



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan program kerja magang di Rugarupa.com (PT Omni Digitama Internusa) sebagai *SEO Content Strategist Intern* di bawah naungan divisi Digital Marketing. Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis dibimbing dan berkoordinasi dengan dua pembimbing lapangan, yaitu Danang Prasetyo sebagai bagian dari tim SEO Strategist yang membimbing penulis dalam proses riset *keyword* yang berpotensi dan trik SEO agar dapat muncul ke halaman pertama Google; serta Irene Wibowo sebagai SEO Content Writer profesional yang membantu penulis dalam pembuatan strategi konten dan penulisan artikel yang baik. Penulis juga diawasi langsung oleh Marcellus Wiranata, selaku Sr Digital Marketing Lead di Rugarupa.



Gambar 3.1 Struktur Divisi SEO Content Strategist

(Sumber : Data olahan penulis, 2021)

Dalam prosesnya, penulis akan terus berkoordinasi dengan pembimbing lapangan terkait hasil kerja harian yang telah dilakukan dan mendapat persetujuan untuk menerapkan strategi atau mengunggah konten ke media yang telah ditentukan, serta melakukan *briefing* setiap harinya pada pukul 09.00 - 09.30 WIB. Hasil kerja tersebut kemudian akan disampaikan oleh pembimbing lapangan kepada Sr Digital Marketing Lead serta Chief of Marketing setiap hari Senin sampai Jumat pukul 09.30 dan 17.00 WIB. Selain itu, pada setiap akhir bulan akan diadakan *monthly meeting* untuk membahas perkembangan dan hasil pembelajaran yang diperoleh dari setiap karyawan magang atau *intern* selama berada di Rugarupa.com.

### **3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang**

Selama praktik kerja magang ini dilakukan, penulis diberi kepercayaan untuk mempelajari serta melaksanakan beberapa tugas, di antaranya adalah sebagai berikut.

#### **3.2.1. Tugas Kerja Magang**

Dalam waktu empat bulan masa program kerja magang di Rugarupa.com, penulis berperan sebagai SEO Content Strategist dan diberi tugas untuk menangani berbagai hal terkait SEO, khususnya pembuatan strategi konten untuk meningkatkan *traffic* ke situs Rugarupa.com. Berikut adalah beberapa tugas yang dilakukan penulis selama program kerja magang berlangsung:

- 1) Melakukan riset terhadap *trending keyword* dan membuat data tanggal penting yang biasa dirayakan oleh masyarakat.
- 2) Mengembangkan *weekly ideation topic* berupa ide-ide konten yang akan diangkat untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan tren yang ada.
- 3) Membuat *wording banner*, artikel inspirasi website Rugarupa, *footer text*, *advertorial*, artikel blog, dan Facebook Ads.
- 4) Melakukan optimasi konten dan editing artikel lama di blog Rugarupa yang mengalami penurunan *traffic*.
- 5) Melakukan *tracking*, mengukur, dan menganalisis *traffic* pada blog Rugarupa serta *ranking keyword*.

No	Deskripsi Pekerjaan	Agustus				September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Riset Trending Keyword																
2	Mengembangkan weekly ideation topic																
3	Membuat wording banner, artikel inspirasi website, footer text, artikel blog, advertorial, fb ads																
4	Mengoptimasi konten dan editing artikel lama blog Ruparupa																
5	Tracking, mengukur, dan menganalisis traffic blog dan ranking konten																

**Gambar 3. 2** Timeline Proses Kerja Magang

(Sumber : Data Olahan Penulis, 2021)

