
OPTIMASI KONTEN BLOG EDUCATION REPUBLIC DALAM MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN *CONVERSION RATE* BERBASIS SEO DAN *UX WRITING*

Agustin Elisabeth Situmeang*, Fadli Suandi**

* Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

** Teknologi Rekayasa Multimedia, Politeknik Negeri Batam

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Blog Optimization

User Experience

Conversion rate

Digital Content

SEO

UX Writing

ABSTRACT

This study aimed to optimize the content of the Education Republic blog to enhance its *visibility* and *conversion rate* by *Implementing search engine optimization (SEO)* and *User Experience (UX) writing strategies*. A quantitative *Research and Development (R&D)* method was employed using the *ADDIE* model. The blog content was *Analyzed, Design, developed, and Implemented* over a 6 month period. Data were collected through digital analytics tools and user questionnaires to evaluate user perception and website performance. The results showed that the blog achieved a user feasibility index of **86.03%**, categorized as very high, indicating strong positive responses in terms of content clarity, visual layout, navigation structure, and effectiveness of *Call-to-Action* elements. Web analytics data also revealed significant improvements in traffic, page views, session duration, and a considerable reduction in *Bounce rate* following the optimization. These findings confirm that combining structured content *Design* with strategic keyword integration and user-focused writing significantly enhances both *User Experience* and *search engine performance*. The study highlights the importance of iterative content *Development* as a sustainable approach to digital content strategy.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

Corresponding Author:

Agustin Elisabeth Situmeang,

Multimedia Engineering Technology,

Batam State Polytechnic,

Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461

Email: agustinnes1782@gmail.com

1. INTRODUCTION

Di era digital, internet menjadi sumber utama bagi individu untuk mencari berbagai informasi, termasuk peluang pendidikan di luar negeri. Website sebagai media interaktif menyediakan beragam informasi dalam berbagai format seperti video, presentasi, animasi, dan suara, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna [1]. Selain itu, website juga berperan sebagai penghubung antara penyedia informasi dan calon siswa, sedangkan blog adalah salah satu platform populer yang digunakan lembaga pendidikan, termasuk Education Republic, untuk menyediakan konten edukatif bagi audiensnya.

Meskipun blog menjadi alat penting dalam strategi pemasaran digital, Education Republic menghadapi kendala dalam meningkatkan visibilitas di mesin pencari dan tingkat konversi pengunjung blog menjadi calon pelanggan. Permasalahan utama adalah rendahnya peringkat halaman blog pada hasil pencarian organik akibat pengoptimalan mesin telusur yang tidak efektif. Selain itu, teknik penulisan UX yang belum optimal menyebabkan rendahnya interaksi pengguna, sehingga kunjungan belum mampu dikonversi menjadi tindakan nyata seperti pendaftaran atau permintaan informasi tambahan.

Optimisasi Mesin Pencari (SEO) bukan hanya tentang meningkatkan peringkat di hasil pencarian, tetapi juga tentang memastikan konten dapat ditemukan oleh audiens yang tepat, sebuah strategi penting untuk memperkuat visibilitas blog dan menarik lebih banyak pengunjung potensial [2]. Pengguna internet cenderung lebih mempercayai web atau blog yang muncul di halaman awal pencarian, karena dianggap lebih relevan dan terpercaya [3]. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh Center GVVU Georgia Tech yang menunjukkan bahwa lebih dari 80% pengguna internet bergantung pada mesin pencari. Berdasarkan prinsip *PageRank*, halaman web yang memiliki banyak tautan berkualitas akan memiliki peringkat yang lebih tinggi di mesin pencari.

Selain SEO, pengalaman pengguna (*User Experience*) juga menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu produk atau layanan. Menurut ISO 9241-210, *User Experience* merupakan perasaan dan respons seseorang saat menggunakan produk, sistem, atau layanan tertentu. Dalam proses desain UX, prinsip Customer Rule diterapkan untuk memberi kebebasan kepada pengguna dalam menentukan tingkat kepuasan mereka sendiri [4].

UX Writing adalah proses menciptakan teks yang efektif pada berbagai elemen antarmuka pengguna, seperti judul, tombol, petunjuk, label, dan kontrol lain, dengan tujuan memberikan pengalaman interaktif yang menyenangkan [5]. *UX Writer* bertugas membuat produk atau aplikasi menjadi lebih mudah digunakan oleh audiens, sehingga dibutuhkan keterampilan khusus seperti strategi konten, empati, kolaborasi, dan penguasaan berbagai *UX Writing* tools. Selain itu, kemampuan *copywriting* juga diperlukan untuk menciptakan konten yang menarik perhatian audiens [6].

Copywriting merupakan aktivitas menulis kreatif yang bertujuan menghasilkan tulisan yang menarik perhatian pembaca, biasanya digunakan dalam periklanan untuk meningkatkan daya tarik produk atau layanan [7]. *Copywriting* yang kreatif mampu mempengaruhi perasaan, pikiran, hingga tindakan audiens, sehingga efektif dalam mendorong audiens menggunakan jasa yang ditawarkan serta berhasil membangun brand yang diinginkan oleh pemilik bisnis [8].

