

Glosarium SEO

DiagnoSEO - definisi istilah SEO yang jelas dan terverifikasi.

0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

0-9

10 Blue Links - Daftar tradisional sepuluh hasil organik sederhana, sebelum munculnya fitur SERP yang lebih kaya.

10x Content - Konten yang dibuat agar jauh lebih baik daripada apa pun yang saat ini menduduki peringkat untuk suatu topik.

200 OK - Kode status HTTP yang menunjukkan bahwa permintaan berhasil.

2xx Status Codes - Keluarga kode status HTTP yang menandakan permintaan berhasil.

301 Redirect - Pengalihan permanen yang meneruskan sebagian besar sinyal peringkat ke URL baru.

302 Redirect - Pengalihan sementara yang menandakan bahwa perpindahan ke URL baru tidak permanen.

304 Not Modified - Status yang memberi tahu peramban bahwa salinan tersimpan dari suatu sumber daya masih terkini.

307 Redirect - Pengalihan sementara yang mempertahankan metode permintaan asli.

403 Forbidden - Status yang berarti server memahami permintaan tetapi menolak mengizinkannya.

404 Error - Status yang dikembalikan ketika halaman yang diminta tidak dapat ditemukan di server.

404 Not Found - Kode status HTTP yang berarti sumber daya yang diminta tidak ada.

410 Gone - Status yang berarti suatu sumber daya telah dihapus secara sengaja dan permanen.

4xx Status Codes - Keluarga kode status HTTP yang menandakan kesalahan di sisi klien.

500 Internal Server Error - Status umum yang berarti server mengalami kesalahan tak terduga.

502 Bad Gateway - Status yang berarti server menerima respons tidak valid dari server lain.

503 Service Unavailable - Status yang berarti server untuk sementara tidak dapat menangani permintaan.

5xx Status Codes - Keluarga kode status HTTP yang menandakan kesalahan di sisi server.

A

A/B Testing - Membandingkan dua versi halaman atau elemen untuk melihat mana yang berkinerja lebih baik. Juga dikenal sebagai Split Testing.

Above the Fold - Bagian halaman web yang terlihat tanpa menggulir.

Absolute URL - Alamat web lengkap yang menyertakan protokol dan domain, misalnya <https://example.com/page>.

Accept-Language Header - Header HTTP yang menandakan bahasa pilihan pengguna dan membantu menyajikan konten yang dilokalkan.

Access Log - Berkas server yang mencatat setiap permintaan dan digunakan untuk menganalisis perilaku bot dan pengguna yang sebenarnya.

Accessibility - Merancang situs web agar dapat digunakan oleh penyandang disabilitas dan teknologi bantu.

Ad Impressions - Berapa kali sebuah iklan ditampilkan kepada pengguna.

Ad Keyword - Kata kunci yang ditawarkan pengiklan untuk memicu iklan berbayar mereka.

Ad Rank - Nilai di Google Ads yang menentukan posisi iklan berdasarkan tawaran, kualitas, dan konteks.

ADA Website Compliance - Kepatuhan terhadap persyaratan aksesibilitas undang-undang ADA Amerika Serikat untuk situs web.

Adobe Analytics - Platform analitik web tingkat perusahaan dari Adobe.

Advanced Search Operators - Perintah khusus seperti site: atau intitle: yang mempersempit dan menyaring kueri pencarian.

AEO (Answer Engine Optimization) - Mengoptimalkan konten agar mesin jawaban dan asisten AI menyajikannya sebagai jawaban langsung.

Affiliate - Mitra yang memperoleh komisi atas penjualan atau prospek yang dirujuk melalui tautan yang dilacak.

Ahrefs - Rangkaian perangkat SEO komersial yang sering digunakan untuk analisis tautan, riset kata kunci, dan pelacakan peringkat.

AI Citation Eligibility - Apakah suatu konten cukup terstruktur dan tepercaya untuk dikutip sebagai sumber oleh sistem jawaban AI.

AI Overview - Ringkasan buatan AI dari Google di atas beberapa hasil, berkembang dari Search Generative Experience.

AI Snapshot - Ringkasan buatan AI yang muncul di atas hasil dalam pengalaman pencarian generatif.

AIO (AI Optimization) - Mengoptimalkan konten dan entitas agar sistem AI memahami, menampilkan, dan mengutip suatu merek.

Algorithmic Penalty - Penurunan peringkat yang diterapkan secara otomatis oleh algoritma pencarian, bukan oleh peninjau manusia.

Algorithmic Suppression - Penindasan algoritmik yang membuat halaman atau situs tetap rendah dalam peringkat tanpa tindakan manual.

Alt Text - Teks deskriptif untuk gambar, yang mendukung aksesibilitas dan membantu mesin pencari memahami gambar. Juga dikenal sebagai Alt Attribute.

Alternate Page With Proper Canonical - Status di Search Console untuk halaman duplikat yang dengan benar menunjuk ke versi kanoniknya yang dipilih.

Ambiguous Intent - Kueri yang tujuannya tidak jelas dan secara wajar dapat cocok dengan beberapa maksud berbeda.

AMP (Accelerated Mobile Pages) - Kerangka kerja sumber terbuka untuk membuat versi halaman web yang ramping dan cepat dimuat untuk perangkat seluler.

Anchor Text - Teks tautan yang terlihat dan dapat diklik, yang memberi mesin pencari konteks tentang halaman yang ditautkan.

Anchor Text Ratio - Distribusi jenis teks jangkar di seluruh profil tautan suatu situs.

Answer Box - Fitur SERP yang memberikan jawaban langsung atas suatu kueri, sering diambil dari cuplikan unggulan.

Answer Sourcing - Cara AI atau mesin jawaban memilih dan mengutip sumber di balik jawaban yang dihasilkan.

API (Application Programming Interface) - Seperangkat aturan yang ditetapkan yang memungkinkan perangkat lunak bertukar data dan fungsi.

Article Spinning - Menulis ulang artikel yang ada dengan sinonim untuk memproduksi salinan yang tampak unik secara massal - taktik black hat.

Article Syndication - Menerbitkan ulang artikel di situs lain untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

ASO (App Store Optimization) - Mengoptimalkan daftar aplikasi seluler di toko agar berperingkat lebih tinggi dan berkonversi lebih baik.

Assisted Conversions - Konversi di mana suatu saluran berperan pendukung pada tahap awal perjalanan, bukan pada klik terakhir.

Async - Atribut skrip yang memuat berkas tanpa memblokir penguraian HTML.

Attribution Modeling - Aturan yang membagi kredit atas konversi di antara titik sentuh dalam perjalanan pengguna.

Author Authority - Keahlian dan keandalan yang dipersepsikan dari penulis konten, terkait dengan E-E-A-T.

Author Entity - Penulis yang disajikan sebagai entitas yang dikenali dan diasosiasikan mesin pencari dengan topik serta karya.

Authority - Kepercayaan keseluruhan dan kekuatan peringkat yang diperoleh suatu halaman atau situs di mata mesin pencari. Juga dikenal sebagai Website Authority.

Authority Dilution - Melemahnya nilai tautan ketika tersebar di terlalu banyak tautan atau halaman.

Authority Score - Metrik milik Semrush yang menilai kualitas dan otoritas keseluruhan suatu domain.

Authority Site - Situs yang sangat tepercaya dan mapan yang berperingkat baik dan sering ditautkan oleh pihak lain.

Auto-Generated Content - Konten yang diproduksi secara otomatis oleh perangkat lunak, yang melanggar pedoman bila berupa spam atau tidak berguna.

Average Position - Posisi peringkat rata-rata suatu halaman atau kata kunci dalam hasil pencarian.

B

B2B - Business-to-business - memasarkan atau menjual produk dan layanan kepada bisnis lain.

B2C - Business-to-consumer - memasarkan atau menjual produk dan layanan langsung kepada perorangan.

Backlink - Tautan dari situs lain yang menunjuk ke halaman Anda dan diperlakukan mesin pencari sebagai suara kepercayaan. Juga dikenal sebagai Inbound Link, Incoming Link.

Backlink Profile - Kumpulan, variasi, dan kualitas keseluruhan tautan yang menunjuk ke suatu situs.

Baidu - Mesin pencari web terkemuka di Tiongkok.

Bait and Switch - Memberi peringkat pada halaman dengan satu konten lalu menggantinya dengan yang lain - taktik yang menyesatkan.

Banner Blindness - Kecenderungan pengguna untuk mengabaikan elemen halaman yang tampak seperti spanduk atau iklan.

BERT - Model bahasa Google tahun 2019 yang lebih baik dalam menafsirkan konteks kata dalam suatu kueri.

BigCommerce - Platform e-commerce yang dihosting untuk membangun dan mengelola toko online.

Bing - Mesin pencari web milik Microsoft.

Bing Webmaster Tools - Platform gratis Microsoft untuk memantau dan meningkatkan tampilan suatu situs di Bing.

Black Hat SEO - Taktik yang sengaja melanggar pedoman mesin pencari untuk memanipulasi peringkat.

Blocked by Noindex - Status di Search Console yang berarti suatu halaman dikecualikan dari indeks karena arahan noindex.

Blog Commenting - Meninggalkan komentar di blog, kadang demi tautan, yang biasanya nofollow dan bernilai rendah.

Body Content - Konten utama suatu halaman, berbeda dari navigasi, header, dan footer.

Bounce Rate - Persentase sesi yang berakhir setelah satu halaman saja tanpa interaksi lebih lanjut.

Brand Authority - Kepercayaan dan keterkenalan suatu merek, yang dapat memengaruhi peringkat dan perilaku klik.

Brand Mention - Setiap penyebutan suatu merek secara online, dengan atau tanpa tautan.

Brand Mention Link Building - Mengubah penyebutan merek yang tidak tertaut menjadi backlink dengan menghubungi penerbitnya.

Branded Anchor Text - Teks jangkar yang menggunakan nama merek sebagai teks tautan.

Branded Content - Konten yang menonjolkan atau dibangun di sekitar suatu merek tertentu.

Branded Keyword - Kueri pencarian yang mengandung nama merek atau produk.

Branded SEO - Mengoptimalkan untuk kueri pencarian yang mengandung nama merek Anda.

Breadcrumb Navigation - Jalur navigasi sekunder yang menunjukkan lokasi suatu halaman dalam hierarki situs.

Broad Match Keyword - Jenis pencocokan di Google Ads yang memicu iklan untuk pencarian terkait, bukan hanya istilah persisnya.

Broken Link Building - Menemukan tautan rusak di situs lain dan menawarkan halaman relevan Anda sebagai gantinya.

Brotli - Algoritma kompresi modern yang mengecilkan berkas teks untuk pengiriman halaman yang lebih cepat.

Browser - Perangkat lunak yang meminta, merender, dan menampilkan halaman web, seperti Chrome atau Safari.

Bundling - Menggabungkan beberapa berkas JavaScript atau CSS menjadi lebih sedikit berkas untuk mengurangi jumlah permintaan.

Byline Trust - Sinyal kepercayaan yang berasal dari baris nama penulis yang ditampilkan dengan jelas dan kredibel.

C

Cache - Salinan berkas yang disimpan sementara yang memungkinkan halaman dimuat lebih cepat pada kunjungan berulang.

Cache-Control - Header HTTP yang memberi tahu peramban dan CDN berapa lama menyimpan sumber daya yang di-cache.

Caching - Menyimpan salinan sumber daya agar dapat disajikan lebih cepat dan mengurangi beban server.

Call to Action (CTA) - Anjuran yang mengarahkan pengguna ke tindakan tertentu, seperti «Beli sekarang» atau «Daftar».

Canonical URL - Versi halaman yang dipilih yang seharusnya diindeks mesin pencari ketika ada halaman duplikat atau serupa. Juga dikenal sebagai Canonical Tag, rel="canonical".

Canonicalization - Proses memilih dan menandai URL yang dipilih di antara halaman duplikat atau hampir duplikat.

Carousel - Fitur SERP dengan gulir horizontal yang menampilkan beberapa hasil, gambar, atau kartu.

ccTLD (Country Code Top-Level Domain) - Domain tingkat atas dua huruf yang terkait dengan suatu negara, seperti .id atau .de, yang sering berfungsi sebagai sinyal penargetan geografis.

