

## **PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN MOTION GRAPHIC BAGI KONTRIBUTOR MICROSTOCK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ASET DIGITAL**

**Rozy Saputra<sup>1</sup>, Joni Saputra<sup>1</sup>, Dedi Satriawan Kusnayadi<sup>2</sup>, M. Afriansyah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komputer, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu, Indonesia

\*Corresponding Author: [mafriansyah7901@gmail.com](mailto:mafriansyah7901@gmail.com)

**Diterima pada 01 May 2026, Direvisi pertama pada 15 may 2026, Disetujui pada 25 May 2026,  
Diterbitkan daring pada 30 May 2026**

**Abstrak:** Perkembangan industri kreatif digital menyebabkan meningkatnya penggunaan platform microstock sebagai media pemasaran aset digital, termasuk motion graphic. Namun, meningkatnya persaingan pada platform microstock menyebabkan banyak aset digital sulit ditemukan oleh calon pembeli karena kurang optimalnya penerapan metadata seperti judul, kata kunci, deskripsi, dan kategori. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Search Engine Optimization (SEO) sebagai strategi pemasaran motion graphic bagi kontributor microstock untuk meningkatkan penjualan aset digital pada platform Adobe Stock. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen semu (quasi experiment) menggunakan desain One Group Pretest-Posttest. Data penelitian diperoleh melalui observasi dashboard Adobe Stock, dokumentasi performa aset, serta penerapan strategi SEO pada metadata aset motion graphic. Penerapan SEO dilakukan melalui optimasi judul, kata kunci, deskripsi, dan kategori aset dengan mempertimbangkan analisis keyword intent. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SEO mampu meningkatkan visibilitas aset motion graphic yang ditunjukkan melalui peningkatan jumlah unduhan dan pendapatan (earning) setelah dilakukan optimasi. Kata kunci: Search Engine Optimization, Motion Graphic, Microstock, Adobe Stock, Pemasaran Digital

**Kata kunci:** Search Engine Optimization, Motion Graphic, Microstock, Adobe Stock, Pemasaran Digital

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan perubahan besar terhadap industri kreatif digital. Saat ini berbagai aset digital seperti foto, video, ilustrasi, dan motion graphic dapat dipasarkan melalui berbagai platform microstock seperti Adobe Stock, Shutterstock, dan Pond5. Motion graphic merupakan media visual yang menggabungkan desain grafis dan animasi untuk menyampaikan informasi secara menarik dan dinamis. Penggunaan motion graphic dalam pemasaran digital mampu meningkatkan daya tarik visual serta keterlibatan pengguna karena mampu menyampaikan pesan secara interaktif[1]. Selain sebagai media komunikasi visual, perkembangan motion graphic juga mendukung pertumbuhan industri kreatif digital. Platform microstock memberikan peluang bagi kreator untuk menjual aset digital secara global serta memperoleh pendapatan dari karya yang digunakan pengguna[2].

Namun, meningkatnya jumlah kreator pada platform microstock menyebabkan persaingan semakin tinggi. Banyak aset digital dengan kualitas visual yang baik masih mengalami kesulitan mendapatkan pembeli karena rendahnya tingkat visibilitas pada sistem pencarian platform. Search Engine Optimization (SEO) merupakan strategi optimasi yang digunakan untuk meningkatkan keterlihatan suatu konten melalui penggunaan kata kunci dan struktur informasi yang sesuai. Penerapan SEO terbukti mampu meningkatkan efektivitas

pemasaran digital melalui peningkatan visibilitas konten[3].

Pada platform microstock, penerapan SEO dilakukan melalui optimasi metadata seperti judul, kata kunci, deskripsi, dan kategori aset. Optimasi metadata membantu sistem pencarian memahami isi aset sehingga meningkatkan peluang aset muncul pada pencarian yang relevan[4]. Selain pada website, penerapan SEO juga dapat dilakukan pada konten visual seperti video dan motion graphic melalui optimasi informasi pendukung agar sistem pencarian dapat memahami isi konten[5]. Pemilihan kata kunci menjadi faktor penting dalam strategi SEO karena kata kunci yang sesuai dapat meningkatkan relevansi antara aset dengan kebutuhan pencarian pengguna[6].

