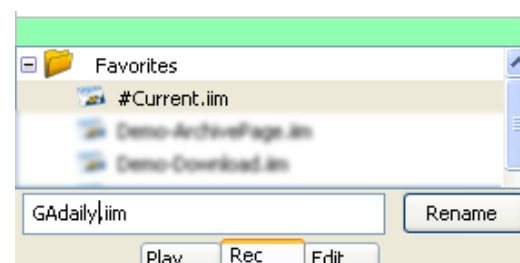


Gambar 8. *Tampilan browser yang sudah terpasang iMacros*

Tahapan selanjutnya adalah merekam aktivitas rutin yang dilakukan internet marketer dan menyimpan file hasil rekaman dengan nama sesuai dengan aktivitasnya



Gambar 9. *Tampilan Jendela record pada side bar iMacros*

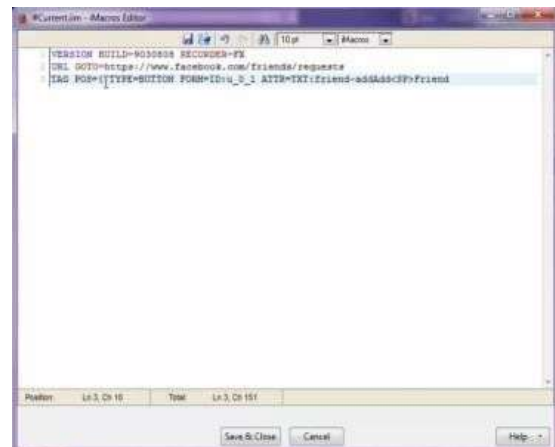


Gambar 10. *Tampilan Jendela edit nama record*

Tahapan selanjutnya adalah mengedit script iMacross agar sesuai dengan tujuan



Gambar 11. Tampilan Jendela edit makro



Gambar 12. Tampilan Jendela iMacross editor

Tahapan terakhir adalah membuat script untuk menghubungkan antar iMacros dengan *user interface* yang sudah dibuat menggunakan *figma*. Penulis perlu mengetahui bahasa pemrograman mana yang akan digunakan. Untuk itu, penulis meneliti 3 bahasa pemrograman teratas yang paling banyak digunakan di *GitHub*. Hasil menunjukkan bahwa *JavaScript* berada di tempat pertama. Ini adalah bahasa pemrograman yang paling banyak digunakan dan didukung oleh banyak browser. Ini juga diimplementasikan pada sebagian besar aplikasi web. *Java* berada di posisi kedua. Kode ditulis menggunakan tipe statis dalam bahasa pemrograman ini, yang membuat kesalahan terdeteksi dalam waktu kompilasi daripada waktu berjalan dan program bekerja lebih cepat. Pada penelitian ini script yang digunakan adalah *Java*.

4.1.3. Implementasion and Unit/System Testing

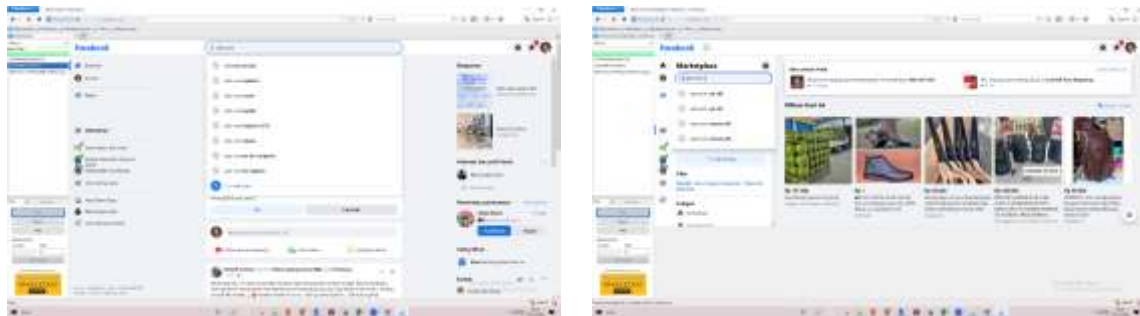
Pada tahapan ini merupakan tahapan proses pengujian aplikasi yang telah dibangun, yang mana pada penelitian ini proses pengujian menggunakan teknik *Black Box Testing* dan *User Acceptance Test (UAT)*. Setelah diimplemenetasikan dan diuji dengan *black box testing* yang menghasilkan kesimpulan bahwa semua unit script dapat berjalan dengan baik tanpa *error*. Pada tahapan ini diuji beberapa script *iMacros* dengan klasifikasi sebagai berikut:

4.1.3.1. Halaman Utama

Halaman pertama ini menggambarkan perintah dari sistem agar memilih salah satu media untuk dilakukan riset kata kunci. Media tersebut terdiri dari *Google*, *YouTube*, *Facebook*, *Facebook Marketplace* dan *Instagram*.