CDN (Content Delivery Network) - Jaringan server terdistribusi yang menyajikan konten dari lokasi dekat dengan setiap pengguna.

Channel - Mengelompokkan lalu lintas berdasarkan sumber, seperti organik, berbayar, rujukan, atau langsung.

Churn and Burn SEO - Taktik black hat agresif yang bertujuan memberi peringkat cepat pada situs sebelum tak terhindarkan terkena penalti.

Citation - Penyebutan suatu bisnis atau sumber secara online, khususnya nama, alamat, dan nomor teleponnya.

Citation Building - Secara aktif membuat daftar bisnis yang konsisten di direktori dan platform.

Citation Flow - Metrik dari Majestic yang memprediksi pengaruh suatu URL berdasarkan jumlah tautan yang menunjuk kepadanya.

Citation Grounding - Mengaitkan jawaban buatan AI ke sumber yang dapat diverifikasi untuk mengurangi halusinasi.

Click Potential - Metrik dari Semrush yang memperkirakan seberapa besar kemungkinan SERP suatu kata kunci menghasilkan klik organik.

Click Share - Bagian dari semua klik yang tersedia untuk sekumpulan kata kunci yang diraih suatu domain.

Clickbait - Judul sensasional yang dibuat untuk memancing klik, yang sering menjanjikan lebih dari yang disajikan konten.

Clickstream Data - Data anonim tentang jalur penelusuran dan klik pengguna yang sebenarnya, digunakan untuk memperkirakan metrik pencarian.

Client-Side Rendering (CSR) - Merender konten halaman di peramban menggunakan JavaScript alih-alih di server.

Cloaking - Menampilkan konten berbeda kepada mesin pencari dibandingkan kepada pengguna - pelanggaran pedoman black hat. Juga dikenal sebagai Page Cloaking.

CMS (Content Management System) - Perangkat lunak untuk membuat, mengelola, dan menerbitkan konten situs tanpa pengodean manual, seperti WordPress.

Cold Outreach - Menghubungi orang tanpa hubungan sebelumnya, misalnya untuk menawarkan tautan atau kolaborasi.

Cold Start - Kesulitan yang dihadapi situs atau halaman yang benar-benar baru untuk berperingkat, sebelum mengumpulkan sinyal atau riwayat.

Commercial Investigation Query - Pencarian di mana pengguna meneliti dan membandingkan produk sebelum kemungkinan pembelian.

Common Keywords - Kata kunci yang menjadi peringkat bersama bagi dua atau lebih domain pesaing.

Competitive Density - Metrik Semrush dari 0 hingga 1 yang menunjukkan seberapa ketat pengiklan bersaing untuk suatu kata kunci.

Competitor Analysis - Memeriksa strategi, kata kunci, dan tautan pesaing untuk memandu keputusan SEO Anda sendiri.

Competitor Backlink Analysis - Mempelajari backlink pesaing untuk menemukan peluang tautan yang juga dapat Anda raih.

Competitors in Google Ads - Domain yang menawarkan pada kata kunci berbayar yang sama dengan Anda.

Competitors in Organic Search - Domain yang bersaing dengan Anda untuk kata kunci organik yang sama.

Computer-Generated Content - Konten yang diproduksi oleh perangkat lunak atau AI alih-alih ditulis oleh seseorang.

Content - Teks, gambar, video, dan materi lain di halaman yang memberikan nilai bagi pengguna.

Content Curation - Memilih, mengatur, dan membagikan konten terbaik yang sudah ada tentang suatu topik.

Content Decay - Hilangnya lalu lintas dan peringkat secara bertahap seiring konten menua atau menjadi kurang kompetitif.

Content Federation - Mendistribusikan konten yang sama ke beberapa platform atau situs mitra.

Content Fingerprints - Tanda tangan unik yang dihitung mesin pencari dari konten untuk mendeteksi duplikat dan hampir duplikat.

Content Gap - Topik atau kueri yang belum dicakup situs Anda, tetapi diinginkan pesaing atau pengguna.

Content Gap Analysis - Membandingkan konten Anda dengan pesaing untuk menemukan topik yang hilang dan peluang kata kunci.

Content Hub - Halaman pusat yang menautkan ke sekelompok konten terkait tentang suatu topik.

Content Marketing - Membuat dan mendistribusikan konten yang berharga untuk menarik, melibatkan, dan mempertahankan audiens.

Content Negotiation - Mekanisme di sisi server yang menyajikan versi berbeda dari suatu sumber daya berdasarkan header permintaan, seperti bahasa.

Content Pruning - Menghapus atau menggabungkan halaman bernilai rendah untuk mengangkat kualitas situs secara keseluruhan. Juga dikenal sebagai Pruning.

Content Relevance - Seberapa cocok konten suatu halaman dengan kueri dan maksud pengguna yang mendasarinya.

Content Silo - Mengelompokkan konten terkait ke dalam bagian yang erat secara tematis.

Content Spinning - Mengubah ulang konten secara otomatis untuk membuat banyak versi hampir duplikat, yang tidak dianjurkan mesin pencari.

Content Syndication - Mendistribusikan konten ke situs pihak ketiga, idealnya dengan tautan kanonik ke aslinya.

Content Velocity - Laju penerbitan konten baru dalam suatu periode tertentu.

Content-Based Classifier - Sistem pembelajaran mesin yang mengklasifikasikan halaman dengan menganalisis kontennya.

Contextual Link - Tautan yang ditempatkan di dalam badan teks suatu halaman dan dikelilingi teks yang terkait secara tematis.

Conversion - Tindakan yang diinginkan yang diselesaikan, seperti pembelian, pendaftaran, atau pengiriman formulir.

Conversion (Goal) - Tindakan tertentu yang disetel untuk dilacak sebagai konversi di alat analitik.

Conversion Rate - Persentase pengunjung yang menyelesaikan tindakan yang diinginkan.

Copied Content - Konten yang diduplikasi dari sumber lain tanpa nilai orisinal yang berarti.

Core Web Vitals (CWV) - Sekumpulan metrik pengalaman pengguna Google (LCP, INP, dan CLS) yang mengukur pemuatan, interaktivitas, dan stabilitas visual.

Cornerstone Content - Halaman terpenting dan paling komprehensif Anda, yang paling ingin Anda peringkatkan untuk topik inti.

Cost % - Metrik yang menyatakan biaya iklan atau persentase lalu lintas berbayar untuk suatu kata kunci.

CPA (Cost Per Acquisition) - Biaya rata-rata untuk memperoleh satu konversi atau pelanggan melalui iklan.

CPC (Cost Per Click) - Jumlah yang dibayar pengiklan setiap kali pengguna mengklik iklan mereka.

CPM (Cost Per Thousand Impressions) - Biaya per seribu tayangan iklan, di mana M berasal dari kata Latin mille.

Crawl Anomaly - Label di Search Console untuk kesalahan perayapan yang tidak ditentukan, sering berupa respons 4xx atau 5xx yang tidak terduga.

Crawl Budget - Jumlah halaman yang dirayapi mesin pencari di suatu situs dalam periode tertentu.

Crawl Delay - Arahkan yang meminta bot menunggu di antara permintaan; beberapa mesin seperti Bing menghormatinya, Google mengabaikannya.

Crawl Demand - Seberapa besar keinginan mesin pencari untuk merayapi suatu situs, bergantung pada popularitas dan kesegarannya.

Crawl Depth - Berapa banyak klik dari beranda suatu halaman berada, yang memengaruhi seberapa mudah ia dirayapi.

Crawl Efficiency - Seberapa baik anggaran perayapan suatu situs dihabiskan untuk URL yang berharga dan dapat diindeks alih-alih terbuang.

Crawl Error - Masalah yang mencegah mesin pencari mengakses suatu URL dengan benar.

Crawl Rate Limit - Kecepatan perayapan maksimum yang digunakan mesin pencari agar tidak membebani server.

Crawl Trap - Struktur situs, seperti parameter URL tak terbatas, yang menjebak bot di halaman bernilai rendah dan memboroskan anggaran perayapan. Juga dikenal sebagai Spider Trap.

Crawlability - Seberapa mudah bot mesin pencari dapat mengakses dan merayapi halaman suatu situs.

Crawled but Not Indexed - Status di Search Console di mana suatu halaman dirayapi tetapi sengaja dikecualikan dari indeks.

Crawler - Program otomatis yang menjelajahi web untuk menemukan, mengambil, dan meneruskan halaman untuk pengindeksan. Juga dikenal sebagai Bot, Spider, Web crawler.

Crawler Directives - Instruksi dalam robots.txt, meta robots, atau header HTTP yang memberi tahu bot cara merayapi atau mengindeks.

Crawling - Proses bot mesin pencari menemukan dan mengambil halaman web.

Critical Rendering Path - Urutan langkah yang diambil peramban untuk mengubah HTML, CSS, dan JavaScript menjadi piksel yang dirender.

CRM - Perangkat lunak manajemen hubungan pelanggan, digunakan untuk melacak prospek, pelanggan, dan interaksi penjualan.

CRO (Conversion Rate Optimization) - Peningkatan sistematis suatu situs untuk meningkatkan bagian pengunjung yang berkonversi.

Cross-Linking - Menautkan halaman terkait satu sama lain untuk menyebarkan relevansi dan membantu navigasi.

CSS (Cascading Style Sheets) - Bahasa yang mengontrol presentasi visual dan tata letak halaman web.

CTR (Click-Through Rate) - Bagian dari tayangan yang menghasilkan klik.

CTR Manipulation - Menggelembungkan rasio klik secara artifisial dalam upaya memengaruhi peringkat - taktik manipulatif.

Cumulative Layout Shift (CLS) - Metrik Core Web Vital yang mengukur seberapa tak terduga elemen halaman bergeser selama pemuatan.

Curated Content - Konten pihak ketiga yang dikumpulkan dan disajikan bersama konteks atau komentar tambahan.

Customer Journey - Seluruh perjalanan yang ditempuh pelanggan dari kesadaran pertama, melalui pembelian, dan seterusnya.

D

<!DOCTYPE html> - Deklarasi di awal dokumen HTML yang memberi tahu peramban untuk menggunakan mode standar.

Data - Fakta dan angka mentah yang dikumpulkan untuk dianalisis.

Data Sampling - Menganalisis sampel data yang representatif alih-alih seluruh himpunan, yang dapat menurunkan akurasi laporan.

Dead-End Page - Halaman tanpa tautan keluar, yang tidak memungkinkan pengguna dan bot melanjutkan ke tempat lain.

Declined Keywords - Kata kunci yang posisi peringkatnya menurun untuk suatu situs selama periode tertentu.

Deep Link - Tautan yang mengarah ke halaman internal tertentu alih-alih ke beranda suatu situs.

Deindexing - Penghapusan halaman dari indeks mesin pencari.

Demographics - Karakteristik statistik suatu audiens, seperti usia, jenis kelamin, dan lokasi.

Destination Site - Situs yang dituju pengguna melalui suatu tautan atau kampanye.

Digital PR - Memperoleh penyebutan dan tautan merek dari media dan publikasi melalui cerita yang bernilai berita.

Direct Traffic - Kunjungan dari pengguna yang tiba di suatu situs tanpa sumber rujukan, misalnya dengan mengetik URL.

Directory Links - Backlink dari direktori bisnis online atau direktori web.

Disallow - Arahan robots.txt yang memberi tahu bot untuk tidak mengakses jalur yang ditentukan.

Disavow - Meminta Google mengabaikan backlink tertentu dalam menilai situs Anda.

Disavow File - Berkas teks yang mencantumkan domain atau URL yang Anda ingin Google abaikan.

Disavow Tool - Alat di Google Search Console untuk mengirimkan daftar backlink yang seharusnya diabaikan Google.

Discovered but Not Indexed - Status di Search Console di mana Google telah menemukan URL tetapi belum merayapi dan mengindeksnya.

Display Ads - Iklan visual mirip spanduk yang muncul di situs melalui jaringan iklan.

Distance - Dalam SEO lokal, seberapa jauh suatu bisnis dari pencari, faktor peringkat lokal yang utama. Juga dikenal sebagai Proximity.