Penggunaan motion graphic dalam media sosial juga menunjukkan bahwa konten visual bergerak mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat penyampaian pesan pemasaran[7]. Selain itu, motion graphic juga berperan dalam membangun identitas visual dan branding suatu produk digital[8]. Strategi SEO dalam pemasaran digital juga berperan dalam meningkatkan jangkauan konten melalui optimasi kata kunci dan informasi digital yang sesuai dengan perilaku pengguna[9]. Transformasi digital dalam pemasaran menunjukkan bahwa penerapan konsep SEO dapat membantu meningkatkan kemampuan produk atau layanan dalam menjangkau target pasar[10].

Penerapan strategi SEO yang tepat dapat meningkatkan visibilitas online serta membantu konten memperoleh posisi pencarian yang lebih baik[11].

Pengembangan SEO pada pemasaran digital juga menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan peluang produk ditemukan oleh pengguna melalui mesin pencarian[12]. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan SEO sebagai strategi pemasaran motion graphic bagi kontributor microstock dalam meningkatkan penjualan aset digital.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen semu (quasi experiment) menggunakan desain One Group Pretest-Posttest.

Tahapan penelitian ini terdiri dari:

1. Pengumpulan data sebelum penerapan SEO (Pretest)
2. Penerapan strategi SEO (Treatment)
3. Pengukuran hasil setelah penerapan SEO (Posttest)



Gambar 1. Alur Penelitian

### 2.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aset motion graphic yang dipasarkan melalui platform Adobe Stock. Data penelitian diperoleh melalui observasi dashboard akun kontributor, dokumentasi metadata aset, serta

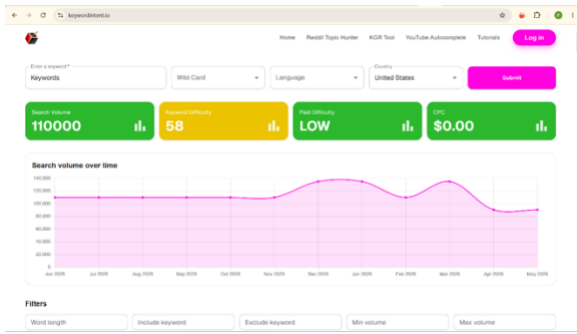
pengamatan performa aset sebelum dan sesudah penerapan SEO.

### 2.2 Penerapan SEO

Tahap penerapan SEO dilakukan melalui proses optimasi metadata pada aset motion graphic yang dipublikasikan pada platform Adobe Stock. Optimasi dilakukan terhadap beberapa elemen metadata, yaitu judul aset, kata kunci (keyword), deskripsi, dan kategori aset.

Sebelum melakukan optimasi metadata, penelitian ini menggunakan pendekatan keyword intent untuk memahami maksud dan tujuan pencarian pengguna terhadap suatu kata kunci. Analisis keyword intent digunakan untuk menentukan kata kunci yang memiliki relevansi dengan aset motion graphic serta sesuai dengan kebutuhan pencarian pengguna.

Dalam proses analisis keyword intent, penelitian menggunakan bantuan website Keyword Intent sebagai alat untuk mengidentifikasi tujuan pencarian berdasarkan kata kunci yang digunakan. Website tersebut membantu memberikan gambaran mengenai maksud pengguna ketika melakukan pencarian, sehingga kata kunci yang dipilih dapat disesuaikan dengan karakteristik aset dan potensi kebutuhan pasar.



Gambar 2. Website KeywordIntent

Berdasarkan hasil analisis keyword intent, kata kunci yang memiliki relevansi tinggi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan metadata aset. Keyword yang telah dipilih kemudian diterapkan pada judul dan bagian keyword Adobe Stock dengan mempertimbangkan tingkat relevansi dan urutan kepentingan (important-first rule).

Optimasi judul dilakukan dengan menyusun judul yang mampu menggambarkan isi visual aset secara jelas. Selanjutnya, optimasi keyword dilakukan dengan memasukkan kata kunci yang sesuai dengan tema, fungsi, dan karakteristik aset motion graphic.

