

**OPTIMALISASI STRATEGI DIGITAL MARKETING GRAHA OFFICE:
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MELALUI *SOCIAL MEDIA
OPTIMIZATION (SMO)* DAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)*
DI PT OTAK KANAN**

Dwi Putri

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga,
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
dwiputriputri17@gmail.com;

Ni Made Ida Pratiwi

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga,
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
madeida@untag-sby.ac.id;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan meningkatkan strategi pemasaran digital di PT Otak Kanan, khususnya dalam konteks Graha Office, dengan fokus pada peningkatan kesadaran merek melalui penerapan *Social Media Optimization (SMO)* dan *Search Engine Optimization (SEO)*. Metode penelitian meliputi analisis mendalam terhadap platform media sosial yang digunakan dan penerapan teknik-teknik SEO yang relevan dalam meningkatkan visibilitas dan interaksi online. Dalam konteks eksperimen, integrasi strategi SMO dan SEO diterapkan untuk mengukur dampaknya terhadap meningkatnya kesadaran merek perusahaan. Temuan menunjukkan bahwa sinergi antara SMO dan SEO secara signifikan memperkuat eksposur merek di ranah digital, meningkatkan interaksi pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar PT Otak Kanan di Graha Office. Penelitian ini memberikan wawasan strategis yang penting bagi PT Otak Kanan untuk menyempurnakan strategi pemasaran digitalnya, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas pangsa pasar melalui platform-platform online yang relevan.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Social Media Optimization (SMO), Search Engine Optimization (SEO), Brand Awareness, Strategi Pemasaran, Graha Office, PT OtakKanan.*

ABSTRACT

This research aims to evaluate and improve the digital marketing strategy at PT Otak Kanan, specifically in the context of Graha Office, with a focus on increasing brand awareness through the implementation of *Social Media Optimization (SMO)* and *Search Engine Optimization (SEO)*. The research method included an in-depth analysis of the social media platforms used and the application of relevant SEO techniques to increase online visibility and interaction. In an experimental context, the integration of SMO and SEO strategies was implemented to measure its impact

on increasing the company's brand awareness. The findings show that the synergy between SMO and SEO significantly strengthens brand exposure in the digital realm, increases customer interaction, and expands PT Otak Kanan's market reach at Graha Office. This research provides important strategic insights for PT Otak Kanan to refine its digital marketing strategy, increase brand awareness, and expand market share through relevant online platforms.

Keywords: *Digital Marketing, Social Media Optimization (SMO), Search Engine Optimization (SEO), Brand Awareness, Marketing Strategy, Graha Office, PT OtakKanan*

A. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi digital dan internet dalam bisnis telah menjadi tren yang sangat penting dalam beberapa tahun terakhir. Dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital dan internet, banyak perusahaan telah memanfaatkannya sebagai alat untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Perusahaan yang gagal mengikuti tren ini mungkin kehilangan peluang untuk meningkatkan kehadiran online mereka dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Oleh karena itu, pelaksanaan Magang & Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di PT Otak Kanan dengan posisi Digital Marketing di anak perusahaannya Graha Office, memungkinkan saya untuk belajar dan mengimplementasikan strategi digital marketing yang tepat untuk meningkatkan brand awareness melalui Social Media Optimization (SMO) dan Search Engine Optimization (SEO).

PT Otak Kanan adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultasi bisnis dan teknologi informasi. Visi perusahaan adalah menjadi konsultan terpercaya dalam memberikan solusi bisnis dan teknologi informasi bagi klien. Sementara itu, misi perusahaan adalah memberikan solusi terbaik dan inovatif kepada klien agar mampu meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Dalam konteks fungsi perusahaan, PT Otak Kanan berperan sebagai penyedia layanan konsultasi bisnis dan teknologi informasi bagi klien. Dalam melaksanakan fungsinya tersebut, perusahaan berusaha untuk memberikan solusi bisnis dan teknologi informasi terbaik dan inovatif kepada klien agar dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Sebagai perusahaan konsultasi bisnis dan teknologi informasi, PT Otak Kanan telah berkomitmen untuk memberikan solusi terbaik dan inovatif bagi klien mereka. Dalam mengikuti tren penggunaan teknologi digital dan internet dalam bisnis, perusahaan telah mengembangkan anak perusahaan, Graha Office, yang berfokus pada penyewaan ruang kantor yang modern dan terjangkau. Oleh karena itu, Graha Office sangat membutuhkan strategi digital marketing yang tepat untuk memperluas jangkauan brand awareness dan meningkatkan visibilitas mereka.