DNS (Domain Name System) - Sistem yang menerjemahkan nama domain yang dapat dibaca menjadi alamat IP yang digunakan server.

Dofollow Link - Tautan biasa yang meneruskan sinyal peringkat - status bawaan ketika tidak ada atribut rel yang membatasinya.

DOM (Document Object Model) - Representasi terstruktur suatu halaman di memori yang dibuat peramban dan dapat dibaca serta diubah oleh skrip.

DOM Size - Jumlah simpul dalam DOM suatu halaman, yang bila berlebihan dapat memperlambat perenderan.

Domain - Alamat suatu situs web yang dapat dibaca, seperti example.com.

Domain Age - Berapa lama suatu domain telah terdaftar, kadang disebut sebagai sinyal kepercayaan sekunder.

Domain Authority (DA) - Metrik milik Moz dari 0 hingga 100 yang memprediksi seberapa baik suatu domain mungkin berperingkat.

Domain Name - Nama terdaftar yang mengidentifikasi suatu situs web, seperti example.com.

Domain Name Registrar - Perusahaan yang terakreditasi untuk mendaftarkan dan mengelola nama domain.

Domain Rating (DR) - Metrik Ahrefs dari 0 hingga 100 yang mengukur kekuatan profil backlink suatu domain.

Domain Structure - Cara domain, subdomain, dan direktori suatu situs diatur.

Doorway Page - Halaman bernilai rendah yang dibuat hanya untuk berperingkat di pencarian dan mengarahkan pengguna ke tempat lain, bertentangan dengan pedoman. Juga dikenal sebagai Gateway Page, Bridge Page.

DuckDuckGo - Mesin pencari web yang berfokus pada privasi.

Duplicate Content - Konten yang identik atau sangat mirip yang muncul di lebih dari satu URL.

Dwell Time - Berapa lama pengguna bertahan di suatu halaman setelah mengklik hasil pencarian, sebelum kembali ke SERP.

Dynamic URL - URL yang kontennya bergantung pada parameter kueri dan sering mengandung karakter seperti ? dan &.

E

E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) - Kerangka kualitas Google dari pedoman penilai, yang menambahkan Pengalaman ke E-A-T sebelumnya.

Ecommerce - Pembelian dan penjualan barang atau jasa secara online.

Ecommerce SEO - Mengoptimalkan toko online beserta halaman kategori dan produknya untuk pencarian organik.

Edge Caching - Menyimpan konten di server pada tepi jaringan, dekat dengan pengguna, untuk pengiriman yang lebih cepat.

Edge SEO - Menerapkan perubahan SEO pada tingkat CDN atau tepi jaringan, tanpa mengubah basis kode situs.

Edge SEO Testing - Menjalankan eksperimen SEO melalui lapisan tepi jaringan atau CDN.

Editorial Link - Backlink yang diperoleh secara alami atas dasar kepantasan, tanpa diminta atau dibayar.

Ego Bait - Konten yang menyanjung orang berpengaruh untuk memperoleh tautan atau bagikan mereka.

Email Outreach - Menjangkau orang melalui email pribadi untuk menawarkan konten, tautan, atau kolaborasi.

Engagement - Sejauh mana pengguna berinteraksi dengan konten Anda.

Engagement Metrics - Ukuran interaksi pengguna, seperti waktu di halaman, kedalaman gulir, atau klik.

Engagement Rate - Di GA4, persentase sesi yang merupakan sesi dengan keterlibatan.

Enterprise SEO - SEO yang dilakukan dalam skala besar untuk situs dengan ribuan halaman dan organisasi yang kompleks.

Entities - Hal-hal yang terdefinisi jelas dan berbeda - orang, tempat, merek, konsep - yang dikenali dan dihubungkan mesin pencari.

Entity Grounding - Mengaitkan konten atau jawaban AI ke entitas yang dikenal agar maknanya tidak ambigu.

Entity-Based SEO - Mengoptimalkan di seputar entitas yang terdefinisi jelas dan hubungan di antaranya, bukan hanya kata kunci.

Entry Page - Halaman pertama yang didatangi pengunjung selama suatu sesi.

Estimated Accuracy - Indikator Semrush tentang seberapa andal suatu perkiraan lalu lintas atau kata kunci tertentu.

Estimated Traffic - Perkiraan kasar suatu alat SEO tentang berapa banyak lalu lintas organik yang diterima suatu situs atau halaman.

ETag - Header HTTP yang mengidentifikasi versi tertentu dari suatu sumber daya agar dapat di-cache secara efisien.

Event Rich Results - Hasil pencarian yang diperkaya yang menampilkan detail acara, seperti tanggal dan lokasi, dari data terstruktur.

Evergreen Content - Konten yang tetap relevan dan berguna lama setelah diterbitkan.

Exact Match Anchor Text - Teks jangkar yang persis cocok dengan kata kunci sasaran dari halaman yang ditautkannya.

Exact Match Keyword - Kata kunci yang ditargetkan dalam bentuk persisnya; di Google Ads, jenis pencocokan yang memicu iklan hanya untuk istilah itu atau variasi yang mirip.

Expertise-Authority-Trust (E-A-T) - Versi sebelumnya dari kerangka kualitas konten Google, sebelum penambahan Pengalaman.

External Link / Outbound Link - Tautan di halaman Anda yang mengarah ke situs lain.

F

Faceted Navigation - Navigasi berbasis filter di situs besar atau komersial, yang dapat menciptakan banyak kombinasi URL yang dapat dirayapi.

FAQ Rich Result - Hasil yang diperkaya yang menampilkan pertanyaan dan jawaban yang dapat diperluas dari data FAQ terstruktur.

FAQ Schema - Data terstruktur yang menandai pasangan tanya jawab; Google kini hanya menampilkan hasil FAQ yang diperkaya untuk situs yang berwibawa.

Favicon - Ikon kecil yang mewakili suatu situs di tab peramban dan di samping beberapa hasil pencarian.

Featured Image - Gambar representatif utama yang ditetapkan untuk suatu pos atau halaman, digunakan untuk gambar mini dan berbagi.

Featured Snippet - Jawaban yang ditonjolkan yang muncul di bagian atas beberapa hasil pencarian, diambil dari halaman yang berperingkat.

Fetch and Render - Memeriksa cara Googlebot mengambil dan merender suatu halaman secara visual untuk mengungkap masalah perayapan atau perenderan.

Fetch and Render Tool - Alat usang di Search Console yang menunjukkan cara Googlebot mengambil dan merender suatu URL.

File Compression - Mengurangi ukuran berkas untuk menghemat bandwidth dan mempercepat pemuatan halaman.

First Contentful Paint (FCP) - Metrik kinerja yang menandai waktu hingga teks atau gambar pertama digambar di layar.

First Link Priority - Gagasan bahwa Google mungkin hanya menghitung tautan pertama ke suatu URL di sebuah halaman dan mengabaikan duplikat berikutnya.

Focus Keyword - Satu kata kunci utama yang menjadi tujuan optimasi suatu halaman untuk berperingkat.

Follow-Up - Pesan pengingat yang dikirim setelah email awal tidak dibalas.

Footer Link - Tautan yang ditempatkan di footer suatu situs, yang sering muncul di semua halaman.

Freshness - Seberapa baru konten diterbitkan atau diperbarui - faktor peringkat untuk kueri yang sensitif terhadap waktu.

FTP (File Transfer Protocol) - Protokol standar untuk mentransfer berkas antara klien dan server.

G

GA4 (Google Analytics 4) - Versi Google Analytics saat ini yang berbasis peristiwa, yang menggantikan Universal Analytics pada 2023.

Gated Content - Konten yang hanya dapat diakses pengunjung setelah memberikan informasi kontak mereka.

Gateway Timeout (504) - Status HTTP 504 yang dikembalikan ketika server gateway tidak menerima respons tepat waktu dari server hulu.

GBP Optimization - Meningkatkan profil Google Business agar berperingkat lebih baik dan berkonversi lebih banyak dalam hasil lokal.

GDPR - Peraturan Perlindungan Data Umum Uni Eropa, yang mengatur penanganan data pribadi.

GEO (Generative Engine Optimization) - Mengoptimalkan konten agar ditampilkan dan dikutip oleh mesin pencari generatif berbasis AI.

GEO (Geolocation Optimization) - Mengoptimalkan suatu situs untuk sinyal dan penargetan berbasis lokasi dalam pencarian lokal.

Geo-Targeting - Menampilkan konten atau iklan kepada pengguna berdasarkan lokasi geografis mereka.

Geographic Modifiers - Kata lokasi yang ditambahkan ke kata kunci, seperti «tukang ledeng Jakarta», untuk menargetkan maksud lokal.

Google - Mesin pencari web yang paling banyak digunakan di dunia dan perusahaan yang mengelolanya.

Google Ads - Platform iklan bayar per klik dari Google, sebelumnya dikenal sebagai AdWords.

Google Ads Keyword - Kata kunci yang ditargetkan dalam kampanye Google Ads untuk memicu iklan berbayar.

Google AdSense - Program Google yang memungkinkan penerbit menghasilkan uang dengan menampilkan iklan di situs mereka.

Google Alerts - Layanan gratis Google yang mengirim pemberitahuan email ketika konten baru cocok dengan kueri yang dipilih.

Google Algorithm - Kumpulan sistem peringkat yang digunakan Google untuk mengurutkan hasil pencarian. Juga dikenal sebagai Search Algorithm, Algorithm.

Google Algorithm Update - Perubahan pada sistem peringkat Google yang dapat mengubah cara situs berperingkat. Juga dikenal sebagai Algorithm Update, Algorithm Updates.

Google Analytics (GA) - Platform gratis Google untuk mengukur lalu lintas situs dan perilaku pengguna.

Google Analytics Goals - Konversi yang disetel di Universal Analytics; GA4 menggantinya dengan konversi dan peristiwa utama.

Google Autocomplete - Saran pencarian yang ditawarkan Google saat pengguna mengetik kueri.

Google Bowling - Upaya black hat untuk membuat pesaing terkena penalti dengan mengarahkan tautan berkualitas rendah ke situs mereka.

Google Business Profile (GBP) - Daftar gratis Google yang mengelola cara suatu bisnis tampil di Penelusuran dan Maps. Juga dikenal sebagai Google My Business.

Google Caffeine - Pembaruan infrastruktur pengindeksan tahun 2010 yang memungkinkan Google mengindeks konten lebih cepat dan lebih segar.

Google Dance - Istilah gaul untuk ketidakstabilan peringkat yang dialami situs atau halaman baru saat Google menentukan tempatnya.

Google Fred - Pembaruan Google tahun 2017, umumnya dikaitkan dengan penurunan konten bernilai rendah, tipis, dan sarat iklan.

Google Keyword Planner - Alat di Google Ads yang menyediakan ide kata kunci dan perkiraan volume pencarian.

Google Looker Studio - Alat gratis Google untuk membuat laporan dan dasbor interaktif dari data Anda, sebelumnya Data Studio.

Google Maps - Layanan peta Google, yang sentral untuk penemuan lokal dan SEO lokal.

Google Mobile-Friendly Test - Alat Google untuk memeriksa seberapa mudah suatu halaman digunakan di perangkat seluler.

Google PageSpeed Insights - Alat gratis Google yang melaporkan kinerja halaman dan Core Web Vitals beserta kiat perbaikan.

Google Penalty - Penurunan atau penghapusan yang diterapkan Google atas pelanggaran pedoman, khususnya melalui tindakan manual.

Google Pigeon - Pembaruan Google tahun 2014 yang meningkatkan relevansi dan akurasi hasil pencarian lokal.

Google Pirate - Pembaruan Google tahun 2012 yang menurunkan situs dengan banyak keluhan penghapusan hak cipta (DMCA) yang sah.

Google Possum - Pembaruan Google tahun 2016 yang mendiversifikasi hasil lokal berdasarkan lokasi pencari dan penyaringan.

Google Quality Guidelines - Aturan Google yang mendefinisikan praktik yang dapat diterima, kini dinyatakan melalui kebijakan antispam dan Search Essentials.