Sebagai percobaan kita pilih menggunakan *Google*, *Facebook*, *Facebook Marketplace*, *Instagram* untuk melakukan riset kata kunci. Pada contoh dibawah ini kita menggunakan kata kunci webcam.





Gambar 13. Riset Kata Kunci menggunakan berbagai Media Sosial

Gambar 13 menunjukkan bahwa *tools* dapat bekerja menangkap kata yang berhubungan dengan kata kunci webcam menggunakan berbagai Media Sosial

4.1.4. Operation and Maintenance

Pada tahapan operasional sistem dan perawatan sistem yang diuji coba selama 1 bulan belum terlihat adanya *error system* tetapi apabila ada kendala maka dapat kembali ke tahapan sebelumnya sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

4.2. Pembahasan

Teknik yang digunakan untuk meningkatkan peringkat situs web di *Search Engine* dikenal sebagai optimasi mesin pencari atau *SEO(Search Engine Optimization)*. Saat ini, perusahaan kecil, bisnis besar, dan *platform* menggunakan teknik *SEO* untuk meningkatkan peringkat situs web mereka dan meningkatkan visibilitas konten mereka di web (Shahzad et al., 2020). Riset kata kunci adalah proses menemukan kata dan frasa (“*keywords*”) yang digunakan di mesin pencari. Riset Kata Kunci Penting untuk *SEO* karena kata kunci memengaruhi setiap tugas *SEO* seperti menemukan topik konten, pencarian di halaman pertama, penjangkauan email dan promosi konten.(Nagpal & Petersen, 2021)

Seni meningkatkan visibilitas situs web membutuhkan alat dan teknik; dengan bantuan Robot/*Tools* riset kata kunci ini, pekerjaan menjadi lebih mudah untuk dimulai, menghemat waktu dan tenaga dan dapat mengoptimasi penjualan online karena menjalankan secara otomatis.

Tujuan akhir dari *tools* atau robot berbasis iMacros adalah : penghematan uang (melakukan beberapa aktifitas secara otomatis tanpa harus membayar mahal gaji karyawan untuk mengelolanya), penghematan tenaga (tidak perlu membuang tenaga untuk melakukan aktivitas akun *Instagram*, karena dengan *tools* ini sudah bisa otomatis dan penghematan waktu karena waktu sangat berharga, oleh karena itu dengan *tools* ini waktu untuk mengelolah akun bisa efektif dan efisien(lutfi, 2020)

Robot atau *tools* riset kata kunci ini juga berbasis iMacross sehingga dapat membantu menguasai pasar serta memenangkan persaingan dengan kompetitor karena dapat menghemat waktu, biaya dan tenaga. Setting *tools* atau robot ini memungkinkan hanya dengan klik play saja, kita bisa istirahat atau melakukan hal lainnya.

4.2.1. Riset Kata Kunci di Facebook.

Tentunya banyak dari kita yang pernah menggunakan *Facebook* sebagai *platform* jual beli. Dulu kita dapat berjualan di *facebook* hanya dengan mempostingnya di beranda, grup, ataupun lewat inbox perorangan. Namun jurus itu sudah tidak ampuh lagi sejak *facebook* membatasi aktifitas jual beli di *platform*nya. Sebagai gantinya, Zuckerberg dan kawan-kawan membuat fitur khusus di *facebook* yang bernama *marketplace* di mana kita bisa memposting produk di dalamnya. Termasuk

kita juga dapat mencari barang dari sana. Karakteristik dari transaksi atau jual beli di *Facebook* adalah berdasarkan geolokasi. Artinya produk yang ditawarkan di sana berdasarkan dekatnya lokasi dengan kita. Kalau lokasinya dekat maka akan ditampilkan. Namun selain fitur geolokasi ini, ternyata *Facebook* juga melihat suatu produk dari *keyword* yang dipasang. Jika produk itu menarget kota tertentu dengan kata kunci, maka itulah yang mereka sarankan kepada orang di kota tersebut. Jadi prinsip dari *facebook* MP sebenarnya mirip dengan marketplace lain. (Wani et al., 2018)