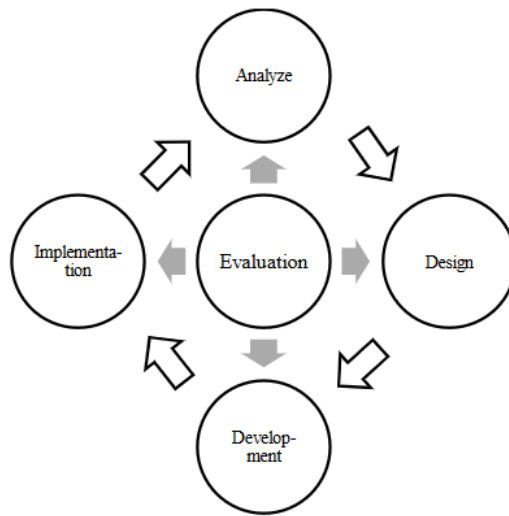
Untuk mengatasi permasalahan visibilitas dan keterlibatan pengguna, blog Education Republic perlu menerapkan strategi optimasi konten yang komprehensif, khususnya melalui SEO yang efektif dan teknik *UX Writing* yang inovatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menciptakan konten blog dengan judul “Optimasi Konten Pada Laman Blog Situs Web Education Republic Untuk Meningkatkan Visibilitas Dan *Conversion rate* Berbasis SEO Dan *UX Writing*”. Strategi ini mencakup penyusunan konten informatif dan relevan, penggunaan kata kunci strategis, serta penerapan desain antarmuka yang intuitif agar peringkat di mesin pencari meningkat sekaligus memperbaiki pengalaman pengguna.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan mengoptimasi konten blog demi meningkatkan visibilitas dan tingkat konversi pengunjung. Dalam pengumpulan data, penelitian menggunakan alat analisis digital seperti *Google Analytics* dan *Google Trends* untuk mendapatkan data yang akurat mengenai kondisi terkini situs web yang diteliti. Data yang diperoleh akan digunakan sebagai dasar dalam menyusun rekomendasi konkret yang berfokus pada peningkatan interaksi pengguna serta pengalaman pengguna, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pengunjung yang menjadi calon pelanggan.

2. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Research and Development (R&D)*, yang bertujuan menghasilkan produk dan menguji efektivitasnya. R&D bertujuan untuk menghasilkan produk dan menguji seberapa efektif produk tersebut. Peneliti menerapkan Model ADDIE yang terdiri dari lima tahap: *Analyze, Design, Development, Implement, dan Evaluation* [9]. Model ini dipilih karena prosesnya yang iteratif dan sistematis, sesuai dengan pengembangan berbasis data. Peneliti merencanakan untuk menguji konten blog pada situs web Education Republic dalam periode 6 bulan mulai dari Oktober - Desember 2024 sebagai data awal sebelum optimasi dan Januari - Maret 2025 sebagai data hasil akhir setelah optimasi. Rentang waktu ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang cukup untuk menganalisis tren performa konten yang cukup efektif dalam pengujian ini, menggunakan alat analitik seperti *Google Analytics*, *Google Search Console*, dan Kuesioner untuk mengukur kinerja SEO dan konversi. Data awal meliputi audit konten, analisis kata kunci, dan penilaian pengalaman pengguna, sementara data akhir diambil dari metrik performa situs setelah *Implementasi*.

Analisis data dilakukan dengan perangkat lunak statistik untuk membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pengoptimalan. Peneliti berharap dapat merumuskan strategi optimasi konten yang meningkatkan visibilitas blog dan tingkat konversi pengguna.



Gambar 1. Tahapan Metode ADDIE

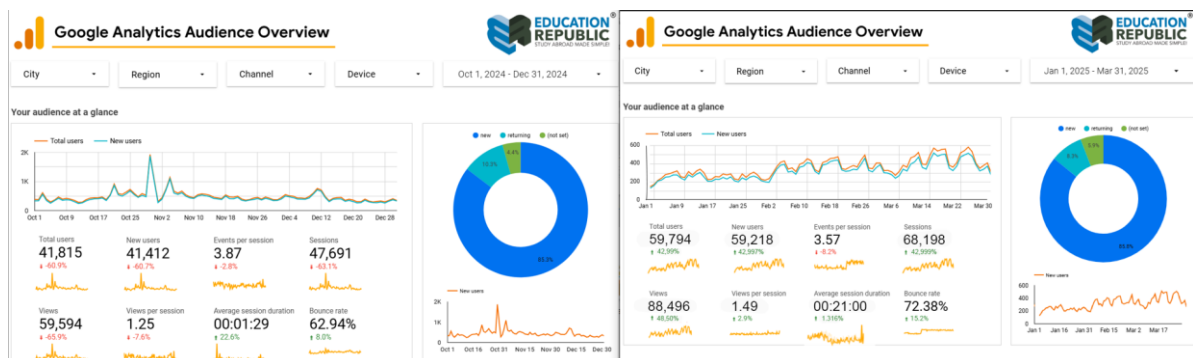
2.1. Analyze

Tahap *Analyze* merupakan tahap pertama dalam proses perancangan penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi performa konten yang ada di situs web Education Republic. Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis mendalam terhadap performa konten menggunakan dua alat utama: *Google Analytics* dan *Google Search Console*.

a. Google Analytics

Peneliti akan menggunakan *Google Analytics* untuk mengumpulkan data awal mengenai interaksi pengguna dengan situs web, termasuk metrik kunci seperti *bounce rate*, *Average session duration*, dan *conversion rate*.