Google Search Console (GSC) - Platform gratis Google untuk memantau pengindeksan, kinerja pencarian, dan masalah teknis suatu situs. Juga dikenal sebagai Google Webmaster Tools.

Google Search Operators - Perintah khusus seperti site: atau intitle: yang mempersempit dan menyaring pencarian Google.

Google Search Text Ads - Iklan berbayar berbasis teks yang muncul di antara hasil pencarian Google.

Google Tag Manager - Alat gratis Google untuk menerapkan dan mengelola tag pemasaran serta analitik tanpa mengubah kode.

Google Top Heavy Update - Pembaruan Google tahun 2012 yang menurunkan halaman dengan terlalu banyak iklan di atas lipatan.

Google Trends - Alat gratis Google yang menunjukkan popularitas relatif pencarian dari waktu ke waktu.

Google Webmaster Guidelines - Nama sebelumnya dari pedoman Google untuk situs web, kini Google Search Essentials.

Googlebot - Bot web Google yang menemukan dan mengambil halaman untuk indeks pencarian.

Gray Hat SEO - Taktik di antara metode white hat dan black hat, yang melibatkan risiko lebih besar daripada SEO yang sepenuhnya benar.

Guest Blogging - Menulis dan menerbitkan pos di situs lain, sering untuk membangun otoritas dan memperoleh tautan.

Guest Posting - Menerbitkan konten di situs orang lain, biasanya sebagai taktik untuk memperoleh backlink.

Guestographic - Infografik yang Anda buat dan diterbitkan situs lain, biasanya dengan tautan kembali ke Anda.

Gzip - Metode kompresi yang banyak digunakan yang mengecilkan berkas untuk pengiriman yang lebih cepat.

H

H1 Tag - Tajuk HTML tingkat teratas, biasanya digunakan untuk judul utama suatu halaman.

H2 / H3 Tags - Tag subjudul yang mengatur bagian konten di bawah H1.

Hallucination Suppression - Metode yang mengurangi kecenderungan model AI menghasilkan pernyataan yang salah atau tidak berdasar.

Head Term - Kata kunci yang pendek, luas, dan bervolume tinggi, kebalikan dari kata kunci ekor panjang.

Header Tags - Tag tajuk HTML dari H1 hingga H6 yang menyusun konten menurut kepentingan. Juga dikenal sebagai Heading Tags.

Helpful Content Update - Inisiatif Google yang diluncurkan pada 2022 dan kemudian terintegrasi ke peringkat inti, yang menghargai konten yang berguna dan berpusat pada manusia.

Hidden Text - Teks yang disembunyikan dari pengguna tetapi terlihat oleh bot - taktik black hat yang manipulatif.

Hilltop Algorithm - Algoritma awal tahun 2000-an yang menemukan halaman berwibawa melalui tautan dari halaman pakar tentang suatu topik.

Historical Data - Data tentang kinerja masa lalu, digunakan untuk mendeteksi tren dan perubahan dari waktu ke waktu.

Hit - Setiap permintaan individual ke server untuk suatu berkas, seperti halaman, gambar, atau skrip. Juga dikenal sebagai Website Hit.

Holistic SEO - Meningkatkan semua aspek suatu situs - konten, teknis, dan UX - alih-alih taktik yang terisolasi.

Home Page - Halaman masuk utama suatu situs, biasanya pada URL akar.

Homepage Link - Backlink yang mengarah ke beranda suatu situs alih-alih ke halaman internal.

Host Status - Bagian di Search Console yang melaporkan apakah Google mengalami masalah dalam merayapi host Anda, seperti masalah robots.txt, DNS, atau server.

Hostload - Berapa banyak perayapan yang dapat ditanggung suatu server sebelum berisiko kelebihan beban.

HowTo Rich Result - Hasil yang diperkaya yang menampilkan instruksi langkah demi langkah dari data HowTo terstruktur, yang sejak itu dihentikan Google.

Hreflang - Atribut yang memberi tahu Google tentang varian bahasa dan wilayah suatu halaman.

Hreflang Attribute - Penanda rel-alternate hreflang tertentu yang menunjukkan bahasa dan wilayah suatu halaman.

HSTS (HTTP Strict Transport Security) - Header respons yang memaksa peramban untuk hanya terhubung ke suatu situs melalui HTTPS.

HTML (HyperText Markup Language) - Bahasa markah yang menyusun konten halaman web.

HTML Sitemap - Halaman yang dapat dibaca yang mencantumkan halaman-halaman suatu situs untuk membantu pengguna dan bot bernavigasi.

HTTP (Hypertext Transfer Protocol) - Protokol yang digunakan peramban dan server untuk bertukar data web.

HTTP/2 - Revisi besar HTTP yang mempercepat pemuatan dengan melakukan multipleks banyak permintaan melalui satu koneksi.

HTTP/3 - Versi terbaru HTTP, yang berjalan di atas QUIC untuk latensi lebih rendah dan koneksi yang lebih andal.

HTTPS - Versi HTTP yang terenkripsi dan aman, yang melindungi data dalam perjalanan menggunakan TLS.

Hub - Halaman pusat yang mengatur dan menautkan ke konten terkait tentang suatu topik.

Hub and Spoke Model - Struktur konten dengan halaman hub pusat yang menautkan ke subhalaman terkait yang lebih spesifik.

Hummingbird - Revisi algoritma Google tahun 2013 yang mengalihkan fokus ke makna dan maksud suatu kueri. Juga dikenal sebagai Google Hummingbird.

Hydration - Proses di mana JavaScript di sisi klien menambahkan interaktivitas ke HTML yang dirender di server.



Image Carousel - Fitur SERP yang menampilkan deretan gambar dengan gulir horizontal.

Image Compression - Mengurangi ukuran berkas gambar untuk mempercepat pemuatan halaman tanpa merusak kualitas.

Image Filename - Nama berkas gambar yang deskriptif, sinyal sekunder untuk SEO gambar.

Image Pack - Fitur SERP yang menampilkan blok gambar yang dikelompokkan di antara hasil pencarian.

Image SEO - Mengoptimalkan gambar, termasuk nama berkas, teks alt, dan ukuran, untuk pencarian dan kinerja.

Image Sitemap - Peta situs, atau ekstensinya, yang mencantumkan gambar untuk membantu mesin pencari menemukannya.

Image Title - Atribut title suatu gambar, ditampilkan sebagai tip alat, dengan relevansi sekunder untuk SEO.

Impression - Satu kali ketika daftar atau iklan Anda muncul dalam hasil pencarian.

Impression Share - Di Google Ads, bagian tayangan yang Anda terima dari yang memenuhi syarat untuk Anda.

Improved Keywords - Kata kunci yang posisi peringkatnya membaik untuk suatu situs selama periode tertentu.

Incremental Static Regeneration (ISR) - Teknik Next.js yang membangun ulang masing-masing halaman statis sesuai permintaan setelah situs diterapkan.

Index - Basis data halaman yang telah disimpan mesin pencari dan dapat dikembalikan dalam hasil.

Index Bloat - Ketika terlalu banyak halaman bernilai rendah diindeks dan melemahkan sinyal kualitas situs secara keseluruhan.

Index Coverage Report - Laporan di Search Console yang menunjukkan halaman mana yang diindeks dan mengapa yang lain tidak. Juga dikenal sebagai Page Indexing Report.

Indexability - Apakah suatu halaman diizinkan dan dapat ditambahkan ke indeks mesin pencari.

Indexation Rate - Persentase halaman suatu situs yang benar-benar diindeks mesin pencari.

Indexing - Proses menganalisis suatu halaman dan menambahkannya ke indeks mesin pencari.

IndexNow - Protokol yang memungkinkan situs segera memberi tahu mesin yang berpartisipasi, seperti Bing dan Yandex, tentang URL yang berubah.

Infographic - Representasi visual dari informasi atau data, sering dibuat untuk menarik tautan.

Information Gain - Berapa banyak informasi baru dan unik yang ditambahkan suatu halaman di luar yang sudah dicakup halaman-halaman yang berperingkat.

Informational Query - Pencarian di mana pengguna ingin belajar atau menemukan informasi, bukan membeli.

Intent Cluster - Sekelompok kata kunci atau kueri yang berbagi maksud pencarian dasar yang sama.

Interaction to Next Paint (INP) - Metrik Core Web Vital yang mengukur seberapa cepat suatu halaman merespons interaksi pengguna; menggantikan FID pada 2024.

Internal Link - Tautan dari satu halaman ke halaman lain di situs yang sama.

Internal Linking - Menautkan halaman di dalam situs yang sama untuk membantu navigasi dan mendistribusikan otoritas.

International SEO - Mengoptimalkan suatu situs untuk menargetkan pengguna di beberapa negara dan bahasa.

IP Address - Label numerik yang mengidentifikasi suatu perangkat atau server di jaringan.

J

JavaScript (JS) - Bahasa pemrograman yang menambahkan interaktivitas dan perilaku dinamis ke halaman web.

JavaScript SEO - Praktik membuat situs yang kaya JavaScript dapat dirayapi dan diindeks oleh mesin pencari.

JSON-LD (JavaScript Object Notation for Linked Data) - Format yang direkomendasikan Google untuk menambahkan data terstruktur ke suatu halaman dengan blok skrip.

K

Kanban - Papan visual yang mengelola tugas dan alur kerja sebagai kartu yang bergerak melintasi kolom.

Keyword - Kata atau frasa yang diketik orang di mesin pencari dan menjadi tujuan optimasi Anda untuk ditargetkan.

Keyword (Google Ads) - Istilah yang ditawarkan pengiklan agar iklan berbayar dapat dipicu.

Keyword (Not Provided) - Data kata kunci yang disembunyikan Google dari analitik, ditandai sebagai not provided.

Keyword (Organic) - Istilah yang Anda targetkan untuk berperingkat dalam hasil pencarian organik dan tidak berbayar.

Keyword (Related) - Istilah yang terkait secara semantik dengan kata kunci utama Anda dan mendukung topik yang sama.

Keyword Analysis - Mengevaluasi kata kunci berdasarkan relevansi, volume, kesulitan, dan maksud pencarian.

Keyword Cannibalization - Ketika beberapa halaman suatu situs bersaing untuk kata kunci yang sama dan saling melemahkan peringkatnya.

Keyword Categorization - Mengelompokkan kata kunci ke dalam tema atau kategori untuk mengatur strategi dan konten.

Keyword Clustering - Mengelompokkan kata kunci yang sangat terkait yang dapat ditargetkan satu halaman secara bersamaan.

Keyword Competition - Tingkat persaingan untuk berperingkat secara organik atau menawar di iklan untuk suatu kata kunci.

Keyword Density - Seberapa sering suatu kata kunci muncul dibandingkan jumlah total kata di suatu halaman.

Keyword Difficulty - Metrik suatu alat yang memperkirakan seberapa sulit berperingkat untuk kata kunci tertentu.

Keyword Explorer - Fitur suatu alat SEO untuk menemukan ide kata kunci dan menganalisis metriknya.

Keyword Frequency - Jumlah mentah kemunculan suatu kata kunci dalam suatu konten.

Keyword Funnel - Mengatur kata kunci berdasarkan tahap perjalanan pembelian yang dicerminkannya.

Keyword Overview - Laporan suatu alat yang merangkum metrik utama suatu kata kunci, seperti volume, kesulitan, dan maksud.

Keyword Prominence - Seberapa menonjol dan dini suatu kata kunci muncul di suatu halaman, misalnya di judul atau paragraf pertama.

Keyword Proximity - Seberapa dekat kata kunci sasaran muncul satu sama lain dalam teks.

Keyword Ranking - Posisi suatu halaman dalam hasil pencarian untuk kata kunci tertentu. Juga dikenal sebagai Keyword Rank.

Keyword Research - Menemukan dan menganalisis istilah yang dicari audiens Anda, untuk memandu konten dan SEO.

Keyword Stemming - Mengurangi suatu kata ke akarnya agar variasi seperti run dan running diperlakukan sebagai terkait.

Keyword Stuffing - Membebani suatu halaman dengan kata kunci dalam upaya memanipulasi peringkat. Juga dikenal sebagai Keyword Spam.

Knowledge Graph - Basis data Google tentang entitas dan hubungan di antaranya, digunakan untuk memperkaya hasil. Juga dikenal sebagai Google Knowledge Graph.