### 3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

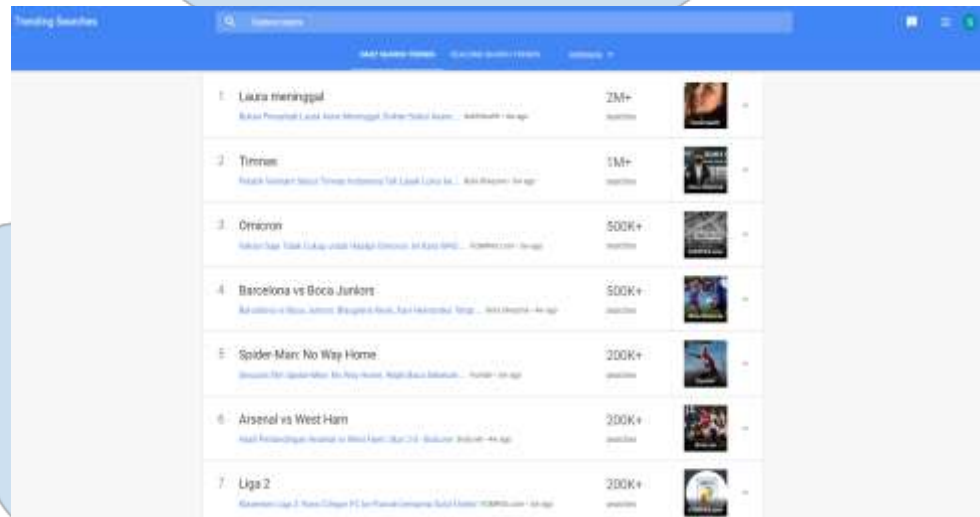
SEO Content Strategist bertanggung jawab untuk membuat strategi konten yang baik dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi yang ada. Untuk membuat strategi konten SEO tersebut harus berfokus pada beberapa hal, yaitu perencanaan konten, pengembangan ide konten, pembuatan isi dan desain konten, hingga evaluasi untuk melihat apakah strategi konten berjalan dengan baik (Ismi, 2017). McCoy (2021) juga menambahkan bahwa seorang SEO Content Strategist harus melakukan beberapa taktik dalam membuat strategi konten yang baik, di antaranya adalah menentukan topik, melakukan riset keyword sesuai kebutuhan

konsumen, mengoptimasikan keseluruhan konten, dan mengevaluasi dengan melakukan *tracking traffic*.

Dalam pelaksanaan proses kerja magang ini, penulis juga melewati beberapa tahapan tersebut. Berikut penjabaran secara detail terkait pekerjaan yang dilakukan penulis selama program kerja magang berlangsung:

- 1) Melakukan riset terhadap *trending keyword* dan membuat data tanggal penting yang biasa dirayakan oleh masyarakat.

Pada tahap perencanaan konten, penulis bertugas untuk melakukan riset *trending keyword* setiap harinya menggunakan Google Trends. *Trending keyword* yang muncul pada hasil penelusuran Google Trends tidak selalu dapat dijadikan sebagai konten sehingga penulis akan memiliki beberapa *keyword* yang berkaitan dengan situs Ruparupa dan ada produk yang berkaitan yang dapat menjadi solusi atau referensi dari *keyword* tersebut.



**Gambar 3.3** Riset Trending Keyword di Google Trends

(Sumber : Data olahan penulis, 2021)

Dari Gambar 3.3, terdapat beberapa *trending keyword* yang muncul dari hasil penelusuran Google Trends. Yang dapat diangkat sebagai konten adalah *keyword* “omicron” karena di Ruparupa terdapat beberapa produk

kesehatan untuk menjadi solusinya. Selain itu, *keyword* “Spider-Man: No Way Home” juga dapat diangkat karena di Ruparupa menjual beberapa produk Spiderman, mulai dari mainan hingga *action figure*. Jadi, selain memberikan informasi dan edukasi, penulis juga mengangkat pengiklanan *soft selling* melalui konten yang dibuat.

Selain *trending keyword*, penulis juga membuat data terkait hari-hari penting dari bulan Agustus 2021 hingga sepanjang tahun 2022. Hal ini bertujuan untuk membuat konten terkait hari-hari tersebut agar tetap dapat memulai tren terlebih dahulu.

Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1 Jan Hari Sumpah Pemuda	1 Feb Hari Belia Dunia	1 Mar Hari Kemerdekaan RI	1 Apr Hari Buruh Internasional	1 Mei Hari Buruh Internasional	1 Jun Hari Lahir Pancasila	1 Jul 17 Agustus Hari Kemerdekaan RI	1 Agt Hari Kemerdekaan RI	1 Sept Hari Kemerdekaan RI	1 Okt Hari Kemerdekaan RI	1 Nov Hari Kemerdekaan RI	1 Des Hari Kemerdekaan RI