Salah satu manfaat riset kata kunci adalah kita dapat mengalahkan pesaing dengan produk yang sama. Tidak semua orang dapat melakukan riset *facebook* MP. Kalau kita dapat melakukannya, maka kita selangkah lebih maju karena sudah mengalahkan 50% dari kompetitor yang ada. Lalu tugas kita selanjutnya adalah kita dapat masuk ke dalam 10% teratas agar peluang produk ditemukan semakin besar. Jadi inilah salah satu manfaat dari riset kata kunci Marketplace *Facebook*, yakni mendetailkan kata kunci yang kita miliki agar orang semakin mudah menemukan. Kalau kata kuncinya detail otomatis pasarnya akan menciut. Dengan melakukan penelitian kata kunci akan membantu Anda meningkatkan kekuatan visibilitas daftar produk Pengguna. (Sihotang, 2018)

4.2.2. Riset Kata Kunci di YouTube

Memahami dan dapat menggunakan riset kata kunci atau *keyword* adalah salah satu hal dasar yang harus dimiliki oleh setiap pembuat video di *YouTube* disamping keahlian membuat konten yang menarik. Meskipun pengguna mengetahui secara dalam tentang konten, pengguna harus dapat memahami cara memberi tahu *YouTube* tentang konten pengguna. Jadi pada gilirannya, *YouTube* dapat membagikan konten itu kepada orang-orang yang sesuai dan target dari *niche* konten sebenarnya.

Kata kunci atau *keyword* sendiri adalah kata maupun konsep yang sangat penting. Atau untuk memasukkannya ke dalam konteks *YouTube*, *keyword* merupakan kata informatif yang digunakan dalam sistem pencarian informasi untuk menunjukkan konten video. Jadi jika Pengguna mendengar *keyword* maka coba bayangkan sebagai kata pertama, atau frase, atau pikiran sadar, yang secara naluriah muncul di kepala Pengguna, ketika Pengguna memikirkan topik tertentu. Disamping juga adalah pengantar kata kunci yang sangat sederhana, tetapi jelas menjadi jauh lebih rumit jika pengguna tidak memahami. Setelah pengguna menemukan kata kunci yang sesuai untuk *niche*, ini saatnya menggunakannya untuk membangun lalu lintas ke video *YouTube* Pengguna.

4.2.3. Riset Kata Kunci di Instagram

Kemampuan pengguna *Instagram* dalam melakukan pencarian sebuah konten semakin meningkat karena *Instagram* telah mengumumkan bahwa pengguna berbahasa Inggris di enam negara termasuk Inggris, AS, Irlandia, dan Kanada dapat melakukan pencarian di platform menggunakan *keyword* atau kata kunci. Di mana sebelumnya pengguna hanya dapat mencari dengan *hashtag* atau akun. Pencarian kata kunci di *Instagram* dapat membantu bisnis lebih berkembang di media sosial karena dapat memudahkan pelanggan menemukan alamat *Instagram*.

Instagram dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis iOS, Android dan Windows Phone, yang dimana penggunaannya dapat membidik, meng-edit dan mem-posting foto dan video kehalaman utama *Instagram* dan jejaring sosial lainnya. Foto dan video yang dibagikan akan terpampang atau muncul di *feed* pengguna lain, yang menjadi *follower* pengguna. Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* menggunakan pengguna mengikuti pengguna lain, sedangkan *follower* yakni pengguna lain mengikuti akun *Instagram*. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar, dan memberikan respon suka terhadap foto yang diberikan, berkomentar atau bahkan dapat *share* atau berbagi foto melalui *direct message* (Lutfi, 2020).

Salah satu peluang terbesar bagi bisnis pengguna *Instagram* untuk menemukan pelanggan baru adalah dengan memanfaatkan pencarian kata kunci di *Instagram*. Di media sosial, Pengguna dapat meluangkan waktu untuk terlibat dengan *audience* yang dituju. Pengguna *Instagram* sekarang dapat mencari postingan dengan menggunakan kata kunci yang mungkin mereka sering digunakan dalam caption atau berkomentar di postingan pengguna lain. Ini sangat bagus untuk menemukan orang baru untuk berinteraksi dan memicu percakapan untuk membangun suatu hubungan dalam

media sosial. Tools kata kunci *Instagram* juga akan memungkinkan pengguna menemukan sebutan merek yang mungkin dilewatkan sebelumnya, dikarenakan pelanggan tidak menggunakan hashtag merek tersebut. Selain itu pengguna *Instagram* sekarang dapat mencari kata kunci pesaing dan dapat melihat bagaimana pendapat *audiens* terhadap kata kunci tersebut. Cara ini membantu sekali dalam menciptakan sebuah konten yang lebih baik, yang beresonansi dengan *audiens*, sehingga dapat meningkatkan *audiens*.