Knowledge Panel - Kotak SERP yang menampilkan fakta utama tentang suatu entitas, diambil dari Knowledge Graph. Juga dikenal sebagai Google Knowledge Panel.

KPI (Key Performance Indicator) - Nilai yang dapat diukur yang melacak kemajuan menuju suatu tujuan tertentu.

L

Landing Page - Halaman yang didatangi pengunjung dari suatu kampanye, dirancang untuk membangkitkan satu tindakan.

Largest Contentful Paint (LCP) - Metrik Core Web Vital yang mengukur waktu perenderan elemen terlihat terbesar di suatu halaman.

Last Crawl - Tanggal terbaru ketika mesin pencari merayapi suatu halaman tertentu.

Last-Modified - Header HTTP yang memberi tahu klien kapan suatu sumber daya terakhir diubah.

Latent Semantic Analysis (LSA) - Teknik bahasa alami yang menganalisis hubungan antara dokumen dan istilah di dalamnya.

Lazy Loading - Menunda pemuatan gambar atau sumber daya di luar layar hingga dibutuhkan, untuk mempercepat pemuatan awal.

Lead - Calon pelanggan yang telah menunjukkan minat, misalnya dengan memberikan informasi mereka.

Lead Magnet - Insentif gratis, seperti e-book, yang ditawarkan sebagai imbalan atas informasi kontak pengunjung.

Link Accessibility - Apakah tautan dapat ditemukan dan diikuti oleh bot, alih-alih tersembunyi di balik skrip.

Link Attribution - Menandakan sifat suatu tautan dengan atribut rel, seperti nofollow, sponsored, atau ugc.

Link Authority - Kekuatan dan kepercayaan yang dapat diteruskan suatu halaman penaut.

Link Bait - Konten yang dibuat khusus untuk menarik backlink dalam jumlah besar. Juga dikenal sebagai Linkbait.

Link Building - Proses memperoleh backlink dari situs lain untuk meningkatkan otoritas dan peringkat.

Link Burst - Lonjakan mendadak backlink yang baru diperoleh dalam waktu singkat.

Link Churn - Hilang dan diperolehnya backlink suatu situs secara alami dari waktu ke waktu.

Link Condom - Istilah gaul lama untuk metode, seperti nofollow, yang mencegah suatu tautan meneruskan nilai peringkat.

Link Distance - Jumlah lompatan tautan antara situs sumber terpercaya dan suatu halaman tertentu.

Link Diversity - Keragaman sumber, jenis, dan teks jangkar backlink suatu situs.

Link Equity - Nilai peringkat yang diteruskan dari satu halaman ke halaman lain melalui suatu tautan.

Link Exchange - Kesepakatan timbal balik di mana dua situs setuju untuk saling menautkan.

Link Farm - Sekelompok situs yang dibuat hanya untuk saling menautkan dan memanipulasi peringkat.

Link Gap - Backlink yang dimiliki pesaing tetapi tidak dimiliki situs Anda.

Link Hoarding - Keengganan untuk menautkan ke situs lain dalam upaya menahan seluruh nilai tautan di dalam.

Link Insert (Niche Edit) - Menambahkan backlink ke artikel yang sudah ada dan telah diterbitkan di situs lain.

Link Intersect - Analisis yang menemukan situs yang menautkan ke beberapa pesaing Anda tetapi tidak ke Anda.

Link Juice - Istilah informal untuk nilai peringkat yang diteruskan suatu tautan ke tujuannya.

Link Neighborhood - Kumpulan situs yang Anda tautkan dan yang menautkan ke Anda, yang menandakan asosiasi Anda.

Link Placement Quality - Seberapa berharga penempatan suatu tautan dan konteks sekitarnya di suatu halaman.

Link Popularity - Jumlah dan kualitas backlink yang menunjuk ke suatu situs.

Link Profile - Komposisi keseluruhan dari semua backlink yang menunjuk ke suatu situs.

Link Prospect - Situs atau halaman yang diidentifikasi sebagai sumber backlink yang potensial.

Link Reclamation - Memulihkan backlink yang hilang atau mengubah penyebutan merek yang tidak tertaut menjadi tautan.

Link Relevancy - Seberapa terkait secara tematis halaman penaut dengan halaman yang ditautkannya.

Link Rot - Kecenderungan alami tautan untuk menjadi rusak dari waktu ke waktu saat halaman berpindah atau menghilang.

Link Scheme - Setiap praktik tautan yang bertujuan memanipulasi peringkat dan melanggar pedoman Google.

Link Spam - Tautan yang tidak relevan atau manipulatif yang ditempatkan dalam upaya memengaruhi peringkat.

Link Suppression - Ketika mesin pencari menurunkan nilai atau mengabaikan suatu tautan agar tidak meneruskan nilai peringkat.

Link Toxicity - Sejauh mana suatu profil backlink mengandung tautan yang berbahaya atau spam.

Link Velocity - Laju suatu situs memperoleh atau kehilangan backlink dari waktu ke waktu.

Link Volume - Jumlah total backlink yang menunjuk ke suatu situs atau halaman.

Linkable Asset - Konten bernilai tinggi yang dibuat khusus untuk menarik backlink.

Linked Unstructured Citations - Penyebutan suatu bisnis dalam konten yang menyertakan tautan tetapi bukan daftar direktori terstruktur.

Listicle Placement - Menyertakan merek Anda dalam artikel berformat daftar di situs lain.

Listing Management - Memelihara daftar bisnis yang akurat dan konsisten di beberapa platform.

LLM Visibility - Seberapa sering dan seberapa menonjol suatu merek muncul dalam jawaban model bahasa besar.

LLMO (Large Language Model Optimization) - Mengoptimalkan konten dan entitas agar model bahasa besar menampilkan dan mengutip suatu merek dalam jawabannya.

Local Ads - Iklan berbayar yang menargetkan audiens lokal, seperti Local Services Ads dari Google.

Local Business Schema - Data terstruktur yang menjelaskan suatu bisnis lokal, seperti nama, alamat, dan jam buka, untuk mesin pencari.

Local Citation - Setiap penyebutan online tentang nama, alamat, dan nomor telepon suatu bisnis lokal. Juga dikenal sebagai Local Citations, Citation (Local SEO).

Local Citations Consistency - Menjaga nama, alamat, dan nomor telepon suatu bisnis tetap identik di seluruh daftar.

Local Filtering - Ketika Google menyaring bisnis lokal serupa yang berbagi lokasi atau nomor telepon untuk mendiversifikasi hasil.

Local Finder - Daftar hasil lokal yang diperluas yang muncul setelah pengguna mengklik untuk melanjutkan dari Local Pack.

Local Keyword Research - Menemukan istilah pencarian dengan maksud lokal untuk area suatu bisnis.

Local Listings - Profil suatu bisnis di direktori, peta, dan platform ulasan.

Local Pack - Fitur SERP yang menampilkan peta dan daftar singkat bisnis lokal untuk suatu pencarian lokal.

Local Query - Pencarian dengan maksud lokal, biasanya mencari bisnis, produk, atau layanan terdekat.

Local Ranking Factors - Sinyal - terutama relevansi, jarak, dan keterkenalan - yang menentukan peringkat lokal.

Local Search - Pencarian bisnis, produk, atau layanan di dekat lokasi tertentu.

Local Search Grid - Tampilan suatu alat yang menunjukkan cara suatu bisnis berperingkat pada kisi geografis berupa titik-titik.

Local Search Marketing - Praktik meningkatkan visibilitas suatu bisnis lokal dalam pencarian lokal.

Local Search Marketing Services - Layanan agensi yang meningkatkan kehadiran suatu bisnis dalam hasil pencarian lokal.

Local SEO - Mengoptimalkan suatu situs dan daftar untuk berperingkat dalam pencarian berbasis lokasi dan hasil peta.

Local Teaser - Unit SERP lokal yang ringkas yang menampilkan cuplikan bisnis terdekat untuk pencarian berbasis lokasi.

Log File Analysis - Memeriksa log server untuk melihat cara bot mesin pencari dan pengguna benar-benar tiba di suatu situs.

Long-Tail Keyword - Pencarian yang lebih panjang dan lebih spesifik dengan volume lebih rendah tetapi maksud yang lebih jelas.

Lost Link - Backlink yang sebelumnya ada tetapi tidak lagi hadir.

LSI Keywords (Latent Semantic Indexing Keywords) - Salah kaprah yang umum untuk istilah yang terkait secara semantik; latent semantic indexing yang sebenarnya bukanlah cara Google memberi peringkat.

M

<meta name="viewport"> - Meta tag yang mengontrol cara suatu halaman diskalakan dan ditata di perangkat seluler.

Main Thread Blocking - Ketika tugas JavaScript yang panjang menguasai utas utama peramban dan merusak responsivitas.

Manual Action - Penurunan atau penghapusan yang diterapkan peninjau manusia atas pelanggaran pedoman Google. Juga dikenal sebagai Manual Penalty.

Map Rank Tracker - Alat yang melacak peringkat lokal suatu bisnis di berbagai lokasi pada peta.

Map Spam - Memanipulasi hasil peta lokal dengan daftar bisnis palsu atau yang sarat kata kunci.

Market Consolidation - Sejauh mana segelintir domain menguasai sebagian besar lalu lintas pencarian suatu pasar.

Market-Level Indexing - Mengatur data indeks atau visibilitas pada tingkat seluruh pasar atau negara.

Match Score - Metrik suatu alat yang memperkirakan seberapa erat suatu hasil cocok dengan kueri atau sekumpulan kata kunci.

Merchant Listings - Hasil yang diperkaya yang menampilkan detail produk, seperti harga dan ketersediaan, dari data terstruktur.

Meta Description - Ringkasan HTML suatu halaman yang sering muncul di bawah judulnya dalam hasil pencarian.

Meta Keywords - Meta tag usang untuk mencantumkan kata kunci yang diabaikan Google dalam peringkat.

Meta Refresh - Kode yang mengalihkan peramban ke URL lain setelah penundaan yang ditentukan. Juga dikenal sebagai Meta Redirect.

Meta Robots Tag - Tag HTML yang menginstruksikan mesin pencari cara merayapi dan mengindeks suatu halaman.

Meta Tags - Cuplikan di tajuk HTML yang memberi mesin pencari informasi tentang suatu halaman.

Metric - Indikator yang dapat dikuantifikasi yang digunakan untuk melacak dan mengevaluasi kinerja.

Microdata - Metode HTML bawaan untuk menambahkan data terstruktur melalui atribut elemen.

Minification - Menghapus karakter yang tidak perlu dari kode untuk mengurangi ukuran berkas dan mempercepat pemuatan.

Mobile Optimization - Menyesuaikan suatu situs agar berfungsi dan tampil baik di perangkat seluler.

Mobile Usability - Seberapa mudah pengunjung dapat menggunakan dan berinteraksi dengan suatu halaman di perangkat seluler.

Mobile-First Indexing - Praktik Google menggunakan versi seluler suatu situs untuk pengindeksan dan peringkat.

Mobile-Friendly Website - Situs yang tampil dan berfungsi baik di perangkat seluler.

Model Confidence - Seberapa yakin suatu model AI tentang suatu prediksi atau jawaban yang dihasilkan.

Money Page - Halaman yang langsung menghasilkan pendapatan, seperti halaman produk atau penjualan.

Morningscore - Alat SEO yang menjadikan pelacakan peringkat, tautan, dan tugas optimasi sebagai permainan.

MozBar - Ekstensi peramban gratis Moz yang menampilkan metrik SEO, seperti domain dan page authority.

Multi-Domain Strategy - Menggunakan beberapa domain, misalnya per wilayah atau merek, sebagai bagian dari pendekatan SEO.

MUM (Multitask Unified Model) - Model AI Google yang memahami dan menghasilkan bahasa dalam berbagai format dan bahasa.

N

NAP (Name, Address, Phone Number) - Informasi kontak dasar suatu bisnis, digunakan secara konsisten dalam penyebutan SEO lokal.

NAP Consistency - Menjaga nama, alamat, dan nomor telepon suatu bisnis tetap identik di setiap daftar.