- *Bounce rate* mengukur persentase pengunjung yang meninggalkan situs setelah hanya melihat satu halaman, yang dapat menjadi indikasi rendahnya relevansi konten atau pengalaman pengguna yang kurang baik.
- *Average session duration* mengukur waktu rata-rata yang dihabiskan pengguna di situs, yang memberikan wawasan tentang sejauh mana konten dapat menarik perhatian audiens.
- *Conversion rate* mengukur efektivitas situs dalam mengarahkan pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu (misalnya, mengisi formulir atau berlangganan newsletter).

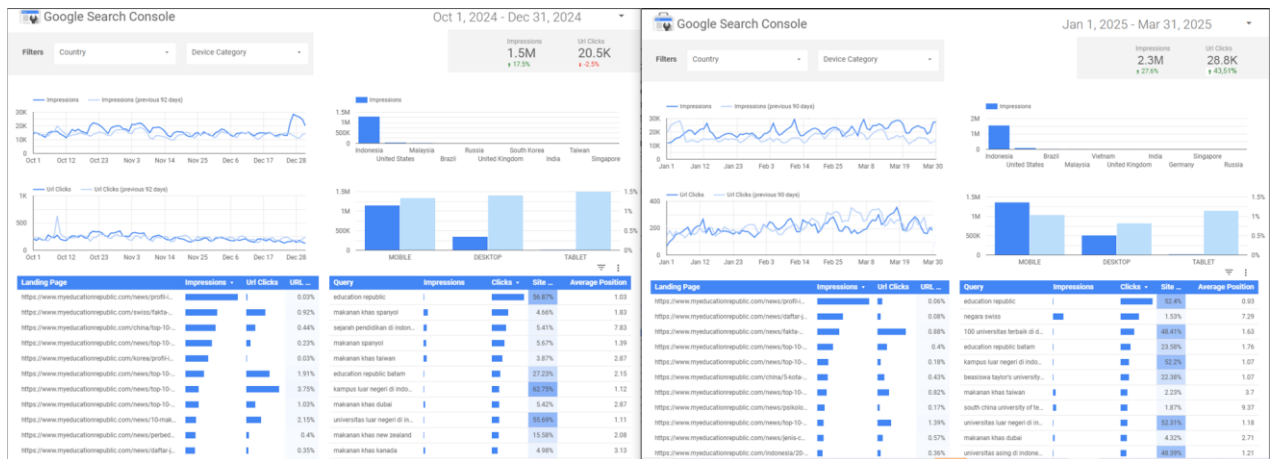


Gambar 2. Perbandingan data awal – data akhir *Google Analytics*

b. Google Search Console

Selanjutnya, peneliti akan menggunakan *Google Search Console* untuk menganalisis performa SEO dari konten yang ada. Ini termasuk mengidentifikasi:

- Penggunaan Kata Kunci: Memeriksa kata kunci yang saat ini digunakan dalam konten dan bagaimana kinerja mereka dalam pencarian organik.
- Peringkat Halaman: Memeriksa posisi halaman web dalam hasil pencarian Google untuk kata kunci yang relevan.
- Trafik Pengunjung: Menilai jumlah pengunjung yang datang ke situs melalui pencarian organik dan mengidentifikasi pola pencarian yang relevan.



Gambar 3. Perbandingan data awal – data akhir Google Search Console

2.2 Design

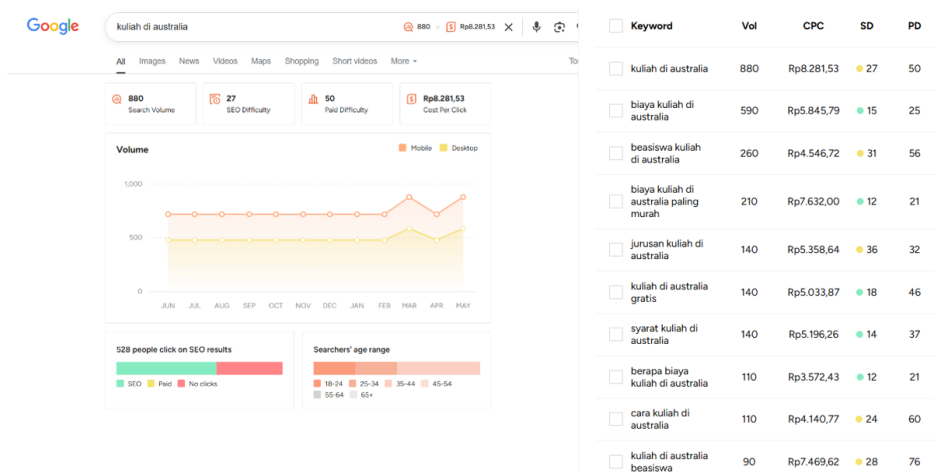
Pada tahap *Design*, penelitian ini berfokus pada perancangan konten blog yang mengintegrasikan SEO dan *UX Writing* untuk meningkatkan visibilitas dan *conversion rate* situs web Education Republic. Berdasarkan hasil analisis pada tahap *Analyze*, peneliti merancang konten yang tidak hanya *SEO-friendly* tetapi juga memberikan pengalaman pengguna (UX) yang optimal. Proses perancangan meliputi optimasi konten menggunakan kata kunci, *meta description*, serta penerapan elemen *UX Writing* yang intuitif dan persuasif. Di bawah ini adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam proses perancangan konten.

