



Analisis Model Autoregressive Distributed Lag Pada Data Google Search Console Pesantren Online

Muhammad Abdul Rohman^{1*}, Nurfala Safitri², Muhammad Afif Rifqi³, Wulan Yuliawanty⁴

¹Sekolah Stata, Depok, Jawa Barat

²UIN Raden Fatah, Palembang, Sumatra Selatan

^{3,4}Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat

Abstract

This study aims to determine the analysis of visits to the Google Search Console Islamic Boarding School data. The website analyzed is asyafina.com, this study uses the Autoregressive Distributed Model with data from July 11, 2021 to February 14, 2022. The results of this study indicate that in the long term, impressions and position on Google have a significant relationship with the number of clicks to visit the web. While in the short term, these variables are not significant. This result is different when using the CTR approach: Position is significant in the short term. This result calls for content creators to use the CTR indicator if they focus on the short term, but if the target indicator is the number of visits, make it a long-term target, so keep on creating content for the long term.

Keywords: *Autoregressive Distributed Lag*, Google Search Console, SEO, content, online Islamic Boarding School

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kunjungan pada data Google Search Console Pesantren Online. Adapun website yang dianalisis adalah asyafina.com, penelitian ini menggunakan Model Autoregressive Distributed dengan data pada tanggal 11 Juli 2021 hingga 14 Februari 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada jangka panjang, tayangan dan posisi di google memiliki hubungan signifikan terhadap jumlah klik untuk mengunjungi web. Sementara pada jangka pendek, variabel tersebut tidak signifikan. Hasil ini berbeda jika menggunakan pendekatan CTR: Posisi signifikan pada jangka pendek. Hasil ini menyerukan kepada konten creator gunakan indikator CTR jika fokus pada jangka pendek, namun jika indikator target adalah jumlah kunjungan tetap jadikan target jangka panjang, sehingga tetap istiqomah membuat konten untuk jangka panjang.

Kata kunci: *Autoregressive Distributed Lag*, Google Search Console, SEO, Konten, Pesantren Online

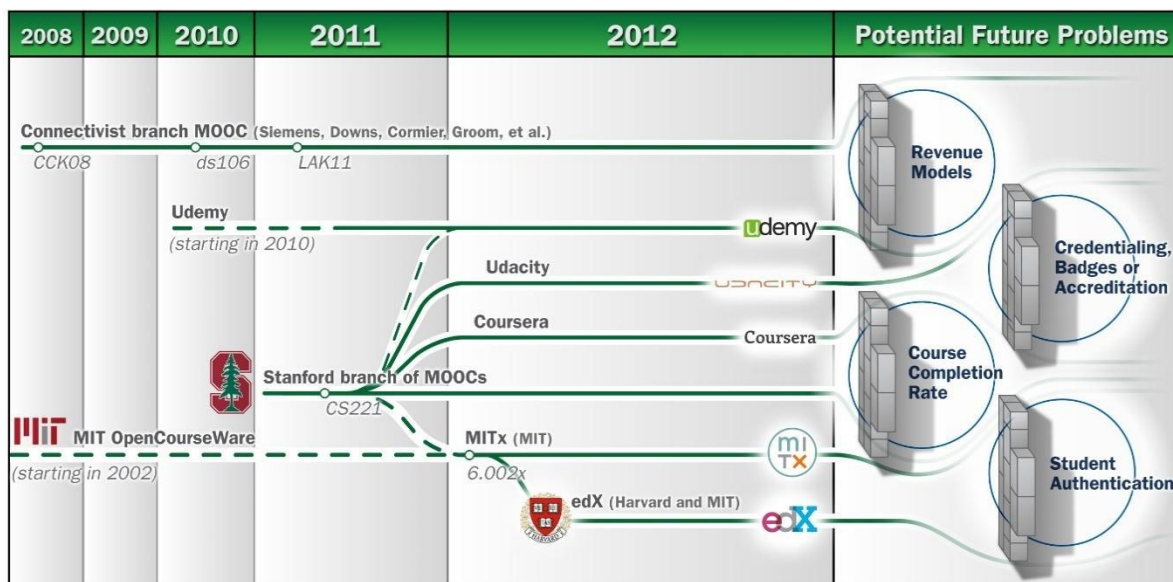
*Corresponding author: Muhammad.abdul51@alumni.ui.ac.id

<https://doi.org/10.2896/asyafina.v1i3.8>

LATAR BELAKANG

Faktor sumber daya manusia menjadi penentu masa depan sebuah bangsa. Saat ini tren dunia pendidikan bergerak ke arah *online course*. Trend tentang *Massive Open Online Course* (MOOC) sejak tahun 2012, star up seperti udemy, udacity, coursera, MITx dan edX sebagai pemrakarsa dalam perkembangan pendidikan digital dunia (Santos et al., 2013).