4.2.4. Evaluasi Sistem

Dari penyebaran kuesioner (angket) terhadap 10 orang pengguna sistem dengan pertanyaan yang mengacu kepada Studi Kelayakan Teknik, Ekonomi, Hukum, Operasional dan Jadwal (TELOS) kemudian dilakukan rekap terhadap hasil pengisian kuesioner dengan menggunakan perhitungan skala *likert* maka hasil prosentase dari perhitungan masing-masing jawaban menunjukkan tingkat *feasibility* sebesar 78.64%. Prosentase tersebut menggambarkan bahwa sistem yang telah dibuat oleh peneliti layak digunakan, mudah dipelajari, mudah dimengerti dan dapat membantu para internet marketer. Manfaat implementasi dari script ini dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi riset kata kunci (*keyword*) dari segi waktu, tenaga dan biaya. Selain itu tools ini sangat diperlukan untuk mengatasi kejenuhan para marketing on line dalam melakukan riset kata kunci.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah telah dibuat sebuah tools dengan basis script iMacross untuk riset kata kunci (*keyword*) di *Google*, *YouTube*, *Facebook* dan *Instagram*. Manfaat implementasi dari script ini dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi riset kata kunci (*keyword*) dari segi waktu, tenaga, biaya. Selain itu tools ini sangat diperlukan untuk mengatasi kejenuhan para marketing on line dalam melakukan riset kata kunci. Hasil kuisoner berdasarkan analisis kelayakan TELOS menunjukkan tingkat *feasibility* sebesar 78.64%. Prosentase tersebut menggambarkan bahwa sistem yang telah dibuat oleh peneliti layak digunakan, mudah dipelajari, mudah dimengerti dan dapat membantu para internet marketer. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh para online marketing sehingga akan mengurangi biaya operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Kristianto, R. P. (2019). Perancangan Bot Instagram Untuk Mendukung Marketing Dan Meningkatkan Traffic Visitor Akun Instagram Umkm Dit Dit Thai Tea Menggunakan Imacros. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat, November*, 337–342.
- MA Luthfi, M., & Mahmudi,. (2019). Pemanfaatan Script Imacross Untuk Meningkatkan Efektifitas Dan Efisiensi Pemasaran Digital Pada Media Sosial Face Book. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas ...*, 337–346. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe/article/view/2092>
- MA, M. Lutfi. (2020). Efektivitas Dan Efisiensi Digital Marketing Melalui Otomatisasi Instagram. *Transformasi*, 16(2), 60–73.
- MA, Lutfi, Kristanto, A. (2022). *Online : ejournal . stmikbinapatria . ac . id / index . php / DS / issue / ISSN : 1978-5569 Perkembangan teori logika fuzzy telah banyak diterapkan dalam wujud prinsip kerja pengendali atau controller dalam berbagai bidang teknologi untuk menunjang pekerja*. 18(1), 86–99.
- Mahasinul Akhlak, M. L. (2021). Implementasi Teknik Local Search Engine Optimation (Seo) Menggunakan Google My Bussiness (Studi Kasus Di Tb. Jaya Sukses). *Transformasi*, 17(2), 56–69. <https://doi.org/10.56357/jt.v17i2.265>
- Muhyidin, M. A., Sulhan, M. A., & Seviana, A. (2020). Perancangan Ui/Ux Aplikasi My Cic Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma. *Jurnal Digit*, 10(2), 208. <https://doi.org/10.51920/jd.v10i2.171>
- Nagpal, M., & Petersen, J. A. (2021). Keyword Selection Strategies in Search Engine Optimization: How Relevant is Relevance? *Journal of Retailing*, 97(4), 746–763. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.12.002>
- Notaris, P., Ppat, D. A. N., Isnaini, S., Kn, M., Magelang, K., & Ma, M. L. (2022). *SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN ARSIP DIGITAL*.
- Santhosh, R., Suhail, I. S., & Nadu, T. (2018). *A Survey on Search Engine Optimization and Google 's Search Engine Algorithms*. 6(June), 11–19.
- Shahzad, A., Jacob, D. W., Nawli, N. M., Mahdin, H., & Saputri, M. E. (2020). The new trend for search engine optimization, tools and techniques. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 18(3), 1568–1583. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v18.i3.pp1568-1583>
- Sihotang, H. T. (2018). Optimasi Riset Keyword Dengan Teknik Allintitle Pada Mesin Pencari Google. *Journal Of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.47709/cnipc.v1i1.1>
- Wani, M. A., Agarwal, N., Jabin, S., & Hussai, S. Z. (2018). *Design of iMacros-based Data Crawler and the Behavioral Analysis of Facebook Users*. <http://arxiv.org/abs/1802.09566>