Natural Language Understanding (NLU) - Cabang NLP yang berfokus pada menangkap makna, maksud, dan nuansa di balik bahasa.

Natural Link - Tautan yang diberikan secara editorial atas dasar kepantasan, tanpa diminta atau dibayar.

Navigation - Sistem menu dan tautan yang membantu pengguna bergerak di dalam suatu situs. Juga dikenal sebagai Website Navigation.

Navigational Query - Pencarian di mana pengguna berusaha mencapai suatu situs atau halaman tertentu.

Negative Keywords - Istilah yang Anda kecualikan dalam kampanye berbayar untuk menghindari penayangan iklan untuk pencarian yang tidak relevan.

Negative SEO - Taktik berbahaya yang bertujuan merusak peringkat pencarian seorang pesaing.

News Box - Fitur SERP yang menonjolkan artikel berita terbaru dan relevan, sering diberi label Top Stories.

Niche - Segmen yang spesifik dan terfokus dari suatu pasar atau topik yang lebih luas.

NLP (Natural Language Processing) - Bidang yang memungkinkan komputer memproses, menganalisis, dan memahami bahasa manusia.

Nofollow Link - Tautan yang meminta mesin pencari untuk tidak meneruskan sinyal peringkat ke tujuannya. Juga dikenal sebagai rel="nofollow".

Noindex - Arahan yang memberi tahu mesin pencari untuk tidak menyertakan suatu halaman dalam indeksnya.

Noopener and Noreferrer - Atribut rel yang ditambahkan ke tautan yang terbuka di tab baru, demi alasan keamanan dan privasi. Juga dikenal sebagai rel="noopener", rel="noreferrer".

Number of Results - Jumlah halaman yang dilaporkan mesin pencari sebagai cocok dengan suatu kueri tertentu.

O

Off-Page SEO - Aktivitas di luar situs Anda, terutama pembangunan tautan, yang membangun otoritas dan kepercayaan.

On-Page SEO - Mengoptimalkan konten dan HTML suatu halaman agar berperingkat lebih tinggi dalam pencarian.

Online Directories - Situs yang mencantumkan bisnis dan sering berfungsi sebagai sumber penyebutan lokal.

Online Review Management - Memantau, menanggapi, dan mendorong ulasan pelanggan di berbagai platform. Juga dikenal sebagai Review Management.

Online Reviews - Penilaian dan umpan balik pelanggan tentang suatu bisnis, diterbitkan secara online. Juga dikenal sebagai Reviews.

Online Visibility - Seberapa mudah suatu merek dapat ditemukan di mesin pencari dan web secara umum.

Open Graph - Meta tag yang mengontrol cara suatu URL tampil ketika dibagikan di platform sosial. Juga dikenal sebagai Open Graph Meta Tags.

Opt-In - Persetujuan eksplisit pengguna untuk menerima komunikasi atau dilacak.

Opt-Out - Pilihan pengguna untuk menolak komunikasi atau pelacakan yang seharusnya mereka terima.

Organic Search Results - Hasil yang tidak berbayar yang diperingkat berdasarkan relevansi, bukan iklan.

Organic Traffic - Pengunjung yang tiba di suatu situs dari hasil pencarian yang tidak berbayar.

Origin Server - Server yang menampung konten asli suatu situs, ditempatkan di balik CDN bila ada.

ORM (Online Reputation Management) - Mengelola dan meningkatkan cara suatu merek dipersepsikan dalam hasil pencarian dan web. Juga dikenal sebagai Reputation Management.

Orphan Page - Halaman yang tidak ditunjuk oleh tautan internal mana pun dari bagian situs lainnya.

Out of Stock Handling - Cara suatu situs e-commerce menangani halaman produk yang untuk sementara tidak tersedia.

Outreach - Menjangkau orang atau situs untuk membangun hubungan dan memperoleh tautan atau penyebutan.

Over-Optimization - Menerapkan taktik SEO secara begitu agresif sehingga menjadi kontraproduktif dan merusak peringkat.

P

Page Authority (PA) - Skor Moz dari 0 hingga 100 yang memprediksi seberapa kuat suatu halaman tunggal dapat berperingkat.

Page Experience - Sekumpulan sinyal Google yang mencerminkan cara pengguna mempersepsikan pengalaman suatu halaman, termasuk Core Web Vitals.

Page Speed - Seberapa cepat suatu halaman web dimuat dan menjadi dapat digunakan bagi pengunjung.

Page Title - Elemen title suatu halaman, ditampilkan sebagai judul yang dapat diklik dalam hasil pencarian.

Page View - Satu kali ketika suatu halaman dimuat dan ditampilkan. Juga dikenal sebagai Pageview.

PageRank (PR) - Algoritma dasar Google yang menilai pentingnya suatu halaman berdasarkan jumlah dan kualitas tautan yang menuju kepadanya.

Pages per Session - Jumlah rata-rata halaman yang dilihat seorang pengunjung dalam satu sesi.

Pagination - Membagi konten ke halaman-halaman bernomor dan menautkannya untuk navigasi.

Paid Link - Backlink yang diperoleh dengan biaya.

Paid Search Engine Result - Daftar iklan yang ditampilkan dalam hasil pencarian karena pengiklan membayar untuk penempatan.

Paid Traffic - Pengunjung yang tiba di suatu situs melalui iklan berbayar.

Panda - Pembaruan Google yang menyoroti konten tipis dan berkualitas rendah, kini bagian dari algoritma inti. Juga dikenal sebagai Google Panda, Panda Update.

Partial Match Anchor Text - Teks jangkar yang mengandung sebagian kata kunci sasaran bersama kata-kata lain.

Partial Match Penalty - Tindakan manual atau penurunan yang hanya memengaruhi halaman atau kata kunci tertentu, bukan seluruh situs.

Passage Indexing - Kemampuan Google untuk memberi peringkat pada satu bagian yang relevan dari suatu halaman, bukan hanya halaman secara keseluruhan.

Passage Retrieval - Mengambil bagian yang paling relevan dari dokumen untuk menjawab suatu kueri.

Passage Weighting - Memberikan tingkat kepentingan yang berbeda pada masing-masing bagian saat memberi peringkat suatu halaman.

PBN (Private Blog Network) - Jaringan situs yang dibangun semata-mata untuk mengarahkan tautan ke situs sasaran - pelanggaran pedoman.

Penguin - Pembaruan Google yang menyoroti tautan manipulatif dan spam, kini bagian dari algoritma inti. Juga dikenal sebagai Google Penguin.

People Also Ask (PAA) - Fitur SERP yang menampilkan pertanyaan yang dapat diperluas yang terkait dengan pencarian pengguna.

People Also Ask Boxes - Masing-masing kotak tanya jawab yang dapat diperluas di dalam fitur People Also Ask.

Persona - Profil fiktif yang mewakili suatu segmen dari audiens sasaran Anda.

Personalization - Menyesuaikan konten atau hasil pencarian dengan konteks dan riwayat pengguna individual.

Pillar Page - Halaman yang luas dan komprehensif yang menjangkar suatu kluster topik dan menautkan ke subhalaman terkait.

Pitch - Pesan yang Anda gunakan untuk menawarkan konten, tautan, atau ide kepada mitra potensial.

Pogo-Sticking - Ketika pengguna mengklik suatu hasil lalu cepat kembali ke SERP untuk memilih yang lain.

Poison Words - Kata-kata yang dahulu diduga memicu filter spam atau menghambat peringkat suatu halaman.

Position - Tempat spesifik yang ditempati suatu hasil di halaman hasil pencarian.

PPA (Pay Per Action) - Model iklan di mana Anda hanya membayar ketika suatu tindakan tertentu terjadi, seperti pendaftaran.

PPC (Pay Per Click) - Model iklan di mana Anda membayar setiap kali seseorang mengklik iklan Anda.

Precision - Dalam pengambilan informasi, bagian dari hasil yang dikembalikan yang benar-benar relevan.

Price Competitiveness - Bagaimana harga suatu produk dibandingkan dengan pesaing - relevan dalam hasil belanja dan produk.

Primary Category - Kategori utama yang ditetapkan untuk profil bisnis atau produk, yang membentuk relevansi.

Primary Keyword - Satu kata kunci utama yang menjadi dasar pembangunan dan optimasi suatu halaman untuk berperingkat.

Product Grid SEO - Mengoptimalkan halaman kisi produk dan kategori e-commerce untuk visibilitas dalam pencarian organik.

Product Schema - Data terstruktur yang menjelaskan suatu produk, seperti harga, ketersediaan, dan penilaiannya.

Programmatic SEO - Menghasilkan banyak halaman dalam skala besar dari data dan templat untuk menargetkan kumpulan besar pencarian serupa.

Programming Language - Bahasa formal yang digunakan untuk menulis instruksi yang dijalankan perangkat lunak.

Progressive Web Apps (PWA) - Aplikasi web yang berperilaku seperti aplikasi native, dengan fitur seperti penggunaan luring dan kemampuan dipasang.

Prominence - Dalam SEO lokal, seberapa dikenal dan mapan suatu bisnis, faktor peringkat lokal.

Prompt Bank - Koleksi tersimpan dari prompt yang dapat digunakan kembali untuk alat AI.

Prospecting - Mengidentifikasi target potensial untuk tautan, kemitraan, atau pelanggan untuk dihubungi.

Protocol - Seperangkat aturan yang mengatur cara data dipertukarkan, seperti HTTP atau HTTPS.

Public Relations - Mengelola cara suatu organisasi dipersepsikan oleh publik dan media.

Pull Channel - Saluran pemasaran di mana pelanggan datang kepada Anda, seperti pencarian organik.

Pull Marketing - Menarik pelanggan dengan membuat diri Anda dapat ditemukan ketika mereka secara aktif mencari solusi.

Purchase Conversion - Konversi di mana pengunjung menyelesaikan suatu pembelian.

Purchased Link - Tautan yang dibeli untuk memengaruhi peringkat, yang melanggar pedoman jika tidak diungkapkan dan nofollow.

Push Channel - Saluran yang Anda gunakan untuk mengirim pesan ke audiens, seperti iklan display atau email.

Push Marketing - Secara proaktif menyampaikan pesan ke audiens yang tidak secara aktif mencarinya.

Q

Qualified Lead - Calon pelanggan yang memenuhi kriteria yang menunjukkan potensi penjualan yang nyata.

Qualified Traffic - Pengunjung yang cocok dengan audiens sasaran Anda dan lebih mungkin berkonversi.

Quality Content - Konten yang berguna, akurat, dan benar-benar memenuhi maksud pengguna.

Quality Score - Penilaian Google Ads atas kualitas kata kunci, iklan, dan halaman arahan, yang memengaruhi biaya dan posisi iklan.

Query Deserves Diversity (QDD) - Konsep yang lebih mengutamakan campuran hasil yang beragam untuk kueri ambigu dengan beberapa makna.

Query Deserves Freshness (QDF) - Konsep Google yang lebih mengutamakan konten yang lebih segar untuk kueri yang menunjukkan lonjakan minat.

QUIC - Protokol transport modern, yang digunakan HTTP/3, yang mengurangi latensi dengan berjalan di atas UDP.

R

Rank Distribution - Cara kata kunci suatu situs tersebar di rentang posisi peringkat.

Rank Tracking - Memantau cara posisi kata kunci suatu situs berubah dari waktu ke waktu.

RankBrain - Sistem pembelajaran mesin Google yang membantu menafsirkan kueri yang baru dan ambigu. Juga dikenal sebagai Google RankBrain.

Ranking - Posisi yang ditempati suatu halaman dalam hasil pencarian untuk suatu kueri.

Ranking Factor - Sinyal yang digunakan mesin pencari untuk menentukan urutan hasilnya.

Readability Score - Metrik yang memperkirakan seberapa mudah suatu teks dibaca.

Reciprocal Link - Kesepakatan di mana dua situs saling menautkan.

Reconsideration Request - Permintaan yang meminta Google menilai ulang suatu situs setelah tindakan manual diatasi.

Redirect - Cara untuk secara otomatis mengirim pengguna dan bot dari satu URL ke URL lain.

Redirect Chain - Urutan beberapa pengalihan yang dilalui suatu permintaan sebelum URL akhir.