Gambar 1. Massive Open Online Course (MOOC) Trend



Sumber: (Phill Hill, 2012)

Tren ini disambut baik oleh generasi millennial untuk melakukan *entrepreneur* dalam bidang pendidikan. Mereka menginginkan pendidikan yang memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi. Terlebih, keahlian di masa sekarang lebih dibutuhkan daripada sebuah lembar ijazah. Di Indonesia sendiri terdapat platform e-learning yang berkembang seperti ruang guru, skilacademy dan lainnya. Disisi lain, masalah pandemi covid 19 yang memberikan pelajaran berharga bagi umat manusia pentingnya jaga jarak ketika wabah ini terjadi. Anjuran pemerintah untuk *physical distancing* dan *stay at home* juga digaungkan guna menekan penyebaran wabah. Di sisi lain, kebijakan pendidikan tinggi di Indonesia saat ini mengalami transformasi yang masif akibat adanya pandemi ini. Sistem Pendidikan jarak jauh menjadi jalan menciptakan wajah pendidikan baru di Indonesia. Oleh karenanya, platform digital menjadi sangat penting untuk menjaga kesehatan kita sekaligus tetap meningkatkan produktifitas (Karim, 2020).

Berkaitan dengan fungsi dari platform digital sebagai solusi di masa pandemi penggunaan Teknik-teknik yang mampu mengoptimalkan kinerja dari platform digital sangat

dibutuhkan seperti Teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Menurut (Kent, 2008) SEO adalah teknik yang digunakan untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan di mesin pencari yang sesuai dengan kata kunci yang berada di halaman website. Secara garis besar, teknik yang digunakan dalam penerapan metode SEO ada dua, yaitu: (1) *SEO On Page*: Merupakan sebuah teknik SEO yang difokuskan untuk optimasi pada internal website meliputi elemen dan isi sebuah website. (2) *SEO Off Page*: Merupakan langkah optimasi SEO terhadap suatu website yang dilakukan di luar halaman (eksternal) website tersebut dan sangat erat kaitannya dengan backlink sebagai link rekomendasi.

Teknik *SEO On Page* yang secara tidak langsung mengatakan bahwa komponen dalam optimalisasi menggunakan Teknik SEO adalah isi konten dari *website* itu sendiri. Hal ini tentunya menarik perhatian peneliti, seberapa jauh pengaruh dari konten di *website* terhadap jumlah kunjungan dari *website* dari platform digital itu sendiri. Salah satu platform digital yang seharusnya berisikan tentang konten adalah platform digital yang berbasis pada *e-learning* (Pendidikan) dikarenakan hal ini berkaitan dengan tujuan dari *e-learning* tersebut dibuat. Salah satu *platform digital* yang berbasis *e-learning* adalah Asyafina.com.

Asyafina.com menarik perhatian peneliti dikarenakan asyafina.com memiliki relevansi dalam penelitian ini dari sisi *SEO On Page* sebagai akibat dari konsistensi tim asyafina.com dalam menyediakan konten secara konsisten kepada pengguna secara gratis. Selain itu, keunikan dari asyafina.com yang menerapkan sistem pembelajaran *online* khusus pesantren dapat menjadi *role model* bagi lembaga pondok pesantren agar tetap bertahan di masa pandemi yang pada dasarnya membuat banyak pondok pesantren harus berhenti beroperasi karena *boarding school system* (asrama) yang tidak relevan pada masa pandemi.

Kasus Covid 19 di Solo, Jawa Tengah menjadi contoh penyebaran covid 19 cluster pondok pesantren. Sebanyak 341 warga ponpes ini terkonfirmasi positif Covid-19. Jumlah yang terkonfirmasi positif Covid-19 di asrama SMA MTA Solo, Jawa Tengah, kini mencapai 341 orang. Mereka diisolasi di asrama karena kebetulan saat ada yang terinfeksi, semua tengah belajar di asrama (Zhan, 2022). Adanya penyebaran covid 19 cluster pondok pesantren dapat diatasi dengan proses pembelajaran jarak jauh sebagaimana yang ditawarkan oleh Asyafina.com sebagai platform digital yang menyediakan pembelajaran.