1. Optimasi dengan Kata Kunci dan *Meta description*

Penggunaan kata kunci yang relevan sangat penting dalam strategi SEO untuk memastikan bahwa konten mudah ditemukan oleh mesin pencari. Pada tahap ini, peneliti merancang konten dengan mempertimbangkan aspek optimasi SEO berikut:

- **Kata Kunci:** Peneliti memilih Kata kunci diperoleh melalui observasi dan riset menggunakan **Plugin Ubersuggest (SEO and Keyword Discovery)** dan **Google Trends**. Pemilihan kata kunci mempertimbangkan volume pencarian tinggi, relevansi dengan audiens (pelajar yang mencari informasi studi luar negeri), serta kompetisi kata kunci yang masih moderat agar peluang ranking lebih besar. Proses ini diawali dengan audit kata kunci dari blog lama dan membandingkannya dengan tren terbaru.
- **Meta description:** Peneliti membuat *meta description* yang menarik perhatian pengunjung dan memberikan ringkasan singkat mengenai topik yang dibahas dalam halaman tersebut. *Meta description* yang baik dapat meningkatkan *click-through rate* (CTR) dari hasil pencarian.

Dengan menggunakan struktur heading yang relevan dan memastikan kata kunci ada di tempat yang strategis, peneliti meningkatkan peluang konten untuk mendapatkan peringkat yang lebih baik di *Search Engine Results Pages* (SERP).



Gambar 4. Hasil analisis dari Observasi kata kunci (*Keyword*)

2. Optimasi *UX Writing*

Pada tahap ini, peneliti memfokuskan diri pada penerapan *UX Writing* untuk memastikan konten mudah dipahami dan memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Penulisan konten disesuaikan dengan audiens target—mahasiswa yang tertarik untuk melanjutkan studi ke luar negeri. Beberapa elemen yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman pengguna (*UX*) meliputi:

- Kalimat yang Sederhana dan Aktif: Peneliti memastikan konten ditulis dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, menggunakan kalimat aktif untuk mengurangi kerumitan dan memastikan informasi mudah diakses oleh audiens target.
- Pemilihan Bahasa yang Tepat: Peneliti menggunakan bahasa yang sesuai dengan kebutuhan audiens yang mencari informasi mengenai studi ke luar negeri, memastikan konten terasa relevan dan mendukung keputusan pengguna.
- *Call-to-Action* (CTA): Pembuatan CTA yang jelas dan persuasif untuk mendorong pengunjung situs melakukan tindakan yang diinginkan, seperti mengisi formulir atau mengklik link untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. CTA yang efektif dapat meningkatkan *conversion rate* dan membuat pengalaman pengguna lebih terarah, Seperti "Daftar Sekarang untuk Konsultasi Gratis" atau "Pelajari Lebih Lanjut tentang Beasiswa"

3. Format dan Layout

Pengaturan format dan layout juga merupakan bagian penting dalam optimasi konten. Peneliti memastikan bahwa konten disusun dengan cara yang memudahkan pembaca dan menarik perhatian mereka. Berikut adalah elemen-elemen yang diperhatikan dalam proses desain format dan layout:

- Indikator *SEO-Friendly*:
 - Penempatan kata kunci utama dan turunan secara strategis pada judul, subjudul, dan isi konten, penulisan *meta description* yang menarik dan relevan, penggunaan heading terstruktur (H1, H2, H3), penggunaan internal link dan eksternal link ke sumber relevan, optimalisasi *alt text* pada gambar, desain responsif dan mendukung perangkat mobile, struktur URL yang singkat, deskriptif, dan mengandung kata kunci.
- Struktur Konten:
 - Penggunaan paragraf pendek dan subheading yang relevan dengan kata kunci untuk meningkatkan keterbacaan dan memudahkan navigasi konten.
 - Penerapan daftar poin (bullet points atau numbered lists) untuk menyajikan informasi secara jelas dan ringkas, yang membantu pembaca mendapatkan informasi secara efisien.

- Gaya Penulisan:
 - Penerapan *UX Writing* dengan penggunaan bahasa yang sederhana, relevan, dan persuasif untuk menjaga agar pembaca tetap terlibat dengan konten.
 - Format teks menggunakan huruf tebal (bold), miring (italic), dan hyperlink untuk menyoroti informasi penting dan memandu pembaca ke bagian yang relevan.
- Media Pendukung:
 - Gambar, video, atau infografis digunakan untuk mendukung teks dan membuat halaman lebih menarik serta informatif.
 - Setiap gambar diberikan *alt text* yang dioptimasi sesuai kaidah *SEO-friendly* sehingga dapat meningkatkan visibilitas di mesin pencari sekaligus menyediakan deskripsi yang lebih informatif bagi pengguna yang memanfaatkan pembaca layar.

2.3 Development

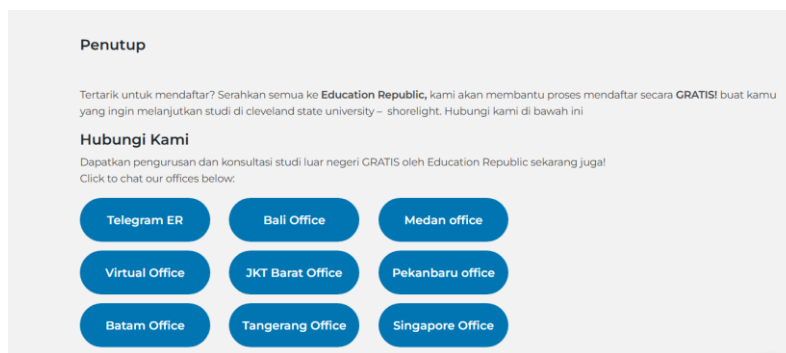
Pada tahap *Development*, peneliti fokus pada pembuatan dan *Implementasi* konten yang telah dirancang pada tahap *Design*. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk mengoptimalkan SEO dan meningkatkan pengalaman pengguna melalui *UX Writing* yang efektif, serta memastikan bahwa konten yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Proses ini melibatkan pembuatan artikel blog, pengoptimalan media, dan *Implementasi* desain visual yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah disusun. Proses Pengembangan Konten:

1. Pembuatan Konten Blog:
 - Konten blog dikembangkan dengan mengintegrasikan kata kunci SEO yang relevan dan mengikuti pedoman *UX Writing* untuk meningkatkan keterbacaan dan kejelasan. Setiap artikel disusun dengan struktur yang ramah mesin pencari dan mudah dipahami oleh audiens target, yaitu mahasiswa yang ingin melanjutkan studi ke luar negeri.
2. Optimasi Media Visual:
 - Gambar dan video dioptimalkan untuk mempercepat waktu muat halaman dan mendukung optimasi SEO. Teks alternatif (alt text) ditambahkan pada setiap gambar untuk meningkatkan keterbacaan oleh mesin pencari dan memastikan aksesibilitas bagi pengguna dengan kebutuhan khusus.



Gambar 5. Hasil Optimasi Konten dan media visual

3. *Implementasi UX Writing* :
 - *Call-to-Action* (CTA) yang jelas dan menarik diterapkan pada konten untuk mendorong pengunjung melakukan tindakan yang diinginkan, seperti mengisi formulir atau melakukan pendaftaran layanan.
 - Penggunaan kalimat aktif dan sederhana digunakan untuk memastikan bahwa konten mudah dipahami dan langsung ke inti masalah yang dicari oleh audiens.



Gambar 6. Hasil Penerapan *UX Writing*

3. RESULTS AND ANALYSIS

3.1. Implementation

Pada tahap **Implementasi**, peneliti menerapkan konten blog yang telah diperbarui dan diuji coba kepada pengguna **Education Republic**, khususnya **Siswa/Siswa SMP, SMA & Mahasiswa** yang sedang mencari informasi mengenai studi ke luar negeri. Tahap ini bertujuan untuk menguji **keefektifan optimasi SEO** dan penerapan **UX Writing** dalam meningkatkan **conversion rate** serta **pengalaman pengguna**.

3.1.1 Pengujian teknik *UX Writing*

Setelah konten yang telah dioptimalkan diunggah ke situs Education Republic, peneliti kemudian melakukan tahap validasi. Proses validasi ini sangat penting dalam penelitian untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data serta hasil yang didapatkan. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan umpan balik dari pengguna atau responden untuk mengevaluasi sejauh mana penerapan *UX Writing* telah dioptimalkan, menggunakan metode skala Likert.

1. Penentuan Jumlah Sampel Responden

Penentuan jumlah sampel responden dilakukan menggunakan rumus Slovin untuk memastikan ukuran sampel yang representatif dengan total populasi 59.794 dan siswa/siswi SMP, SMA dan Mahasiswa sebagai responden. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung jumlah sampel berdasarkan populasi yang diketahui, dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan (*margin of error*) yaitu 5%.

Kuesioner disebarikan secara daring melalui Google Form menggunakan teknik simple random sampling. Link kuesioner dibagikan kepada siswa/siswi SMP, SMA, dan mahasiswa melalui grup WhatsApp. Sebelum menjawab, responden diperkenalkan terlebih dahulu dengan produk atau konten blog yang diteliti, agar memahami isi dan tujuan pengisian kuesioner secara tepat sesuai konteks penelitian. Setiap responden wajib mengisi semua butir pernyataan (*required answer*) sebelum dapat mengirimkan jawaban, sehingga hasil kuesioner valid dan sesuai target perhitungan Slovin, yaitu sebanyak 397 responden. Rumus tersebut adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{59.794}{1 + 59.794 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{59.794}{1 + 59.794 (0.0025)}$$

$$n = \frac{59.794}{150,485}$$

$$n = 397$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Toleransi kesalahan (*Margin of error*), terdiri dari tiga pilihan yaitu 10%, 5% dan 3%

2. Pengumpulan dan pengolahan data

kuesioner disusun menggunakan skala Likert 5 poin yaitu sangat setuju (1), setuju (2), Netral (3), Tidak Setuju (4), Sangat Tidak Setuju (5), untuk mengukur persepsi pengguna terhadap aspek *UX Writing*. Pengumpulan data dilakukan selama 2 minggu secara online menggunakan Google Forms agar proses lebih efisien, data lebih mudah diolah dan menjaga akurasi hasil pengukuran.