Redirected Link - Tautan yang melewati satu atau lebih pengalihan sebelum mencapai URL akhir.

Referral Traffic - Pengunjung yang tiba di situs Anda melalui tautan di situs lain.

Referring Domain - Domain unik yang menautkan ke situs Anda setidaknya satu kali.

Regex (Regular Expressions) - Pola teks yang digunakan untuk mencocokkan string, berguna dalam filter, audit, dan Search Console.

Regional Keywords - Kata kunci yang terkait dengan suatu wilayah atau lokasi tertentu.

Reinclusion - Mengembalikan suatu situs atau halamannya ke indeks setelah penghapusan atau penalti.

Related Searches - Saran pencarian, terkait dengan kueri Anda, yang ditampilkan di bagian bawah halaman hasil.

Relative URL - URL yang ditulis relatif terhadap halaman saat ini, menghilangkan protokol dan domain.

Relevance - Seberapa baik suatu halaman atau bisnis cocok dengan kueri pencari - faktor peringkat utama.

Render-Blocking Scripts - Skrip yang harus dimuat dan dijalankan sebelum peramban dapat merender konten yang terlihat.

Rendering - Proses mengubah kode suatu halaman menjadi tampilan visual yang dilihat pengguna.

Rendering Delay - Penundaan antara suatu permintaan dan saat konten halaman sepenuhnya dirender.

Resource Hints - Petunjuk HTML seperti preload, preconnect, dan dns-prefetch yang mempercepat pemuatan sumber daya.

Resource Pages - Halaman terkurasi yang mengumpulkan dan menautkan ke sumber daya yang berguna tentang suatu topik.

Responsive Design - Pendekatan desain di mana tata letak suatu halaman menyesuaikan secara mulus dengan ukuran layar apa pun.

Retrieval-Augmented Generation (RAG) - Pendekatan AI yang mengambil dokumen yang relevan dan menggunakannya untuk mengaitkan suatu jawaban yang dihasilkan.

Review Sentiment - Nada keseluruhan yang positif atau negatif yang diungkapkan dalam ulasan suatu bisnis.

Review Velocity - Laju suatu bisnis mengumpulkan ulasan baru dari waktu ke waktu.

Rich Snippet - Hasil pencarian yang diperkaya dengan informasi tambahan yang diambil dari data terstruktur suatu halaman.

Robots Meta Directives (nosnippet, max-snippet, max-image-preview, noarchive) - Arahan robots yang mengontrol cara suatu halaman dapat tampil dalam hasil, termasuk panjang cuplikan, pratinjau gambar, dan penyimpanan cache.

Robots.txt - Berkas yang memberi tahu bot bagian mana dari suatu situs yang boleh atau tidak boleh diakses.

ROI (Return on Investment) - Ukuran keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan biaya suatu investasi.

Root Domain - Domain tingkat atas yang terdaftar, tanpa awalan subdomain apa pun.

S

SaaS (Software as a Service) - Perangkat lunak yang disajikan online berbasis langganan alih-alih dipasang secara lokal.

SAM (Serviceable Available Market) - Bagian dari pasar total yang secara realistis dapat dilayani suatu perusahaan.

sameAs - Properti schema yang menghubungkan suatu entitas ke profil dan URL resminya.

Schema Markup - Kosakata data terstruktur yang ditambahkan ke halaman untuk mengaktifkan hasil yang diperkaya.

Schema.org - Kosakata kolaboratif yang menstandarkan data terstruktur di seluruh mesin pencari.

Scraped Content - Konten yang disalin dari situs lain tanpa izin atau nilai tambah.

Scraping (Web Scraping) - Mengekstraksi data atau konten dari situs web secara otomatis menggunakan perangkat lunak.

Screaming Frog - Perayap desktop yang banyak digunakan untuk audit SEO teknis.

Scroll Depth - Seberapa jauh ke bawah suatu halaman pengunjung menggulir sebelum keluar.

Scrum Board - Papan visual yang melacak tugas dan kemajuan dalam alur kerja Scrum.

Search Demand Curve - Distribusi permintaan pencarian, dari istilah bervolume tinggi di puncak hingga ekor panjang.

Search Engine - Perangkat lunak yang menemukan, mengindeks, dan memberi peringkat halaman web sebagai tanggapan atas kueri pengguna.

Search Engine Advertising - Membayar untuk menampilkan iklan dalam hasil suatu mesin pencari.

Search Engine Poisoning - Memanipulasi hasil agar halaman yang berbahaya atau menyesatkan muncul dalam pencarian.

Search Engine Rank - Posisi yang ditempati suatu halaman dalam hasil suatu mesin pencari.

Search Engine Results Page (SERP) - Halaman hasil yang dikembalikan mesin pencari untuk suatu kueri tertentu.

Search Generative Experience Visibility - Seberapa sering dan seberapa menonjol suatu merek muncul dalam jawaban pencarian yang dihasilkan AI.

Search Intent - Tujuan dasar yang dimiliki pengguna ketika mengetik suatu kueri.

Search Quality Rater Guidelines - Panduan publik Google yang membantu penilai manusia menilai kualitas hasil dan E-E-A-T.

Search Query - Kata-kata yang diketik pengguna ke mesin pencari untuk menemukan sesuatu. Juga dikenal sebagai Query, Search Term.

Search Result Snippet - Judul, URL, dan deskripsi yang ditampilkan untuk satu hasil di SERP.

Search Results - Daftar yang dikembalikan mesin pencari sebagai tanggapan atas suatu kueri. Juga dikenal sebagai Results.

Search Traffic - Pengunjung yang tiba di suatu situs melalui mesin pencari.

Search Visibility - Metrik yang memperkirakan seberapa terlihat suatu situs berdasarkan kata kunci yang menjadi peringkatnya.

Search Volume - Berapa kali suatu kata kunci dicari dalam periode tertentu. Juga dikenal sebagai Volume.

Seasonal Trends - Lonjakan dan penurunan permintaan pencarian yang dapat diprediksi sepanjang tahun.

Secondary Keywords - Kata kunci pendukung yang ditargetkan suatu halaman bersama kata kunci utamanya.

Seed Keywords - Istilah inti pertama yang digunakan untuk memulai riset kata kunci.

SEM (Search Engine Marketing) - Pemasaran yang meningkatkan visibilitas di mesin pencari, sering melalui iklan berbayar.

Semantic Completeness - Seberapa lengkap suatu halaman mencakup konsep dan subtopik yang terkait dengan temanya.

Semantic Core - Seluruh himpunan kata kunci yang mendefinisikan cakupan tematik suatu situs.

Semantic Search - Pencarian yang menafsirkan makna dan maksud di balik suatu kueri, bukan hanya kata kunci.

Semantic Similarity - Seberapa dekat dua potongan teks atau dua istilah berdasarkan makna.

Semrush - Rangkaian perangkat lunak serba ada yang populer untuk SEO dan pemasaran digital.

Semrush Rank - Peringkat Semrush atas domain berdasarkan perkiraan lalu lintas pencarian organiknya.

Sentiment - Nada emosional, positif atau negatif, yang diungkapkan tentang suatu merek atau topik.

Sentiment Analysis - Menggunakan pemrosesan bahasa alami untuk menentukan emosi yang diungkapkan dalam suatu teks.

SEO (Search Engine Optimization) - Praktik meningkatkan suatu situs agar berperingkat lebih tinggi dalam hasil pencarian organik.

SEO Audit - Pemeriksaan menyeluruh atas kondisi SEO, masalah, dan peluang suatu situs.

SEO Benchmarking - Mengukur kinerja SEO terhadap pesaing atau terhadap hasil masa lalu.

SEO Briefing - Dokumen yang memandu penulis dalam mengoptimalkan suatu konten.

SEO Checklist - Daftar tugas yang digunakan untuk memastikan suatu halaman atau situs dioptimalkan dengan benar.

SEO Consultant - Pakar yang menasihati bisnis tentang cara meningkatkan kinerja pencarian mereka.

SEO Emojis - Menggunakan emoji dalam judul atau meta tag untuk menarik perhatian, meskipun Google sering menghapusnya dari cuplikan.

SEO Podcast - Program audio yang didedikasikan untuk topik optimasi mesin pencari.

SEO Service - Layanan profesional yang diberikan untuk meningkatkan hasil SEO seorang klien.

SEO Silo - Mengelompokkan konten terkait ke dalam bagian yang erat secara tematis untuk membangun relevansi tematik.

SEO Tips - Rekomendasi praktis untuk meningkatkan kinerja pencarian suatu situs.

SEO URL - URL yang bersih, deskriptif, dan ramah kata kunci, dirancang untuk mendukung pencarian dan pengguna.

SEO vs. SEM - Perbandingan antara optimasi organik (SEO) dan pemasaran pencarian berbayar (SEM).

SEOnaut - Julukan jenaka untuk seorang spesialis SEO.

SERP Feature - Setiap hasil nonstandar di SERP, seperti cuplikan, paket gambar, atau paket lokal.

SERP Real Estate - Banyaknya ruang visual yang ditempati daftar Anda di halaman hasil.

SERP Shaker - Istilah untuk perubahan yang signifikan dan luas dalam peringkat mesin pencari.

SERP Source - Situs asal dari suatu hasil pencarian tertentu.

SERP Volatility - Tingkat fluktuasi peringkat dalam hasil pencarian dari waktu ke waktu.

Server-Side Rendering (SSR) - Menghasilkan HTML suatu halaman di server sebelum mengirimkannya ke peramban.

Service Area Business (SAB) - Bisnis yang melayani pelanggan di lokasi mereka alih-alih dari sebuah toko.

SGE (Search Generative Experience) - Eksperimen Google yang menampilkan jawaban buatan AI di atas hasil dan berkembang menjadi AI Overviews.

Shopify - Platform e-commerce yang dihosting dan banyak digunakan untuk membangun toko online.

Shopping Grid - Kisi daftar produk yang ditampilkan dalam hasil pencarian belanja.

Short-Tail Keywords - Kata kunci yang pendek, luas, dan bervolume tinggi dengan maksud yang ambigu.

Site Architecture - Cara halaman-halaman suatu situs distrukturkan, diatur, dan ditautkan.

Site Audit - Pemindaian otomatis yang mengidentifikasi masalah SEO teknis dan on-page.

Site Speed - Seberapa cepat halaman-halaman suatu situs dimuat secara umum bagi pengunjungnya.

Sitelinks - Tautan tambahan ke subhalaman yang ditampilkan di bawah hasil utama untuk membantu navigasi. Juga dikenal sebagai Google Sitelinks.

Sitemap - Berkas yang mencantumkan URL suatu situs untuk membantu mesin pencari menemukan dan merayapinya.

Sitemap Index - Berkas yang menunjuk ke beberapa peta situs, digunakan untuk situs yang sangat besar.

Sitewide Backlink - Backlink yang muncul di setiap halaman situs penaut.

Sitewide Link - Tautan yang diulang di semua halaman suatu situs, sering ditempatkan di tajuk atau footer.

Skyscraper Technique - Menemukan konten populer, membuat sesuatu yang lebih baik, dan memperoleh tautan yang ditariknya.

SMM (Social Media Marketing) - Memasarkan suatu merek dan kontennya melalui platform media sosial.

SMO (Social Media Optimization) - Mengoptimalkan konten dan profil untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan di platform sosial.

Social Signals - Keterlibatan di media sosial, seperti suka dan bagikan, yang kadang dikaitkan dengan visibilitas.

Social Syndication - Menerbitkan ulang konten di saluran sosial untuk memperluas jangkauannya.

Social Traffic - Pengunjung yang tiba di suatu situs dari platform media sosial.

Soft 404 - Halaman yang mengembalikan kode status berhasil tetapi menampilkan pesan tidak ditemukan kepada pengguna.

Source Attribution - Mengidentifikasi dan mengaitkan sumber asli dari suatu konten, data, atau kunjungan.

SOV (Share of Voice) - Bagian merek Anda dari visibilitas pencarian keseluruhan untuk sekumpulan kata kunci dibandingkan pesaing.

Spam - Konten yang tidak relevan, manipulatif, atau berkualitas rendah yang dibuat untuk mengelabui mesin pencari.