Selain itu, terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dwi Imaniawan et al., 2020), (Artanto & Nurdiansyah, 2017), dan (Faruq & Mustafidah, 2021) membahas mengenai tentang konten pembelajaran yang menggunakan SEO sebagai wujud optimalisasi dari suatu *website* memperkuat landasan bagi peneliti bahwa adanya relevansi antara SEO dan optimalisasi dari suatu website.

Adanya relevansi antara platform asyafina dan penyebaran covid 19 cluster pondok pesantren serta penelitian terdahulu yang relevan membuat peneliti tertarik melakukan analisis kunjungan pada data *Google Search Console* Pesantren Online dengan menggunakan website dari asyafina www.asyafina.com sebagai objek dari penelitian.

TINJAUAN LITERATUR

Asyafina

Asyafina adalah platform digital yang menyediakan pembelajaran tentang ilmu ekonomi islam, kajian based on pesantren seperti pendidikan agama islam, kajian Ramadhan, kajian ekonomi islam dan sebagainya. Asyafina memiliki beberapa fitur seperti e-learning, store, jurnal akademik pesantren yang bisa diakses dari mana saja sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan yang diakibatkan oleh pandemi covid 19 dengan cara mengunjungi halaman website www.asyafina.com. Dalam perkembangannya, asyafina bisa dijangkau oleh semua kalangan dan usia sehingga urgensi dari asyafina tidak hanya untuk kalangan di pondok pesantren tapi juga bisa menjadi solusi bagi pengguna yang memiliki masalah seperti jarak, dan waktu, terutama bagi mereka yang memiliki kesibukan pekerjaan.

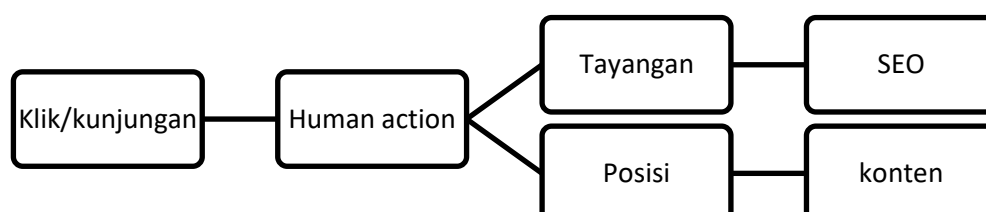
Search Engine Optimization (SEO)

Istilah *Search Engine Optimization (SEO)* pertama kali digunakan pada 26 Juli tahun 1997 oleh sebuah pesan spam yang diposting di Usenet. Pada masa itu algoritma mesin pencari belum terlalu kompleks sehingga mudah dimanipulasi (Hernawati, 2009). *Search Engine Optimization (SEO)* Menurut Ledford (2009), SEO adalah teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frasa yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman-halaman web, informasi tersebut yang akan di indeks oleh mesin pencari. Menurut Viney (2008) SEO adalah sebuah teknik pengoptimalan sebuah halaman yang mengandung kata kunci atau frase yang bersangkutan yang akan di index oleh mesin pencari sebagai kata kunci pencarian.

Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir penelitian ini menggunakan pendekatan berikut ini :

Gambar 2. Kerangka Penelitian



Sumber : (Dibuat oleh Peneliti, 2022)

Penjelasan hubungan antara tayangan dan posisi terhadap kunjungan/ jumlah klik memiliki jalur analisis SEO (Artanto & Nurdiyansyah, 2017; Faruq & Mustafidah, 2021; Reiter & Miklosik, 2022; Supraba & Jati, 2021), penelitian sebelumnya sepakat bahwa SEO yang friendly akan meningkatkan tayangan pada google kemudian dapat meningkatkan kunjungan pada halaman web. Kemudian banyaknya meningkatnya posisi menjadi ranking 1 di website ini dipengaruhi dengan konten yang dibuat, semakin konten ini sesuai dengan yang kita cari di google maka google akan menempatkan posisi paling tinggi (Brahma & Verma, 2022; Chen et al., 2022; Maraga et al., 2022), bahkan temuan (Chen et al., 2022) artikel yang bersifat konspirasi dapat lebih banyak kunjungan daripada artikel aktual asalkan relavan dengan konten yang akan dicari oleh manusia.