**CONFIDENTIAL**

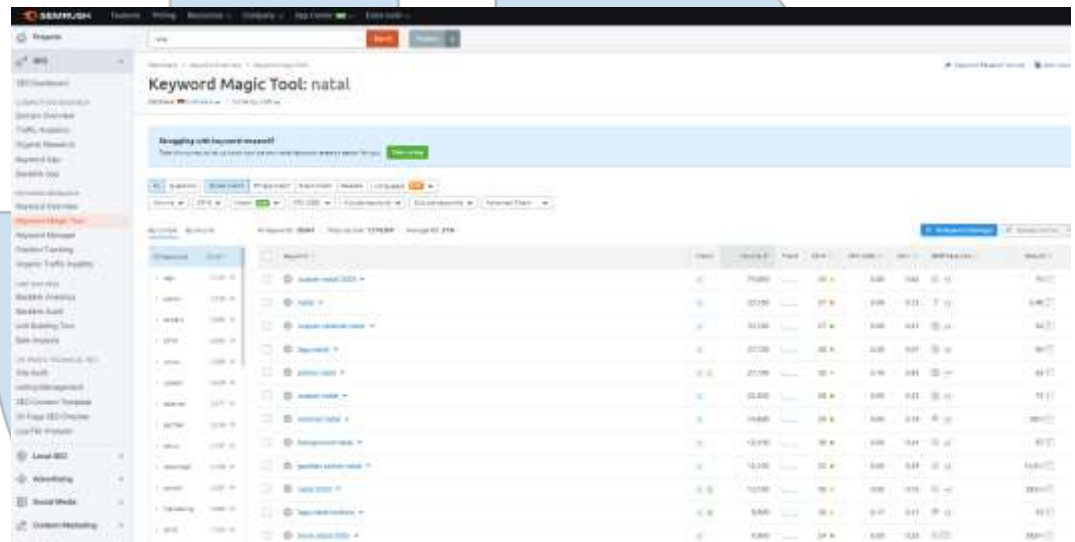
### Gambar 3. 4 Data Hari Penting

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Kemudian, setelah *keyword* dan hari penting sudah dikumpulkan, penulis akan membuat daftar *keyword* turunan yang berkaitan dengan *keyword* utama tersebut menggunakan tools SEMrush. Misalnya, jika *keyword* utamanya adalah “natal”, turunannya dapat berupa ide kado natal, bungkus kado natal, dekorasi natal, dan lain-lain. *Keyword* turunan yang dipilih tersebut akan dilihat berdasarkan jumlah *search volume* atau

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

volume pencariannya, kesulitan *keyword*, serta keterkaitannya dengan RupaRupa.



**Gambar 3.5** Pengecekan *keyword* turunan di SEMrush

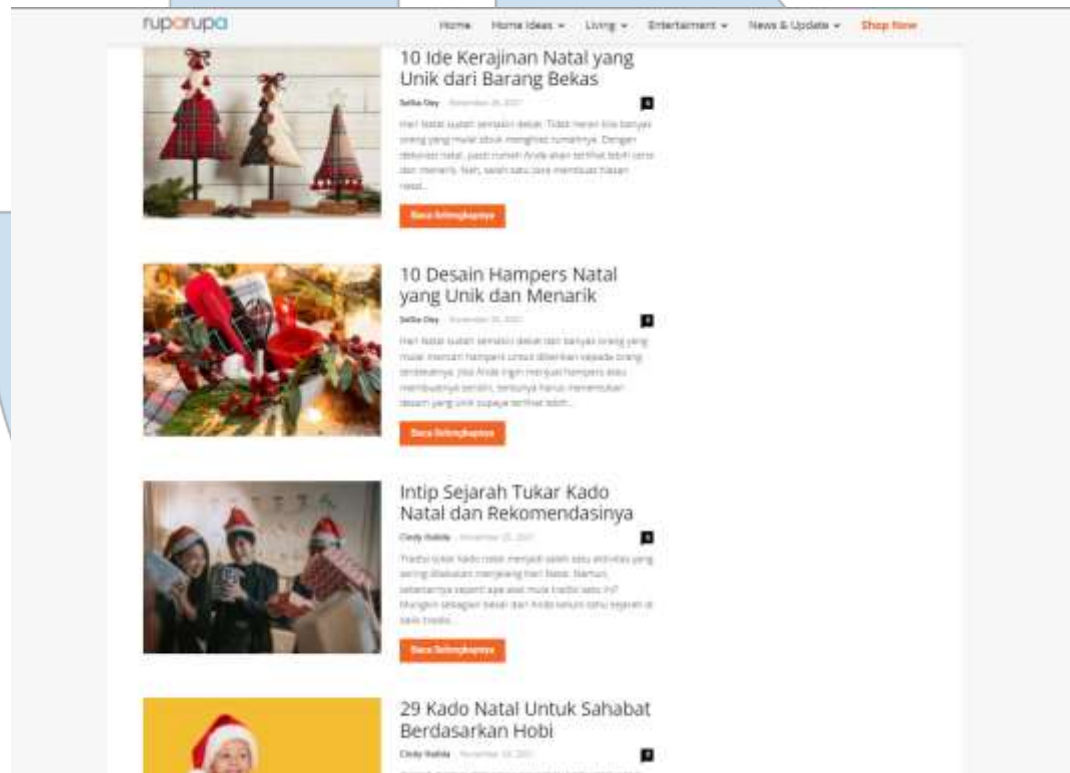
(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Semua *keyword* yang telah dikumpulkan kemudian akan disatukan ke dalam sebuah *file* Google Sheet dan akan dibagikan ke beberapa divisi lainnya, seperti SEO Content Writer, SEO Web Content, SEO Strategist, hingga SEM.