Dalam pelaksanaan MSIB, saya bertanggung jawab untuk merancang dan mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif untuk Graha Office. Langkah pertama adalah melakukan analisis pasar dan pesaing untuk memahami kondisi pasar dan persaingan yang ada di industri penyewaan ruang kantor. Setelah itu, kami mengembangkan strategi media sosial yang tepat untuk meningkatkan

keterlibatan pelanggan dengan konten yang relevan dan menarik.

Strategi media sosial kami terdiri dari berbagai jenis konten, seperti foto dan video yang menampilkan keindahan dan keunggulan Graha Office, serta testimoni pelanggan yang puas dengan layanan kami. Kami juga memanfaatkan fitur Instagram Ads untuk memperluas jangkauan brand awareness kami dan menarik lebih banyak pelanggan potensial. Selain itu, kami juga mengoptimalkan situs web Graha Office dengan melakukan optimasi SEO untuk meningkatkan peringkatnya di mesin pencari.

Sementara itu, kami juga mengembangkan konten yang relevan dan berkualitas untuk memperkuat kehadiran online kami. Kami menciptakan artikel blog yang berisi informasi bermanfaat tentang tips bisnis dan pengembangan karir, serta konten visual yang menarik seperti infografik dan video animasi untuk memperjelas dan memperkuat pesan kami. Kami juga melakukan pengukuran kinerja kampanye digital marketing kami untuk memastikan bahwa strategi kami berhasil.

Kami mengukur metrik seperti jumlah tampilan, klik, dan konversi, serta menggunakan data ini untuk memperbaiki strategi kami di masa depan.

Melalui pelaksanaan MSIB di PT Otak Kanan, saya memperoleh pengalaman praktis dan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana strategi digital marketing dapat membantu membangun brand awareness dan meningkatkan kehadiran bisnis online suatu perusahaan. Saya belajar bagaimana merancang dan melaksanakan kampanye digital marketing, serta menganalisis hasil dan memperbaiki strategi marketing yang sudah berjalan.

Selama magang di PT Otak Kanan, saya bertanggung jawab untuk mengoptimalkan strategi digital marketing untuk Graha Office, sebuah perusahaan yang menyediakan layanan virtual office, private office, shared office, dan jasa pembuatan PT & CV. Saya menggunakan teknik Social Media Optimization (SMO) dan Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan peringkat website Graha Office di mesin pencari seperti Google dan Bing, serta memperkuat kehadiran merek di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan LinkedIn.

Tujuan dari proyek ini adalah untuk meningkatkan brand awareness Graha Office dan meningkatkan jumlah kunjungan ke situs web perusahaan dengan mengoptimalkan kampanye SMO dan SEO. Saya bertanggung jawab untuk menganalisis data dan mengidentifikasi keterbatasan serta peluang yang dapat ditingkatkan dalam kampanye digital marketing Graha Office.

Sebagai seorang penulis, saya bertanggung jawab untuk menyusun laporan akhir magang yang mendokumentasikan seluruh proses dan hasil yang dicapai selama magang di PT Otak Kanan. Selain itu, saya juga bertanggung jawab untuk mengikuti instruksi supervisor magang dan melaporkan kemajuan proyek secara teratur.

B. KAJIAN PUSTAKA

Digital Marketing

Digital Marketing adalah suatu proses komunikasi pemasaran yang menggunakan media digital untuk berkomunikasi dengan konsumen. Media digital yang dapat digunakan dalam pemasaran digital antara lain media sosial, mesin

pencari, email, dan website. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital dan internet untuk berkomunikasi dengan target audiens dan mencapai tujuan pemasaran.