METODOLOGI

Data

Penelitian ini menggunakan data *Google Search Console* adalah layanan gratis yang ditawarkan oleh Google untuk membantu kita untuk memantau, mempertahankan, dan memecahkan masalah pada situs di hasil Google Penelusuran (Kelsey, 2017). Kita tidak harus mendaftar ke Search Console agar situs dicantumkan di hasil Google Penelusuran, namun Search Console dapat membantu untuk memahami dan meningkatkan cara Google melihat situs (Knabenreich, 2021). Biasanya data ini digunakan untuk optimasi SEO pada website (Akbari Daryan, 2021). Penelitian ini menggunakan data pada tanggal 11 Juli 2021 hingga 14 Februari 2022, sehingga jumlah observasi mencapai 220 observasi.

Uji Kointegrasi

Kointegrasi merupakan kombinasi hubungan linear dari variabel-variabel yang non stasioner dan semua variabel harus terintegrasi pada orde atau derajat yang sama. Uji kointegrasi dipopulerkan oleh Engle dan Granger pada tahun 1987. Uji ini dilakukan untuk menganalisis hubungan jangka panjang antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen, terutama pada model yang mengandung variabel-variabel yang tidak stasioner. Uji ini juga dilakukan untuk mengetahui kemungkinan terjadi keseimbangan jangka panjang antar variabel-variabel yang diamati. Uji kointegrasi pada penelitian ini menggunakan Pesaran, Shin, and Smith (2001) bounds test. Uji ini mengamati nilai F dan t , jika lebih besar daripada F/T table maka signifikan memiliki kointegrasi Adapun hipotesis uji ini adalah sebagai berikut:

H0: No level relationship (tidak ada kointegrasi)

H1: Level relationship (kointergsi)

Jika model signifikan maka model memiliki variabel yang berhubungan pada jangka Panjang, sebaliknya jika model ini tidak signifikan maka model tidak memiliki hubungan pada jangka Panjang.

Model Penelitian

Adapun model ini mengadopsi penelitian oleh (Li & Guo, 2022; Naomi Nessyana Debataraja, 2019) penelitian ini menggunakan pendekatan analisis Model Autoregressive Distributed Lag. Pendekatan ini memungkinkan kita untuk menganalisis pada jangka waktu pendek dan jangka waktu Panjang, penerapan metode penelitian ini cukup beragam yaitu kualitas lingkungan (Asumadu-Sarkodie & Owusu, 2016), saham (Naomi Nessyana Debataraja, 2019), harga daging sapi (Fousekis et al., 2016) dan lainnya. Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\Delta Kklik_t = \sum_{i=1}^{n1} \varphi_1 \Delta tayangan_{t-i} + \sum_{i=1}^{n2} \varphi_2 \Delta posisi_{t-i} + \phi_1 tayangan_{t-i} + \phi_2 posisi_{t-i} + \varepsilon$$

Dimana klik adalah Total klik, tayangan adalah total tayangan, dan posisi adalah peringkat pada tayangan pada laman mesin pencarian. φ_1 dan φ_2 adalah representasi untuk short run, kemudian ϕ_1 dan ϕ_2 adalah representasi untuk long run. Untuk menghasilkan hasil yang konsisten maka penelitian ini juga menggunakan pendekatan CTR untuk memodelkan dengan hasil yang konsisten maka penelitian juga memodelkan sebagai berikut:

$$\Delta CTR_t = \sum_{i=1}^{n1} \varphi_1 \Delta posisi_{t-i} + \phi_1 posisi_{t-i} + \varepsilon$$

Variabel diatas memiliki definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 1 Strategi Empiris Variabel yang Diigunakan

No	Variabel	Definisi	Hipotesis Long Run Effect	Hipotesis Short Run Effect
1	Klik	Total klik adalah frekuensi pengguna mengklik ke situs Anda. Cara menghitung total klik ini bergantung pada jenis hasil penelusuran.	Variabel Dependen	Variabel Dependen
3	CTR	CTR rata-rata adalah persentase	Variabel	Variabel