- 2) Mengembangkan *weekly ideation topic* berupa ide-ide konten yang akan diangkat untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan tren yang ada.

Kemudian, masuk ke tahap pengembangan konten, dari *keyword* yang telah dikumpulkan tersebut, penulis akan berdiskusi bersama supervisor untuk mengembangkan *weekly ideation topic* atau ide topik mingguan berupa ide-ide konten yang akan diangkat dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen serta tren yang ada. Misalnya, saat satu bulan sebelum menyambut hari natal, yaitu pada minggu keempat bulan November, *weekly ideation topic* yang diangkat adalah “tema natal”

sehingga penulis dan SEO Content Strategist lainnya turut membuat konten artikel berdasarkan topik tersebut.



**Gambar 3. 6** Contoh konten *weekly ideation topic* untuk artikel blog

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Setiap minggunya, *weekly ideation topic* yang penulis buat akan berubah sehingga diadakan *meeting* setiap hari Senin dan Jumat untuk membahasnya bersama supervisor.

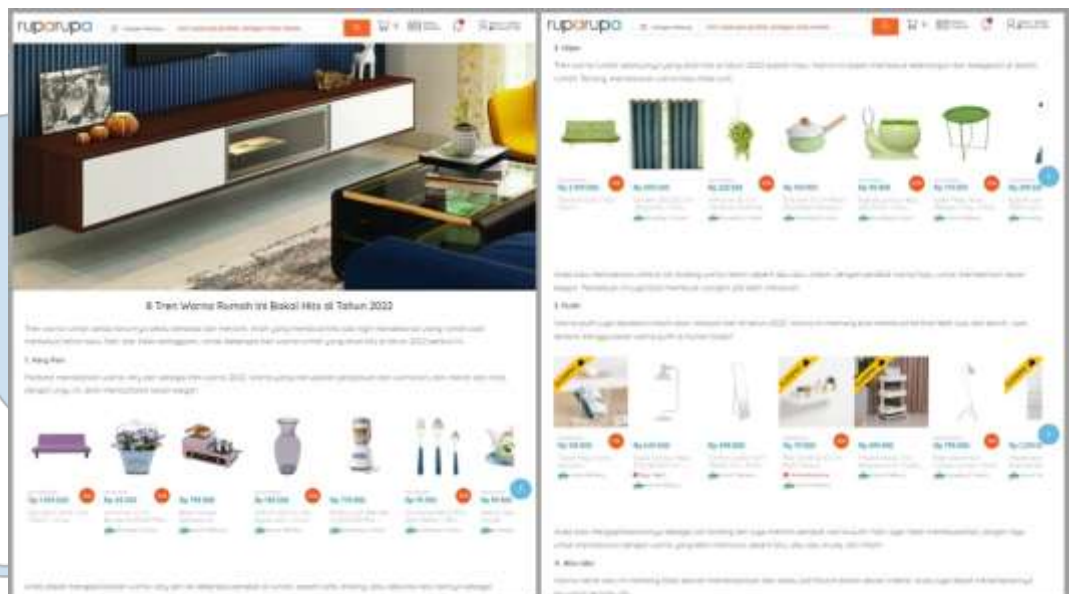
- 3) Membuat *wording banner*, artikel inspirasi website RUPARUPA, *footer text*, *advertorial*, artikel blog, dan Facebook *Ads*.