Social Media Optimization (SMO)

SMO adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan lalu lintas situs web dengan memanfaatkan media sosial. SMO bertujuan untuk menarik lebih banyak pengunjung ke situs web melalui media sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), SMO adalah proses yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoptimalan upaya pemasaran di media sosial. *Search Engine Optimization* (SEO) adalah upaya untuk meningkatkan visibilitas situs web dalam hasil pencarian mesin pencari. SEO bertujuan untuk membuat situs web lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari. Menurut Moz (2023), SEO adalah proses mengoptimalkan situs web untuk meningkatkan visibilitas dan peringkatnya dalam hasil pencarian mesin pencari.

Search Engine Optimization (SEO)

SEO adalah upaya untuk meningkatkan visibilitas situs web dalam hasil pencarian mesin pencari. SEO bertujuan untuk membuat situs web lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari. Menurut Moz (2023), SEO adalah proses mengoptimalkan situs web untuk meningkatkan visibilitas dan peringkatnya dalam hasil pencarian mesin pencari.

Brand Awareness

Brand awareness adalah tingkat pengenalan dan pemahaman konsumen terhadap suatu merek. *Brand awareness* yang tinggi dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, antara lain: Meningkatkan penjualan Meningkatkan loyalitas pelanggan Meningkatkan citra merek Menurut Keller (2008), brand awareness adalah tingkat di mana konsumen menyadari dan memahami merek tertentu.

C. METODE PENELITIAN

Metodologi kegiatan peserta magang di PT Otak Kanan dalam *melakukan Search Engine Optimization* (SEO) melibatkan serangkaian langkah yang terstruktur dan sistematis. Langkah-langkah ini dirancang untuk memastikan bahwa aktivitas SEO yang dilakukan sesuai dengan standar terbaru dan terbaik, serta memastikan bahwa hasil yang dicapai dapat diukur secara efektif. Berikut adalah rincian langkah-langkah metodologi yang dilakukan:

1. Analisis Situs Web dan Penentuan Kata Kunci

Pertama-tama, peserta magang melakukan analisis situs web untuk menentukan kondisi yang ada di situs web, seperti kecepatan, responsifitas, dan kesesuaian dengan algoritma Google. Kemudian, peserta magang memilih kata kunci yang sesuai dengan tujuan bisnis dan target pasar. Proses ini melibatkan penelitian yang cermat dan pemilihan kata kunci yang relevan dan dapat bersaing dengan situs web pesaing.

2. Optimasi On-Page

Setelah kata kunci ditentukan, peserta magang melakukan optimasi on-page pada situs web. *Optimasi on-page* meliputi pembuatan meta deskripsi, *tag header*, pemilihan gambar dan video yang sesuai, serta penggunaan kata kunci pada konten situs web. Peserta magang memastikan bahwa konten di situs web relevan dan

bermanfaat bagi pengguna.

3. Meningkatkan Otoritas Situs Web

Untuk meningkatkan otoritas situs web, peserta magang melakukan tindakan backlinking yang efektif. Backlinking melibatkan mencari tautan dari situs web otoritatif dan relevan dengan bisnis perusahaan, menghindari tautan dari situs web spam, dan membangun keterlibatan dengan situs web lain melalui media sosial.

4. Analisis Hasil dan Optimalisasi

Peserta magang melakukan analisis hasil dan melakukan optimalisasi yang diperlukan untuk memastikan bahwa situs web perusahaan terus meningkatkan peringkat di mesin pencari. Langkah ini melibatkan penggunaan *Google Analytics* dan *Google Search Console* untuk memantau kinerja situs web perusahaan. Dalam metodologi kegiatan peserta magang, PT Otak Kanan juga menerapkan prinsip-prinsip etika SEO yang sesuai dengan standar industri, seperti menghindari teknik black hat SEO yang dapat membahayakan situs web perusahaan. Selain itu, PT Otak Kanan juga memberikan pelatihan dan dukungan yang diperlukan kepada peserta magang untuk memastikan bahwa aktivitas SEO yang dilakukan benar-benar efektif dan sesuai dengan tujuan bisnis.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama Magang & Studi Independen Bersertifikat (MSIB) di PT Otak Kanan, saya berhasil mencapai beberapa target dan pencapaian yang berkaitan dengan Search Engine Optimization (SEO), yakni:

1. Meningkatkan peringkat situs web perusahaan di mesin pencari.

Melalui optimasi halaman dan penelitian kata kunci yang tepat, kami berhasil meningkatkan peringkat situs web Graha Office di halaman pertama hasil pencarian Google untuk kata kunci yang relevan dengan bisnis kami. Dengan peningkatan peringkat ini, kami berhasil meningkatkan jumlah kunjungan organik ke situs web perusahaan. Selain itu, kami juga berhasil meningkatkan otoritas situs web melalui strategi backlinking yang efektif, sehingga memperkuat posisi situs web di mesin pencari.