No	Variabel	Definisi	Hipotesis Long Run Effect	Hipotesis Short Run Effect
		tayangan yang menghasilkan klik. Dihasilkan dari klik dibagi jumlah tayangan	Dependen	Dependen
2	Tayangan	Total tayangan adalah frekuensi pengguna melihat link ke situs Anda di hasil penelusuran. Tayangan ini dihitung dengan cara yang berbeda untuk gambar dan jenis hasil penelusuran lainnya, yang bergantung pada apakah hasil penelusuran di-scroll hingga terlihat atau tidak.	Positif	Positif
4	Posisi	Posisi rata-rata adalah posisi rata-rata di hasil penelusuran untuk situs Anda, yang menggunakan posisi tertinggi untuk situs Anda setiap kali muncul di hasil penelusuran.	Negatif	Negatif

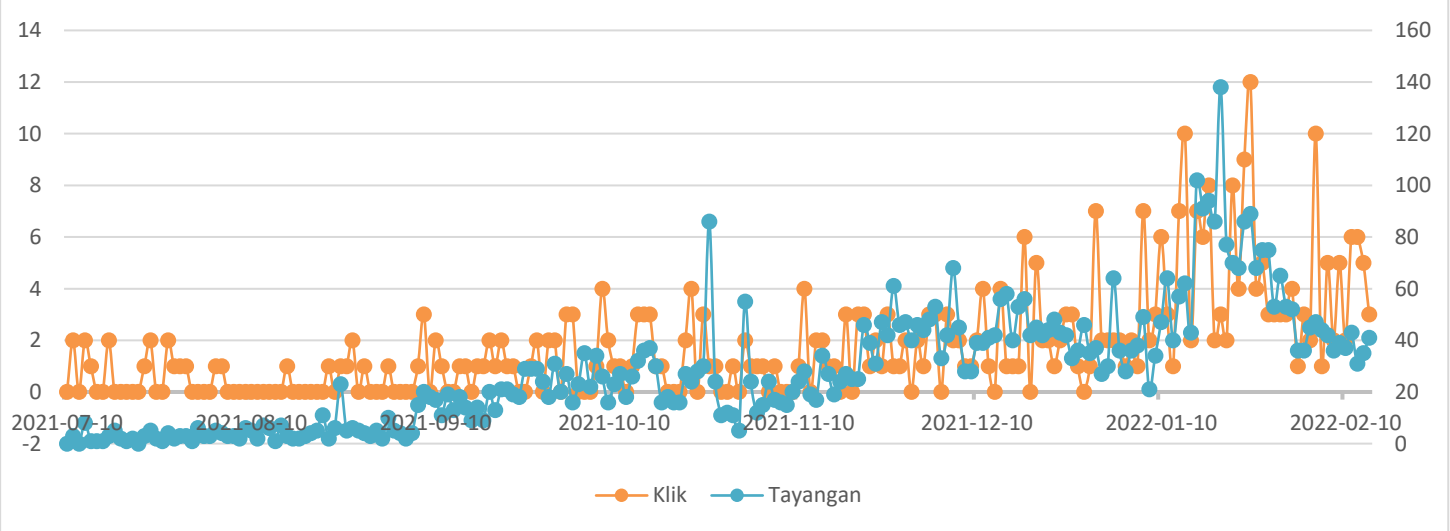
Sumber : Definsi Google

PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara grafis dan secara tes statistika. Berikut adalah trend jumlah klik dan jumlah tayangan di website asyafina.com. terlihat terjadi kenaikan jumlah kunjungan mulai tahun 2021 hingga tahun 2022. Tren jumlah tayangan telah mengikuti pola trend pada jumlah klik. secara teori menunjukkan bahwa dengan banyaknya tayangan yang terdapat pada data diatas akan meningkatkan pula jumlah klik yang ada. Sehingga penelitian ini ingin mencoba membuktikan secara statistika bahwa jumlah tayangan dan posisi

dapat berpengaruh secara signifikan pada jumlah yang klik di halaman web tersebut.

Gambar Tren Antara Klik dan Tayangan Website Asyafina.com



Berikut adalah tabel statistika deskriptif untuk variabel operasional yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 2 Deskripsi Statistika

Variable	Obs	Rata-rata	Standard. Deviasi	Min	Maks
Klik	220	1.732	2.091	0	12
Tayangan	220	28.177	23.231	0	138
CTR	220	.075	.123	0	1
Posisi	220	21.621	15.429	0	99

Sumber : Hasil Analisis

Jumlah observasi pada penelitian ini berjumlah 220, rata-rata jumlah pengunjung yang mengunjungi website asyafina berjumlah 1,73 pengunjung per hari. Jumlah tayangan rata-rata dalam satu hari berjumlah 28,1 kali tayang di mesin pencarian google per hari. Kemudian CTR pada penelitian kali berjumlah 7,5 % per hari. Adapun posisi rata-rata website asyafina ini tertayang di halaman mesin pencarian adalah 21,6 per hari. Berdasarkan uji Augmented dickey fuller pada data level menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat stasioner.