Pada tahap selanjutnya, yaitu pembuatan isi dan desain konten, dari semua topik yang terkumpul tersebut, penulis akan membuat *wording* atau *copywriting* untuk banner yang akan diletakkan pada setiap konten untuk mengarahkan ke website RUPARUPA. Menurut Kadry (2015), suatu konten yang kreatif dan menarik ditentukan oleh *copywriting* dan visual-nya.



*Copywriting* merupakan bagian verbal dalam suatu konten berupa kata-kata untuk menggambarkan suatu produk dengan unik dan menarik. Oleh karena itu, penulis setiap minggunya akan membuat *copywriting* yang menarik untuk *banner*, contohnya: “Mau Rumah Jadi Makin *Cozy* dan *Homey*? Temukan Inspirasi di Sini!”. *Copywriting* yang dibuat kemudian akan diserahkan kepada divisi Desain untuk dibuatkan visual *banner* yang menarik.

Masih dalam tahap pembuatan isi dan desain konten, penulis juga bertanggung jawab untuk membuat artikel pendek untuk halaman inspirasi di website dan aplikasi Ruparupa. Berbeda dengan artikel yang ada di blog, artikel pendek ini memiliki jumlah tulisan yang kurang dari 500 kata dan lebih terkesan *to the point*. Selain itu, jika di artikel blog biasanya banyak menggunakan foto-foto *lifestyle* dan terkesan *soft selling*, foto di artikel pendek inspirasi justru sebaliknya. Pada artikel pendek inspirasi, foto yang digunakan adalah rekomendasi produk sehingga lebih terkesan berjualan.