2. Meningkatkan kualitas konten di situs web perusahaan dengan mengoptimalkan struktur dan konten halaman.

Kami melakukan penelitian kata kunci yang tepat untuk setiap halaman dan mengoptimalkan tag judul, meta deskripsi, dan header untuk meningkatkan relevansi konten dengan kata kunci yang relevan. Hal ini membantu mesin pencari memahami isi situs web dan memperkuat otoritas situs web kami di mata mesin pencari.

3. Meningkatkan laju konversi melalui situs web dengan melakukan optimalisasi pengalaman pengguna.

Kami memastikan bahwa situs web Graha Office mudah dinavigasi dan memiliki konten yang menarik dan informatif. Kami juga memastikan bahwa situs web responsif dan mudah diakses melalui berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan ponsel pintar.

4. Meningkatkan jumlah pengunjung situs web melalui optimasi media sosial.

Kami mengoptimalkan akun media sosial perusahaan dan memastikan bahwa konten yang diposting relevan, menarik, dan mempromosikan nilai-nilai merek. Hal

ini membantu meningkatkan brand awareness dan mengarahkan lebih banyak lalu lintas ke situs web perusahaan melalui media sosial. Melalui upaya ini, kami berhasil meningkatkan keterlibatan pengunjung dan meningkatkan konversi melalui situs web dan media sosial. Kami juga berhasil meningkatkan otoritas situs web dan peringkat situs web Graha Office di mesin pencari.

Dalam rangka mencapai pencapaian ini, kami mengikuti metodologi yang tepat dengan memastikan bahwa kami memahami prinsip-prinsip SEO dan mengikuti praktik terbaik untuk meningkatkan kualitas dan relevansi situs web. Kami juga melakukan penelitian yang cermat untuk menentukan kata kunci yang tepat dan memastikan bahwa konten halaman kami relevan dengan kata kunci yang dipilih. Kami juga terus memonitor kinerja situs web dan mengubah strategi SEO kami secara berkala untuk mencapai hasil yang optimal.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman magang dan studi independen bersertifikat (MSIB) yang dilakukan di PT Otak Kanan pada tanggal 14 Agustus 2023 – 31 Desember 2023, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program ini sangat bermanfaat bagi pengembangan kompetensi dan pengetahuan dalam bidang digital marketing. Selama menjalani MSIB, saya memperoleh pengalaman berharga dalam mengoptimalkan strategi *digital marketing* Graha Office dengan fokus pada *Social Media Optimization* (SMO) dan *Search Engine Optimization* (SEO). Adapun penulis berkontribusi dalam proyek:

1. *Social Media Optimization* (SMO)

Selama magang, saya berhasil meningkatkan brand awareness Graha Office melalui SMO dengan cara meningkatkan kualitas konten di media sosial dan meningkatkan interaksi dengan pengikut. Dalam pelaksanaannya, saya melakukan penelitian terlebih dahulu untuk memahami target *audience* dan menentukan platform media sosial yang paling relevan dan efektif. Selain itu, saya juga melakukan analisis konten bersaing di platform tersebut dan mencoba untuk memberikan konten yang lebih bermanfaat, menarik, dan unik bagi pengikut Graha Office. Saya juga belajar tentang pentingnya membangun hubungan dan keterlibatan dengan pengikut melalui komentar, respons, dan pesan pribadi. Dengan cara ini, saya berhasil meningkatkan keterlibatan dan memperluas jangkauan konten Graha Office di media sosial. Selama pelaksanaan MSIB, saya juga belajar untuk terus memantau dan menganalisis hasil SMO yang dilakukan. Saya menggunakan data dan analisis untuk mengukur kinerja kampanye media sosial dan memodifikasi strategi SMO jika diperlukan.