Tabel 3 Hasil Uji ADF Pada Data Level

Variabel	ADF Statistic	Nilai Kritis (5%)	P-value	Kesimpulan
Klik	-9.614	-2.882	0,000	Stationer
Tayangan	-4.415	-2.882	0,000	Stationer
Posisi	-10.275	-2.882	0,000	Stationer

Variabel	ADF Statistic	Nilai Kritis (5%)	P-value	Kesimpulan
CTR	-13.266	-2.882	0,000	Stationer

Sumber : Hasil Analisis

Terlihat pada hasil tes diatas angka ADF statistic menunjukkan angka diatas nilai kritis 5%, sehingga hal ini secara statistik dapat menolak H0, variabel diatas memiliki sifat stationer.

Tabel 4 Hasil Regresi Dependen Variabel Jumlah Klik

	(1)	(2)	(3)
VARIABLES	Semua observasi	Tahun 2021	Tahun 2022
Long run model			
Tayangan	0.0525*** (0.00597)	0.0310*** (0.00504)	0.0459** (0.0192)
Posisi	-0.0187* (0.0105)	-0.0161*** (0.00604)	-0.168 (0.135)
<i>Adjusted model</i>			
L1.Klik	-0.921*** (0.0683)	-1.149*** (0.0762)	-0.983*** (0.163)
<i>Short Run Model</i>			
D.Tayangan	0.00485 (0.00944)	-0.00437 (0.00847)	0.0189 (0.0273)
D.Posisi	0.00236 (0.00796)	0.00542 (0.00556)	0.0229 (0.106)
Constant	0.606* (0.333)	0.955*** (0.265)	3.952* (2.081)
Observations	219	174	45
R-squared	0.512	0.593	0.589
<i>Standard errors</i> didalam kurung *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1			

Sumber : Hasil Analisis

Berdasarkan table 4, hasil model regresi Autoregressive Distributed Lag menunjukkan 4 effect secara simultan dihasilkan dari estimasi ini. Effect pertama short run effect /effect jangka pendek, kedua adalah long run effect / effect jangka Panjang effect ketiga adalah ect/ adjusted effect, effect yang menjadi penyeimbang Antara effect jangka Panjang dan effect jangka pendek. Pada long run menunjukkan bahwa jumlah tayangan dan posisi menunjukkan hubungan signifikan terhadap user yang ingin mengunjungi halaman web. Semakin bertambah 1 jumlah tayangan website asyafina.com di google, maka akan menaikkan pengguna yang klik sebesar 0,05. Temuan ini konsisten pada tahun 2021 dan 2022. Interpretasi pada posisi adalah semakin naik 1 posisi ke atas di halaman pencarian google maka semakin tinggi user akan klik

untuk mengunjungi website tersebut. Hasil ini juga terjadi pada model tahun 2021 dan tahun 2022. Kemudian effect ketiga short run effect menunjukkan hubungan tidak signifikan. Kemudian hasil effect ini mencoba untuk didekatkan dengan variabel yang berbeda yaitu CTR

Tabel 5 Hasil Regresi Dependen Variabel Jumlah CTR

	(1)	(2)	(3)
VARIABLE S	All Observasi	Tahun 2021	Tahun 2022
<i>Short Run model</i>			
LD.CTR	-0.0547 (0.0680)	-0.0512 (0.0769)	-0.123 (0.154)
D.Posisi	-0.00111* (0.000660)	-0.00113 (0.000758)	0.000578 (0.00240)
LD.Posisi	-0.000391 (0.000551)	-0.000381 (0.000624)	-6.19e-06 (0.00178)
<i>Adjusted model</i>			
L.CTR	-0.808*** (0.0891)	-0.806*** (0.100)	- 0.881*** (0.224)
<i>Long run Model</i>			
Posisi	-0.000945 (0.000873)	-0.000933 (0.00104)	-0.00282 (0.00331)
Constant	0.0751*** (0.0184)	0.0749*** (0.0232)	0.105* (0.0519)
Observations	218	173	45
R-squared	0.496	0.496	0.512
<i>Standard errors</i> didalam kurung *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1			

Sumber : Hasil Analisis

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa secara umum posisi memiliki pengaruh signifikan terhadap CTR dijangka pendek, namun temuan ini tidak kuat. Terlihat pada observasi di tahun 2020 dan tahun 2021 tidak mengalami signifikan. CTR pada google memang dipengaruhi jumlah klik dan jumlah tayangan. Penelitian memberikan rekomendasi bahwa dijangka pendek kita dapat fokus pada nilai CTR, kemudian dijangka Panjang kita dapat fokus pada jumlah tren klik yang mengunjungi di asyafina.com.