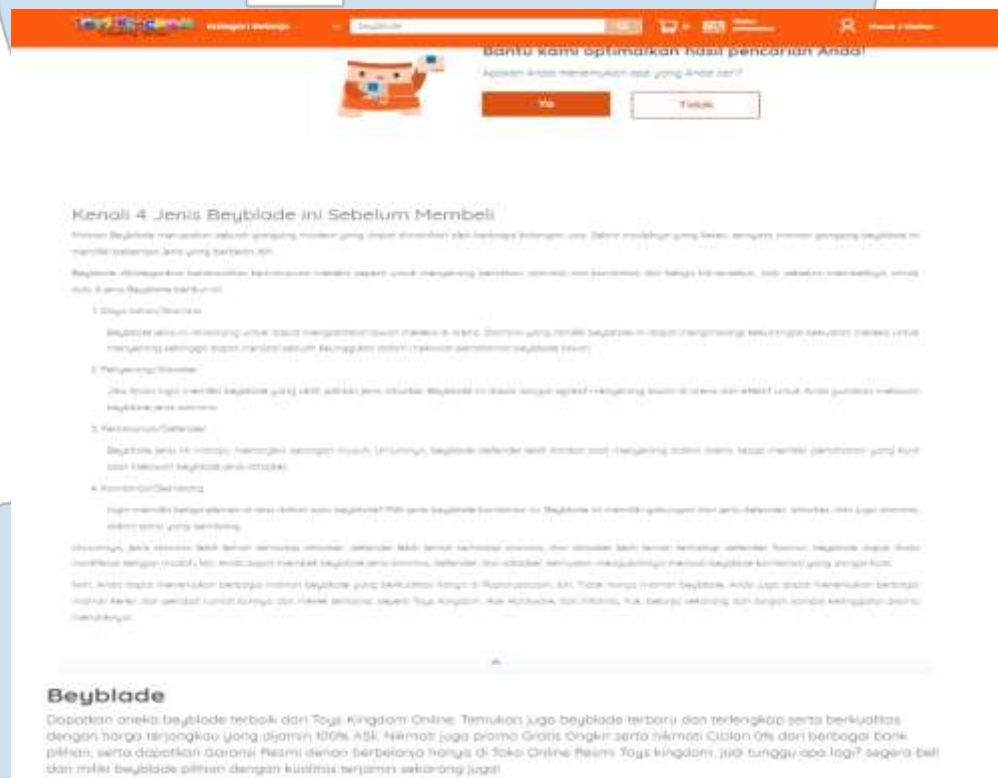


**Gambar 3.7** Artikel pendek halaman inspirasi di website Ruparupa

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Masih untuk halaman jual Ruparupa, penulis juga bertugas untuk membuat *footer text*, yaitu teks deskripsi serta artikel singkat dengan jumlah tulisan di bawah 300 kata yang biasa diletakkan pada bagian paling bawah halaman kategori di *website* Ruparupa. *Footer text* ini juga dapat membantu mendorong traffic ke *website* dan membuat situs Ruparupa mampu menduduki peringkat atas di mesin pencarian Google. Untuk pembuatan *footer text* tidak memerlukan gambar di dalamnya, asalkan mencantumkan *keyword* terkait yang ingin disasar sesuai dengan kategori yang dipilih.



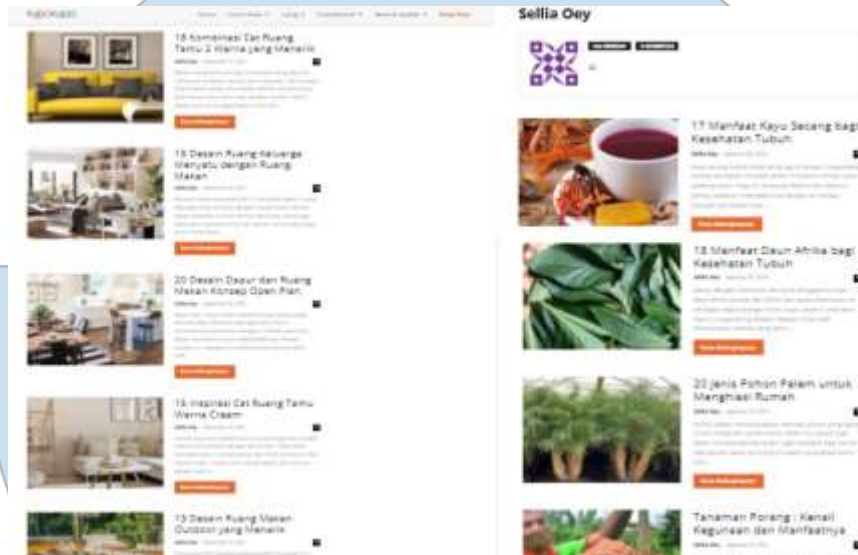
**Gambar 3. 8** Footer text penulis untuk kategori Beyblade di Ruparupa

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Penulis juga turut mengambil bagian dalam pembuatan artikel panjang untuk *blog* Ruparupa dengan tujuan untuk menambah jumlah artikel harian yang diunggah ke blog dan menambah *traffic*. Artikel

panjang yang penulis buat juga menyesuaikan dengan *weekly ideation topic*, misalnya tentang “tanaman”, “dekorasi rumah”, dan lain-lain.



**Gambar 3. 9** Artikel panjang untuk blog Rugarupa yang dibuat penulis  
(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Dalam prosesnya, pertama-tama, penulis harus memasukkan *keyword* pada judul artikel untuk memudahkan Google mengenali konten yang dibuat. Coombs (2017) mengatakan bahwa dalam penulisan judul artikel harus memasukkan *keyword* yang ingin disasar agar memudahkan Google untuk mengenali konten artikel tersebut sehingga dapat lebih mudah masuk ke halaman pertama Google. Judul artikel juga harus dibuat kurang dari 65 karakter agar dapat ditampilkan dengan benar pada halaman Google.