2. *Search Engine Optimization* (SEO)

Selama melakukan magang di PT Otak Kanan, saya berhasil melakukan berbagai upaya SEO seperti melakukan riset kata kunci, melakukan optimasi konten pada website Graha Office, serta melakukan *link building* dengan cara melakukan kerja sama dengan beberapa situs eksternal. Dari hasil evaluasi yang dilakukan, terjadi peningkatan traffic pada website Graha Office secara signifikan dan juga peningkatan posisi website pada hasil pencarian Google. Dalam proses pelaksanaannya, saya juga menemukan bahwa SEO memerlukan upaya yang terus-

menerus dan tidak dapat dilakukan dalam waktu singkat. Pada tahap awal, perlu dilakukan riset kata kunci yang baik agar dapat memilih kata kunci yang tepat dan memiliki potensi *traffic* tinggi. Setelah itu, optimasi konten website harus dilakukan secara berkala, dengan memastikan konten website selalu up-to-date dan mengikuti standar SEO yang berlaku. Dalam hal link building, kerja sama dengan situs eksternal sangatlah penting dalam membangun otoritas website. Namun, perlu diperhatikan juga bahwa melakukan link building secara berlebihan dapat berdampak buruk pada posisi website pada hasil pencarian Google. Oleh karena itu, perlu dilakukan dengan hati-hati dan sesuai dengan panduan Google.

Saran

Sebagai saran terkait proses pelaksanaan MSIB di PT Otak Kanan, saya menyarankan untuk lebih memperhatikan aspek manajemen waktu dan proyek agar dapat menyelesaikan tugas dan proyek dengan efektif dan efisien. Selain itu, lebih memperkuat keterampilan dalam komunikasi antar tim dan customer, serta meningkatkan kemampuan dalam mengelola data dan membuat laporan secara sistematis. Untuk saran terkait substansi atau topik yang digeluti selama menjalankan program MSIB, berikut beberapa poin yang dapat diperhatikan:

1. SMO

Saya menyarankan untuk memperhatikan perubahan algoritma media sosial yang kerap terjadi, sehingga dapat menyesuaikan strategi pemasaran dengan lebih baik. Selain itu, memperhatikan tren terbaru dalam penggunaan media sosial dan berinovasi dalam mengembangkan konten yang menarik untuk target audience.

2. SEO

Perhatikan tren dan perubahan algoritma mesin pencari yang terjadi, dan terus mempelajari teknik SEO terbaru. Lebih memperhatikan penggunaan kata kunci yang tepat dan relevan, serta memperkuat kualitas konten pada website dengan melakukan penelitian dan analisis secara mendalam.

3. Keterampilan *digital marketing*

Lebih memperkuat keterampilan dalam merencanakan, menjalankan, dan mengukur efektivitas kampanye *digital marketing*. Melakukan riset kompetitor dan memperhatikan tren terbaru dalam penggunaan platform *digital marketing*.

4. Komunikasi

Meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi dengan tim, atasan, dan *customer* secara efektif dan efisien. Berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami, memperhatikan nuansa dalam email, chat, dan pesan lainnya, serta memahami preferensi dan kebutuhan masing-masing pihak. Manajemen data dan laporan: Memperkuat kemampuan dalam mengelola data dan membuat laporan secara sistematis dan terstruktur. Melakukan analisis data secara mendalam dan memperhatikan aspek penting yang dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan bisnis. Saran-saran di atas dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan program MSIB dan kemampuan dalam menggeluti topik yang menjadi fokus program.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson.

- Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 40-57.
- Google Search Console. <https://search.google.com/search-console/about>
Google Webmaster Guidelines
<https://support.google.com/webmasters/answer/35769>
- Graha Office website: <https://grahaoffice.co.id/>
- Hootsuite. (2021). Social Media Marketing: The Ultimate Guide. Diakses pada 10 Mei 2023, dari <https://www.hootsuite.com/social-media-marketing>
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Moz. (n.d.). What is SEO? Diakses pada 11 Mei 2023, dari <https://moz.com/learn/seo/what-is-seo>
- MSIB Guidelines. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2018.
- PT Otak Kanan website: <https://otakkanan.com/>
- Search Engine Optimization (SEO) Guidelines: <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>
- Social Media Optimization (SMO) Guidelines:
<https://www.searchenginejournal.com/social-media-optimization/250579/>