Uji kointegrasi

Uji kointegrasi ini menggunakan bounds test, uji ini di kembangkan oleh Pesaran, Shin, and

Smith (2001) bounds test. Berikut table hasil hitungan test kointegrasi pada model ini :

Tabel 6 Hasil Test Kointegrasi

Nilai	F-statistik	10%		5%		1%		p-value		Keterangan
		I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	
F	60.674	3.187	4.137	3.828	4.860	5.244	6.423	0.000	0.000	Kointegrasi
t	-13.490	-2.566	-3.221	-2.867	-3.542	-3.450	-4.152	0.000	0.000	Kointegrasi

Sumber : Hasil Analisis

Berdasarkan hasil bount test menunjukkan angka F test dan T test memiliki nilai diatas nilai critical F untuk I(1) dan I(1) dan t test pada table dan identifikasi lainnya adalah memiliki p value kurang dari 5% sehingga berhasil menolak H0, sehingga tersebut memiliki hubungan jangka Panjang/ kointegrasi.

Penentuan Lag Optimal

Untuk menentukan lag yang optimal penelitian menggunakan soc (selection order criteria) dari metode ini menunjukkan dibawah ini:

Tabel 7 Selection-Order Criteria

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	-2215.180				245879	20.926	20.945	20.974
1	-2074.820	280.730	9	0.000	71205.100	19.687	19.764	19.8769*
2	-2058.290	33.055	9	0.000	66327.700	19.616	19.750	19.948
3	-2040.410	35.749	9	0.000	61009.200	19.532	19.7242*	20.007
4	-2030.280	20.268	9	0.016	60375.300	19.521	19.771	20.139
5	-2012.370	35.825	9	0.000	55528.8*	19.4374*	19.745	20.197
6	-2003.790	17.163*	9	0.046	55781	19.441	19.806	20.344
7	-1996.650	14.275	9	0.113	56815.500	19.459	19.881	20.504
8	-1991.870	9.556	9	0.388	59186.700	19.499	19.979	20.686

Sumber : Hasil Analisis

Interpretasi tabel 7 diatas menunjukkan bahwa menurut test SBIC penentuan lag optimal terdapat pada lag 1 menunjukkan tingkat signifikan. Sehingga lag pertama dapat dijadikan sebagai pedoman untuk penentuan lag optimal pada model *Model Autoregressive Distributed Lag*.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada jangka panjang, tayangan dan posisi di google memiliki hubungan signifikan terhadap jumlah klik untuk mengunjungi web. Semakin banyak jumlah tayangan di google maka akan semakin tinggi jumlah pengunjung di website tersebut. Kemudian pada posisi semakin naik posisi di google maka akan bertambah banyak jumlah pengunjung di website tersebut. Sementara pada jangka

pendek, variabel tersebut tidak signifikan. Hasil ini berbeda jika menggunakan pendekatan CTR: Posisi mampu signifikan pada jangka pendek.

Implikasi kebijakan penelitian adalah dengan hasil ini menyerukan kepada konten creator gunakan indicator CTR jika fokus pada jangka pendek, namun jika indicator target adalah jumlah kunjungan tetap jadikan target jangka panjang, sehingga tetap istiqomah membuat konten untuk jangka Panjang. melainkan konten itu sebagai aset jangka panjang, sehingga kita harus konsisten untuk membuat konten minimal setiap hari. Hal ini supaya menambah orang untuk berkunjung di halaman website kita.