Selain itu, deskripsi dan kategori aset juga disesuaikan agar sistem pencarian Adobe Stock dapat memahami konteks aset secara lebih baik. Melalui proses tersebut, metadata aset menjadi lebih relevan terhadap pencarian pengguna sehingga dapat meningkatkan peluang aset ditemukan dan memperoleh unduhan.

### 2.3 Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian meliputi:

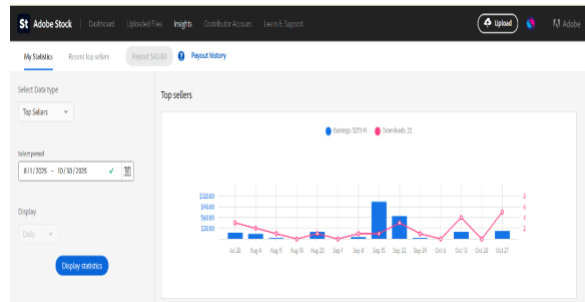
- Jumlah unduhan aset
- Pendapatan (earning)

- Metadata aset sebelum dan sesudah SEO

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Sebelum Penerapan SEO

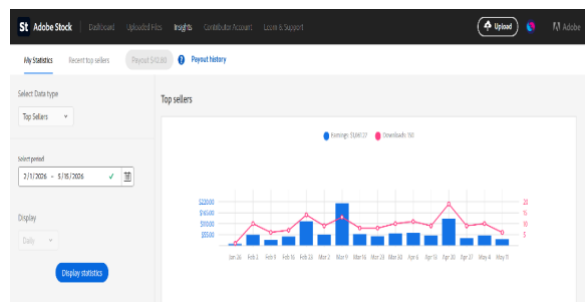
Sebelum penerapan SEO dilakukan, aset motion graphic memiliki tingkat visibilitas yang belum optimal. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh penggunaan metadata yang belum sesuai dengan kebutuhan pencarian pengguna.



Gambar 2. Dashboard Sebelum SEO

### 3.2 Hasil Setelah Penerapan SEO

Setelah dilakukan optimasi SEO pada metadata aset, terjadi perubahan terhadap performa pemasaran aset. Optimasi keyword dan metadata membantu meningkatkan relevansi aset terhadap pencarian pengguna sehingga meningkatkan peluang aset ditemukan.

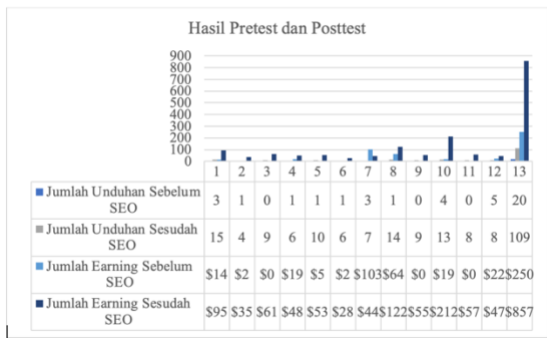


Gambar 2. Dashboard Sesudah SEO

### 3.3 Perbandingan Performa Sebelum dan Sesudah SEO

Perbandingan dilakukan dengan melihat perubahan jumlah unduhan dan pendapatan sebelum serta setelah penerapan SEO.

Parameter	Sebelum SEO	Sesudah SEO
Jumlah Download	20	109
Earning	\$250	\$857



Gambar 4. Grafik Perbandingan Sebelum dan Sesudah SEO

Berdasarkan hasil tersebut, penerapan SEO menunjukkan pengaruh positif terhadap peningkatan visibilitas dan performa pemasaran aset motion graphic.

Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh optimasi metadata yang membuat aset lebih relevan terhadap sistem pencarian pengguna. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa strategi SEO dapat meningkatkan visibilitas digital melalui optimasi kata kunci dan informasi konten[9], [11].

### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan Search Engine Optimization (SEO) pada aset motion graphic dilakukan melalui optimasi metadata berupa judul, kata kunci, deskripsi, dan kategori. Penggunaan analisis keyword intent membantu dalam menentukan kata kunci yang sesuai dengan kebutuhan pencarian pengguna. Penerapan SEO mampu meningkatkan visibilitas aset motion graphic pada platform Adobe Stock yang ditunjukkan melalui peningkatan jumlah unduhan dan pendapatan setelah dilakukan optimasi. SEO dapat menjadi strategi pemasaran digital yang efektif bagi kontributor microstock untuk meningkatkan peluang penjualan aset digital.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini, khususnya dosen pembimbing dan pihak Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu yang telah memberikan dukungan selama proses penelitian.