Indikator pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan literatur yang diadaptasi dari penelitian Dwi Fatrianto Suyatno & Ika Hanim Rochana (2020) pada JIEET: Volume 04 Nomor 02, 2020 yang mengukur usability website melalui empat dimensi utama, yaitu Ease of Use, Navigation, Download Delay, dan Content. Dalam penelitian ini indikator tersebut disesuaikan menjadi: Kemudahan Akses Informasi, Struktur dan Navigasi, Kejelasan Konten/*UX Writing*, serta Desain Visual dan Kepuasan Pengguna, agar lebih sesuai dengan tujuan optimasi konten blog Education Republic

Tabel 1. Persentase kelayakan

Persentase Penilaian	Interpretasi
84%-100%	Sangat Tinggi
68%-83.99%	Tinggi
52%-67.99%	Sedang
36%-51.99%	Rendah
20%-35.99%	Sangat Rendah

Tabel 2. Hasil Kuesioner

Pernyataan	5	4	3	2	1	Total Skor	Persentase kelayakan	Interpretasi
Saya merasa mudah menemukan informasi di blog ini.	198	190	6	0	3	1.771	89,21%	Sangat Tinggi
Struktur halaman blog ini membingungkan dan tidak membantu saya memahami konten.	119	251	2	14	11	1.640	82,62%	Tinggi
Menu dan fitur navigasi pada laman blog ini berfungsi sebagaimana mestinya	142	230	23	0	2	1.701	85,69%	Sangat Tinggi
Informasi di blog ini sesuai dengan kebutuhan saya sebagai calon siswa yang ingin studi ke luar negeri.	163	205	27	2	0	1.720	86,65%	Sangat Tinggi
Penjelasan dalam artikel atau konten terasa ambigu dan sulit dipahami.	154	214	4	9	16	1.672	84,23%	Sangat Tinggi
Informasi tentang prosedur dan panduan studi ke luar negeri di blog ini sudah lengkap.	171	208	14	0	4	1.733	87,3%	Sangat Tinggi
Desain blog ini tidak sesuai dengan tema pendidikan	205	165	7	11	9	1.737	87,51%	Sangat Tinggi
Teks di blog ini mudah dibaca (ukuran font, warna, dll.)	167	216	14	0	0	1.741	87,71%	Sangat Tinggi
Tampilan visual blog ini secara keseluruhan tidak menarik.	142	225	5	13	13	1.664	83,83%	Tinggi
Saya merasa kesulitan memahami fungsi tombol seperti "Mendaftar" atau "Read More"	187	181	7	11	11	1.713	86,3%	Sangat Tinggi
Tombol atau elemen ajakan bertindak (CTA) di blog ini jelas dan mudah dimengerti.	138	243	14	2	0	1.708	86,05%	Sangat Tinggi
Saya tidak puas secara keseluruhan dengan pengalaman menggunakan blog ini.	183	181	5	11	16	1.692	85,24%	Sangat Tinggi
Informasi di blog ini sesuai dengan kebutuhan saya sebagai calon siswa yang mencari informasi studi ke luar negeri.	172	196	25	2	2	1.709	86,9%	Sangat Tinggi
						Total Skor	22.201	

Menghitung Persentase validitas guna menentukan kelayakan dengan rumus : $Y = \text{skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden (angka tertinggi 5)}$ $X = \text{skor terendah likert} \times \text{jumlah responden (angka terendah 1)}$ Penilaian interpretasi responden adalah hasil nilai yang dihasilkan dengan menggunakan rumus:

$$\text{Indeks} = \left(\frac{\text{Total Skor Aktual}}{\text{Skor Maksimum}} \right) \times 100$$

$$\text{Indeks} = \left(\frac{22.201}{397 \times 13 \times 5} \right) \times 100$$

$$\text{Indeks} = \left(\frac{22.201}{25.805} \right) \times 100$$

$$\text{Indeks} = 0,8603 \times 100 = \boxed{86,03\%}$$

Blog Education Republic dinilai **sangat tinggi** oleh 397 responden, dengan **persentase kelayakan 86,03%**. Ini menunjukkan bahwa optimasi konten berbasis **SEO dan UX Writing** berhasil meningkatkan kualitas informasi, kenyamanan navigasi, dan efektivitas CTA. Strategi yang diterapkan terbukti mampu **meningkatkan pengalaman pengguna dan konversi** secara signifikan.

3. Uji validitas

Dalam mengevaluasi kelayakan dan keakuratan instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas terhadap setiap item pernyataan. Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap item dapat mengukur apa yang seharusnya diukur sesuai dengan indikator *UX Writing*. Kriteria penentuan Validitas Jika r hitung $>$ r tabel (r tabel untuk $n = 397$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,082) atau jika Sig. (p -value) $<$ 0,05 dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Indikator	No Item	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kemudahan Akses Informasi	Q1	0.514	0,082	VALID
	Q4	0.514	0,082	VALID
	Q6	0.512	0,082	VALID
	Q13	0.501	0,082	VALID
Struktur dan Navigasi	Q2	0.653	0,082	VALID
	Q3	0.443	0,082	VALID
	Q7	0.644	0,082	VALID
Kejelasan Konten/ UX Writing	Q5	0.608	0,082	VALID
	Q8	0.387	0,082	VALID
	Q10	0.617	0,082	VALID
	Q11	0.357	0,082	VALID
Desain Visual dan Kepuasan Pengguna	Q9	0.664	0,082	VALID
	Q12	0.736	0,082	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pada keempat indikator penelitian memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,082), sehingga dinyatakan valid. Artinya, seluruh item kuesioner secara konsisten dan tepat mampu mengukur konstruk masing-masing variabel, dan layak digunakan untuk pengumpulan data lebih lanjut.

4. Uji Reliabilitas

Setelah instrumen kuesioner dinyatakan valid, peneliti melanjutkan dengan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal dari seluruh item pernyataan. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui perangkat lunak SPSS 25. Hasil uji ini menunjukkan sejauh mana butir-butir kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang memadai untuk digunakan dalam penelitian ini.