Spam Classifier - Sistem yang secara otomatis mendeteksi dan menandai konten atau tautan spam.

Spam Score - Metrik Moz yang memperkirakan kemungkinan suatu situs merupakan spam atau terkena penalti.

Spam Signals - Karakteristik suatu halaman atau situs yang menunjukkan ia mungkin spam.

Spamdexing - Memanipulasi indeks dan peringkat mesin pencari dengan metode spam. Juga dikenal sebagai Webspam, Search Engine Spam.

Spammy Tactics - Metode SEO manipulatif yang melanggar pedoman mesin pencari.

Splash Page - Halaman pengantar yang ditampilkan sebelum situs utama, sering bersifat promosi.

Sponsored Link - Tautan yang ditandai sebagai berbayar atau bersponsor dengan atribut rel, sebagaimana disyaratkan pedoman. Juga dikenal sebagai rel="sponsored".

Sponsored Link Disclosure - Menandai tautan dan konten berbayar dengan jelas sebagai bersponsor, sebagaimana disyaratkan pedoman.

Srcset - Atribut HTML gambar yang menawarkan beberapa sumber gambar untuk pemuatan responsif.

SSL Certificate - Sertifikat digital yang mengaktifkan koneksi HTTPS terenkripsi, kini secara teknis melalui TLS.

Static URL - URL yang tetap konstan dan tidak memiliki parameter kueri dinamis.

Status Code - Kode HTTP yang dikembalikan server untuk menunjukkan hasil suatu permintaan.

Stop Words - Kata-kata umum, seperti the, and, atau of, yang sering diabaikan mesin pencari.

Structured Data - Markah terstandar yang menjelaskan konten suatu halaman agar dipahami mesin pencari.

Subdirectory - Folder yang bersarang dalam struktur URL suatu situs, setara dengan subfolder.

Subdomain - Awalan suatu domain yang membentuk bagian terpisah, seperti blog.example.com.

Subfolder - Direktori dalam jalur suatu URL, seperti example.com/blog.

Submission - Mengirimkan suatu situs atau URL ke mesin pencari atau direktori.

SXO (Search Experience Optimization) - Menggabungkan SEO dengan pengalaman pengguna agar suatu halaman memuaskan pengguna, bukan hanya peringkat.

T

TAM (Total Addressable Market) - Peluang pendapatan total yang tersedia untuk suatu produk atau layanan.

Taxonomy - Sistem kategori dan tag yang digunakan untuk mengatur konten suatu situs.

Taxonomy SEO - Mengoptimalkan halaman kategori, tag, dan halaman taksonomi lainnya untuk pencarian.

Technical SEO - Mengoptimalkan perayapan, pengindeksan, dan infrastruktur dasar suatu situs.

The Fold - Garis pada suatu halaman yang di bawahnya konten memerlukan pengguliran untuk dilihat.

Thin Content - Halaman yang menawarkan sedikit atau tanpa nilai tambah bagi pengguna.

Three-Way Link Exchange - Kesepakatan di mana situs A menautkan ke B, B ke C, dan C kembali ke A, untuk menyembunyikan timbal balik.

Thumbnails - Gambar pratinjau kecil, seperti yang ditampilkan untuk video dalam hasil pencarian.

Tiered Link Building - Membangun tautan ke backlink Anda yang sudah ada, secara berlapis, untuk memperkuat kekuatannya.

Time on Page - Waktu rata-rata yang dihabiskan pengunjung di suatu halaman tunggal.

Time to First Byte (TTFB) - Waktu dari suatu permintaan hingga byte pertama dari respons server diterima.

Title Tag Optimization - Membentuk elemen title suatu halaman untuk meningkatkan relevansi dan rasio klik.

TLD (Top-Level Domain) - Akhiran suatu domain setelah titik terakhir, seperti .com, .org, atau .id.

TLS (Transport Layer Security) - Protokol yang mengenkripsi data antara klien dan server, penerus SSL.

Top Stories - Fitur berita di SERP yang menonjolkan artikel yang tepat waktu dan relevan untuk suatu kueri.

Topic Cluster - Sekelompok halaman terkait yang diatur di sekitar suatu halaman pilar pusat.

Topic Efficiency - Seberapa efisien suatu situs menangkap lalu lintas untuk suatu topik dibandingkan konten yang diinvestasikan.

Topical Authority - Keahlian dan kedalaman yang dipersepsikan dari suatu situs atas seluruh bidang topik.

Topical Coverage - Seberapa lengkap suatu situs mencakup semua aspek dari suatu topik.

Topical Relevance - Seberapa erat suatu konten berkaitan dengan suatu topik tertentu.

Total Blocking Time (TBT) - Metrik laboratorium yang menjumlahkan waktu ketika utas utama terblokir, mencerminkan interaktivitas.

Toxic Backlinks - Tautan berbahaya atau spam yang dapat merusak peringkat suatu situs.

Tracking Code - Cuplikan kode yang ditempatkan di suatu situs untuk mengumpulkan data analitik atau konversi.

Traffic - Jumlah total pengunjung yang diterima suatu situs.

Traffic % - Bagian dari lalu lintas keseluruhan yang dikaitkan dengan suatu kata kunci, halaman, atau saluran.

Traffic Cost - Perkiraan biaya untuk memperoleh lalu lintas organik Anda melalui iklan berbayar.

Traffic Potential - Total lalu lintas organik yang secara realistis dapat dihasilkan suatu topik atau kata kunci.

Transactional Query - Pencarian yang menandakan maksud untuk membeli atau menyelesaikan suatu tindakan tertentu.

Trend - Arah umum ke mana sesuatu, seperti minat pencarian, bergerak.

Trust Dampening - Penurunan nilai peringkat yang diteruskan oleh tautan dari sumber dengan kepercayaan rendah.

Trust Flow - Metrik Majestic yang memperkirakan kualitas tautan suatu situs berdasarkan seberapa tepercaya sumbernya.

TrustRank - Algoritma yang membedakan halaman yang berguna dari spam, dimulai dari situs sumber tepercaya.

Twitter Cards - Meta tag yang mengontrol cara suatu URL tampil ketika dibagikan di Twitter, kini X.

U

UGC Link Attribute - Nilai rel yang menandai tautan yang muncul dalam konten buatan pengguna. Juga dikenal sebagai rel="ugc".

Unique Visit - Kunjungan yang dihitung hanya sekali untuk setiap pengunjung individual dalam periode tertentu.

Universal Analytics (UA) - Platform analitik Google sebelumnya, digantikan oleh GA4 pada 2023.

Universal Search - Mencampurkan berbagai jenis hasil, seperti gambar, berita, dan video, dalam satu SERP.

Unlinked Mention - Referensi ke merek Anda dalam konten yang tidak menyertakan tautan.

Unnatural Link - Tautan yang dibuat untuk memanipulasi peringkat alih-alih diperoleh secara editorial.

URL (Uniform Resource Locator) - Alamat web yang menunjuk ke suatu sumber daya tertentu di internet.

URL Folder - Segmen direktori dalam jalur suatu URL.

URL Parameter - Pasangan kunci-nilai yang ditambahkan ke suatu URL setelah tanda tanya untuk mengirim data.

URL Rating (UR) - Metrik Ahrefs dari 0 hingga 100 untuk kekuatan profil backlink suatu halaman.

URL Slug - Bagian URL yang dapat dibaca yang mengidentifikasi suatu halaman tertentu. Juga dikenal sebagai Slug.

URL Structure - Cara URL suatu situs diatur dan diformat di seluruh situs.

Usability - Seberapa mudah dan intuitif suatu situs dapat digunakan oleh pengunjung.

User Engagement - Seberapa aktif pengguna berinteraksi dengan suatu situs atau kontennya.

User Experience (UX) - Kualitas keseluruhan dari interaksi seseorang dengan suatu situs atau produk.

User Intent - Tujuan yang berusaha dicapai pengguna dengan suatu pencarian.

User Interface (UI) - Elemen visual dan kontrol yang melaluinya pengguna berinteraksi dengan suatu produk.

User-agent - String yang mengidentifikasi peramban atau bot yang mengirim permintaan ke server.

User-Friendly - Dirancang agar mudah, jelas, dan menyenangkan untuk digunakan orang.

UTM Code - Tag yang ditambahkan ke suatu URL untuk melacak kinerja kampanye dalam analitik.

UTM Parameters - Masing-masing tag kunci-nilai dalam URL kampanye yang ditandai UTM.

V

Variant Indexing - Cara mesin pencari menangani pengindeksan beberapa varian dari suatu produk atau halaman.

Vary Header - Header HTTP yang memberi tahu cache bagaimana suatu respons bervariasi berdasarkan header permintaan.

Vector Search - Pencarian yang mencocokkan konten berdasarkan kemiripan semantik menggunakan vector embedding.

Vertical Search - Pencarian yang dibatasi pada suatu kategori konten tertentu, seperti gambar atau lowongan kerja.

Vertical Search Engine - Mesin pencari yang berfokus pada satu topik atau jenis konten.

Video Carousel - Fitur SERP yang menampilkan deretan video dengan gulir horizontal.

Video Optimization - Mengoptimalkan konten video agar berkinerja baik dalam pencarian dan melibatkan penonton.

Viewport - Area terlihat dari suatu halaman web di layar perangkat.

Viral Content - Konten yang menyebar dengan cepat dan luas melalui berbagi.

Visibility - Seberapa terlihat suatu situs tampil dalam hasil pencarian.

Visibility Score - Metrik yang memperkirakan visibilitas pencarian keseluruhan suatu situs.

Visit (Session) - Satu sesi penjelajahan yang dimiliki seorang pengguna di suatu situs.

Voice Search - Mencari dengan mengucapkan suatu kueri dengan keras ke suatu perangkat atau asisten.

Voice Search SEO - Mengoptimalkan konten agar dapat ditonjolkan melalui pencarian suara.

Volatility - Tingkat fluktuasi peringkat mesin pencari dari waktu ke waktu.

W

Warm Cache - Cache yang sudah terisi data agar permintaan dapat dilayani dengan cepat.

Web Architecture - Desain struktural tentang cara sistem web, server, dan halaman terhubung.

Web Stories - Cerita visual yang dapat disentuh dan layar penuh yang dapat muncul di Penelusuran Google.

Webpage - Satu dokumen tunggal di web, dapat diakses melalui URL-nya sendiri.

Website - Kumpulan halaman web terkait yang diterbitkan di bawah satu domain.

Website Architecture - Cara halaman dan bagian suatu situs distrukturkan dan ditautkan.

Website Quality - Standar keseluruhan dari konten, pengalaman pengguna, dan keterpercayaan suatu situs.

Website Structure - Pengaturan dan hierarki halaman di dalam suatu situs.

White Hat SEO - Praktik SEO etis yang menghormati pedoman mesin pencari.

WordPress - Sistem manajemen konten yang paling banyak digunakan untuk membangun situs web.

WPO (Website Performance Optimization) - Meningkatkan kecepatan pemuatan dan kinerja keseluruhan suatu situs.

X

X-Robots-Tag - Header HTTP yang mengontrol pengindeksan dan perayapan untuk jenis berkas apa pun.

XML (Extensible Markup Language) - Bahasa markah yang fleksibel yang digunakan untuk menyimpan dan mengangkut data terstruktur.

XML Sitemap - Berkas yang dapat dibaca mesin yang mencantumkan URL suatu situs untuk mesin pencari. Juga dikenal sebagai Sitemap.xml.

Y

Yahoo - Portal web dan mesin pencari yang sudah lama ada, yang hasilnya disediakan oleh Bing.

Yandex - Mesin pencari terkemuka di Rusia.

YMYL (Your Money or Your Life) - Halaman yang dapat memengaruhi kesehatan, keuangan, atau keselamatan, yang dianggap Google tunduk pada standar kualitas yang lebih tinggi.

Yoast SEO - Plugin SEO populer untuk WordPress.

Z

Zero-Click Search - Pencarian yang dijawab langsung di halaman hasil, tanpa klik ke suatu situs.

Zombie Pages - Halaman bernilai rendah yang tidak menghasilkan lalu lintas dan dapat melemahkan kualitas situs secara keseluruhan.