### DAFTAR PUSTAKA

[1] S. Das, "The Impact of Motion Graphics in Modern Branding and Marketing," *Int. J. Innov. Sci. Res. Technol.*, vol. 9, no. 2, pp. 992-994, 2024, [Online]. Available: [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)992

[2] M. Afriansyah and J. Saputra, "TIN : Terapan Informatika Nusantara Peran Industri Microstock Animasi dalam

- Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Era Digital TIN: Terapan Informatika Nusantara,” vol. 6, no. 2, pp. 58–65, 2025, doi: 10.47065/tin.v6i2.7811.
- [3] P. Usmany et al., “The Effectiveness Of Search Engine Optimization (SEO) In Marketing: A Meta-Anlysis Study,” J. Econ. Bussines Account., vol. 7, no. 5, pp. 807–811, 2024, doi: 10.31539/costing.v7i5.11446.
- [4] J. Saputra and M. Afriansyah, “TIN: Terapan Informatika Nusantara Penerapan Strategi SEO ( Search Engine Optimization ) dalam Meningkatkan Penjualan Produk Digital TIN: Terapan Informatika Nusantara,” vol. 6, no. 2, pp. 66–74, 2025, doi: 10.47065/tin.v6i2.7816.
- [5] M. Reiter, O. Cupka, and A. Miklosik, “Search Engine Optimization of Video Content,” Res. Gate, no. November, 2021, doi: 10.34190/EKM.21.190.4.
- [6] F. D. Sidqi, H. Marcos, and K. Kunci, “OPTIMASI WEBSITE MENGGUNAKAN METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION ( SEO ) ON PAGE DAN OFF PAGE DALAM MENINGKATKAN TRAFIK KUNJUNGAN ( STUDI KASUS: HUSTLE MEDIA GRUP ) Sistem Informasi Universitas Amikom Purwokerto Abstraksi Pendahuluan Tinjauan Pustaka Metod,” vol. 3, no. 1, 2021.
- [7] N. G. Rahmadieni and J. A. Wempi, “the Role of Motion Graphics in Social Media Advertising: a Qualitative Study on Audience Engagement and Visual Storytelling,” J. Spektrum Komun., no. 13, pp. 133–150, 2025, [Online]. Available: <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum%7CE:spektrum@stikosa-aws.ac.id>
- [8] M. Rinaldi, A. B. Pertiwi, B. Budiman, R. Farid, and M. F. Benyamin, “Designing Motion Graphics for Social Media Content in Yeobo Toppoki Branding,” Ekspresi Seni J. Ilmu Pengetah. dan Karya Seni, vol. 26, no. 1, p. 85, 2024, doi: 10.26887/ekspresi.v26i1.4009.
- [9] S. W. Agit, A. Erfina, S. Saepudin, and R. Rahayu Ayuningsih, “Pemanfaatan Social Media Marketing (Smm) Dan Search Engine Optimization (Seo) Pada Keler Bouquet,” J. Ris. Sist. Inf. dan Teknol. Inf., vol. 6, no. 2, pp. 424–431, 2024, doi: 10.52005/jursistekni.v6i2.258.
- [10] D. P. Rakhmadani and M. P. Arum, “Digital Marketing Transformation by Implementing SEO Concepts in MSMEs. Case Study: CV Asa Nusantara Resources Malang,” Manaj. Bisnis, vol. 12, no. 01, pp. 85–93, 2022, doi: 10.22219/mb.v12i01.15875.
- [11] M. K. Daoud et al., “Optimizing online visibility: A comprehensive study on effective SEO strategies and their impact on website ranking,” J. Infrastructure, Policy Dev., vol. 8, no. 7, 2024, doi: 10.24294/jipd.v8i7.4860.
- [12] T. Utari, “Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM,” Ijd-Demos, vol. 4, no. 2, pp. 676–685, 2022, doi: 10.37950/ijd.v4i2.247.