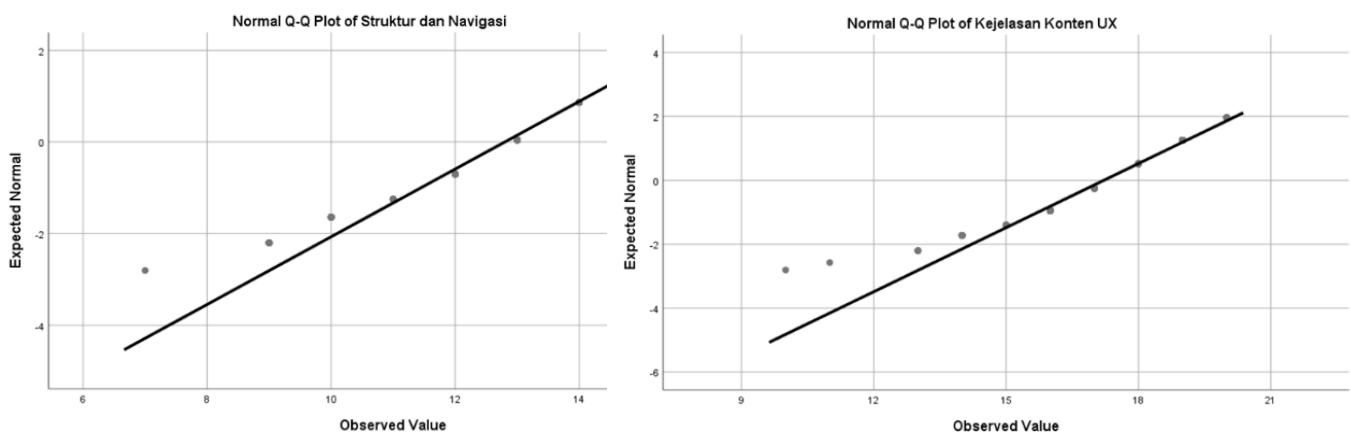
Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Item	Kesimpulan
Kemudahan Akses Informasi	X1	0.770	4	Q1, Q4, Q6, Q13	Reliabel
Struktur dan Navigasi	X2	0.720	3	Q2, Q3, Q7	Reliabel
Kejelasan Konten/ UX Writing	X3	0.851	4	Q5, Q8, Q10, Q11	Reliabel
Desain Visual dan Kepuasan Pengguna	X4	0.773	2	Q9, Q12	Reliabel

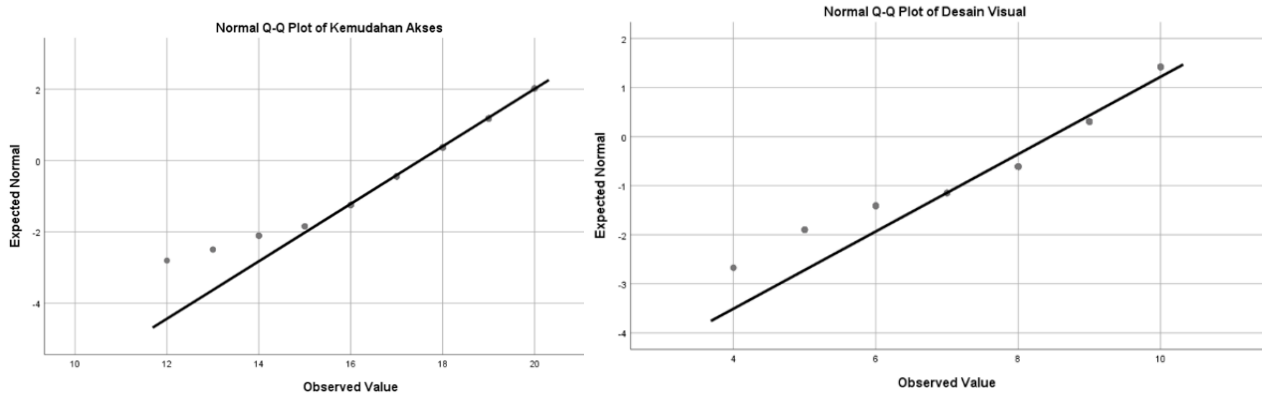
Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, seluruh Indikator dalam penelitian ini memiliki nilai di atas batas minimum 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur masing-masing konstruk. Keempat variabel dinyatakan reliabel, dengan Variabel 3 menunjukkan reliabilitas tertinggi sebesar 0,851 dan tergolong sangat reliabel. Sementara itu, Variabel 1 ($\alpha = 0,770$), Variabel 2 ($\alpha = 0,720$), dan Variabel 4 ($\alpha = 0,773$) termasuk dalam kategori reliabel. Dengan demikian, seluruh instrumen dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis data lebih lanjut.

5. Uji Normalitas

Dalam mengevaluasi apakah data pretest dan posttest memiliki distribusi normal, peneliti menggunakan pendekatan visual melalui *Quantile-Quantile Plot*. Q-Q Plot digunakan untuk membandingkan sebaran data aktual dengan distribusi normal teoritis.