REFERENSI

- Akbari Daryan, S. (2021). Improving SEO of Library Catalogs Using Google Search Console: Action Research on the OPAC of the National library and Archives of Iran (NLAI). *Iranian Journal of Information Processing and Management*, 498–498.
- Artanto, H., & Nurdiyansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 2(1), 2–5. <https://doi.org/10.31328/jointecs.v2i1.409>
- Asumadu-Sarkodie, S., & Owusu, P. A. (2016). The relationship between carbon dioxide and agriculture in Ghana: a comparison of VECM and ARDL model. *Environmental Science and Pollution Research*, 23(11), 10968–10982. <https://doi.org/10.1007/s11356-016-6252-x>
- Brahma, K., & Verma, M. K. (2022). *Web Content Analysis of National Libraries' Websites in Asia: An Evaluation*. 20(1), 427–448.
- Chen, Z., Chen, H., Freire, J., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2022). *Understanding how people consume low quality and extreme news using web traffic data*.
- Dwi Imaniawan, F. F., Wijianto, R., & Mulyanto, J. D. (2020). Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Website Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: www.superbengkel.co.id). *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.31294/evolusi.v8i2.9172>
- Faruq, H. Al, & Mustafidah, H. (2021). Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Upaya Meningkatkan Volume Lalu Lintas Website Akademik di Google

- Search Engine. *Cybernetics*, 5(02), 81–87.
- Fousekis, P., Katrakilidis, C., & Trachanas, E. (2016). Vertical price transmission in the US beef sector: Evidence from the nonlinear ARDL model. *Economic Modelling*, 52, 499–506. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.09.030>
- Hernawati, K. (2009). Optimalisasi Seo (Search Engine Optimizer) Sebagai Upaya Meningkatkan Unsur Visibility Dalam Webometric. *Optimalisasi Seo (Search Engine Optimizer) Sebagai Upaya Meningkatkan Unsur Visibility Dalam Webometric*, 1198–1209.
- Karim, B. A. (2020). Pendidikan Perguruan Tinggi Era 4.0 Dalam Pandemi Covid-19 (Refleksi Sosiologis). *Education and Learning Journal*, 1(2), 102. <https://doi.org/10.33096/eljour.v1i2.54>
- Kelsey, T. (2017). Explore Indexing and Webmaster Tools/Search Console. *Introduction to Search Engine Optimization*, 97–109. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-2851-7_7
- Kent, P. (2008). Search Engine Optimization For Dummies. In *Technical Communication* (Vol. 6). <http://books.google.co.kr/books?q=9780471979982>
- Knabenreich, H. (2021). *Evaluation of Success with Google Analytics and Google Search Console*. 45–47. https://doi.org/10.1007/978-3-658-33113-9_6
- Li, Y., & Guo, J. (2022). The asymmetric impacts of oil price and shocks on inflation in BRICS: a multiple threshold nonlinear ARDL model. *Applied Economics*, 54(12), 1377–1395. <https://doi.org/10.1080/00036846.2021.1976386>
- Maraga, A., Awuor, F. M., & Ogalo, J. (2022). *Model for security controls in web content management system*. 11(June), 1–12. <https://doi.org/10.5897/JIIS2021.0120>
- Naomi Nesyana Debatara, U. M. C. E. S. (2019). Model Autoregressive Distributed Lag (Adl) Pada Data Harga Saham. *Bimaster : Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 8(1), 83–90. <https://doi.org/10.26418/bbimst.v8i1.30535>
- Phill Hill. (2012, July). *Four Barriers That MOOCs Must Overcome To Build a Sustainable Model* –. <https://Eliterate.Us/>.
- Reiter, M., & Miklosik, A. (2022). *Google Analytics Best Practices in Online Business*.

January.

Santos, T., Costa, C. J., & Aparicio, M. (2013). METAVERSIA: A proposal for a Drupal based MOOC publisher. *ACM International Conference Proceeding Series, July, 25–32.* <https://doi.org/10.1145/2503848.2503852>

Supraba, L. D., & Jati, H. (2021). Analyzing the use of SEO and Google Analytic on the Website of Vocational High School of Information Technology Annajiyah. *Journal of Physics: Conference Series, 1737(1).* <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1737/1/012014>

Viney, D. (2008). *Get to the Top on Google: Tips and Techniques to Get Your Site to the Top of the Search Engine Rankings -- and Stay There.* Nicholas Brealey.

Zhan, E. (2022). 341 Orang Positif Covid-19, Pondok Pesantren di Solo Jadi Klaster Penularan Massal! *KOMPAS TV.* <https://www.kompas.tv/article/259818/341-orang-positif-covid-19-pondok-pesantren-di-solo-jadi-klaster-penularan-massal>.