Gambar 7. Hasil Q-Q Plot pada variabel X2 dan X3



Gambar 8. Hasil Q-Q Plot pada variabel X1 dan X4

Pada pengujian normalitas menggunakan *Quantile-Quantile* (Q-Q) Plot terhadap variabel Kemudahan Akses, Struktur dan Navigasi, Kejelasan Konten UX, serta Desain Visual dan Kepuasan Pengguna, diperoleh hasil bahwa sebagian besar titik mengikuti garis diagonal yang merepresentasikan distribusi normal. Meskipun demikian, terdapat penyimpangan pada beberapa titik, khususnya di bagian awal dan akhir distribusi. Hal ini menunjukkan bahwa data tidak sepenuhnya berdistribusi normal, namun cenderung mendekati normal. Dalam konteks ini, distribusi yang mendekati normal masih dapat diterima, terutama apabila jumlah sampel cukup besar. Oleh karena itu, data tetap dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut, dengan mempertimbangkan kesesuaian metode statistik yang digunakan.

3.2. Evaluation

Pada tahap ini, peneliti mengamati metrik seperti *bounce rate*, *conversion rate*, dan waktu rata-rata yang dihabiskan di halaman untuk mengevaluasi perubahan yang terjadi setelah optimasi konten diterapkan. Pengujian kinerja SEO dilakukan dengan memantau perubahan peringkat halaman dan trafik organik menggunakan *Google Analytics* dan *Google Search Console*.

Tabel 5. Perbandingan Data Kinerja SEO

Metrik	Oktober - Desember 2024 (Sebelum Optimasi)	Januari - Maret 2025 (Setelah Optimasi)
Total Users	41,815 users	59,794 users
Pengguna Baru	41,412 users	59,218 users
Views	59,594	88,496
Views per session	1.25	1.49
Impressions	1,356,123	2,395,138
Url Clicks	20,122	28,878
Bounce rate	62.94%	72.38%
Average session duration	00:01:29	00:21:00
Sessions	47,691	68,198
Engaged sessions	17,676	26,249
Average Position	1.03	0.93

Berdasarkan data dari tabel 5 menghasilkan perbandingan kinerja SEO secara signifikan dengan data sebelum dan setelah optimasi (Oktober - Desember 2024 vs Januari - Maret 2025). Setelah dilakukan optimasi konten blog berbasis SEO dan *UX Writing*, terjadi peningkatan signifikan pada seluruh metrik kinerja situs. Jumlah total pengguna meningkat dari 41.815 menjadi 59.794, views naik dari 59.594 menjadi 88.496, dan durasi kunjungan rata-rata melonjak drastis dari 1 menit 29 detik menjadi 21 menit. Selain itu, *impressions*, *URL clicks*, *sessions*, dan *engaged sessions* juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, disertai perbaikan posisi rata-rata di hasil pencarian. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi optimasi berhasil meningkatkan visibilitas, keterlibatan pengguna, dan efektivitas situs secara keseluruhan.

4. CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan mengoptimalkan konten blog Education Republic melalui penerapan strategi *Search engine optimization* (SEO) dan *UX Writing* untuk meningkatkan visibilitas dan *conversion rate*. Dengan menggunakan pendekatan *Research and Development* (R&D) berbasis model ADDIE, konten dianalisis, dirancang, dikembangkan, dan diimplementasikan secara sistematis selama periode enam bulan. Hasil dari 397 responden dengan skala Likert menunjukkan indeks kelayakan sebesar 86,03%, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini mencerminkan respons positif pengguna terhadap kejelasan informasi, struktur navigasi, desain visual, serta efektivitas elemen ajakan bertindak (CTA). Selain itu, data analitik situs web menunjukkan peningkatan signifikan pada jumlah pengunjung, durasi sesi, jumlah impresi, serta klik tautan, disertai penurunan *Bounce rate* secara drastis.

Temuan ini menegaskan bahwa integrasi strategi SEO yang terstruktur dengan *UX Writing* yang berorientasi pada pengguna mampu meningkatkan keterlihatan konten digital sekaligus memperbaiki pengalaman pengguna secara menyeluruh. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pendekatan iteratif dan evaluasi berkelanjutan dalam strategi pengembangan konten digital.

REFERENCES

- [1] W. M. Mukti, N. Y. B. P., and Z. D. Anggraeni, "Media Pembelajaran Fisika Berbasis Web Menggunakan Google Sites Pada Materi Listrik Statis," in *Webinar Pendidikan Fisika 2020: Optimalisasi Pendidikan Dalam Rekonstruksi Pembelajaran Berbasis Sains dan Teknologi di Era New Normal*, pp. 51-59, 2020.
- [2] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson, 2019.
- [3] F. F. Dwi Imaniawan, R. Wijianto, and J. D. Mulyanto, "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*, vol. 8, no. 2, 2020, doi: 10.31294/evolusi.v8i2.9172.
- [4] D. Komalasari, A. Pebrianggara, and M. Oetarjo, *Buku Ajar Digital Marketing*. Umsida Press, pp. 1-83, 2021.
- [5] T. Podmajersky, *UX Writing : Creating Effective Text for User Interfaces*. 2019.
- [6] S. N. Ramadhani, *Peran Copywriter dalam Meningkatkan Kesadaran Merek PT. Himiko Medika Utama Semarang*, 2020.
- [7] F. Rochman, E. B. Santoso, and I. Ulya, "Analysis on the AIDCA Method in Website *UXDesign Copywriting* ," *International Journal of Social Science and Community Service*, vol. 2, no. 4, pp. 298-311, 2024.
- [8] P. Yogantari and A. Ariesta, *Pengaruh Copywriting Kreatif dalam Membangun Brand dan Mendorong Penggunaan Jasa*, 2021.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*, Prananda et al., 2021.