Kemudian, penulis akan membuat artikel menggunakan Google Docs dengan format *Title*, *Heading 2*, dan *Heading 3* agar penulisan akan rapi saat dipublikasikan. Untuk membuat artikel lebih menarik, penulis juga akan menambahkan gambar yang menarik dan berkaitan dengan topik artikel. Dengan gambar, konten yang dibuat akan menjadi lebih menarik dan membantu pembaca memahami dengan mudah. Penambahan gambar juga dapat meningkatkan skor SEO dan membuat artikel lebih mudah

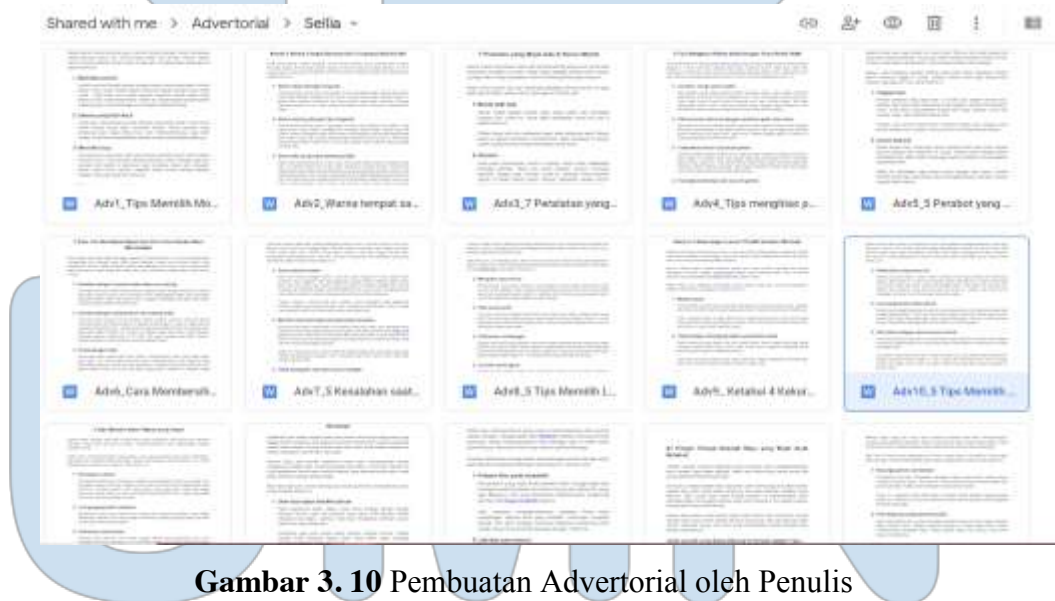
muncul pada halaman pertama Google (Kang, 2021). Gambar yang penulis pilih harus *free license* atau gratis agar tidak melanggar hak cipta. Selain itu, penulis juga harus memastikan gambar yang dipilih kurang dari 150 kb agar *file* tidak berat. Gambar yang berat dapat memperlambat situs dan menurunkan skor SEO. Penulis juga perlu menambahkan alt text dan keterangan gambar untuk mengoptimalkannya demi memperoleh peringkat SEO terbaik. Alt text merupakan atribut yang ditautkan pada gambar untuk memberikan teks alternatif pada *search engine* (Soos, 2019).

Penulis juga mencantumkan beberapa rekomendasi produk dari Ruparupa.com yang berkaitan, ditambah dengan sedikit penjelasan mengenai produk tersebut. Setelah artikel selesai ditulis, penulis akan masuk ke tahap *editing*, yaitu menautkan beberapa URL artikel lain dari Ruparupa ke artikel yang sedang penulis buat, menambahkan alt text, serta menambahkan link URL dengan tambahan kode tertentu pada rekomendasi produk. Hal ini bertujuan agar artikel lebih mudah masuk ke halaman pertama Google dan dapat mendapat *ranking* 1. Penulis juga perlu membuat *meta description* yang merupakan sebuah paragraf singkat sebagai rangkuman dari isi konten yang akan ditampilkan oleh *search engine* pada hasil pencarian bersamaan dengan judul. Oleh karena itu, penulis perlu membuat *meta description* semenarik mungkin agar membuat orang dapat tertarik untuk mengetahui atau membaca artikel tersebut lebih lanjut (Hallebeek, 2021).

Selain itu, penulis juga diberi tanggung jawab untuk membuat artikel *advertorial* sebagai salah satu strategi konten SEO demi mendorong *traffic* ke situs Ruparupa.com. *Advertorial* merupakan salah satu jenis iklan yang disajikan dalam bentuk artikel dengan tujuan publikasi pada media berita, seperti koran, *website*, hingga majalah. Artikel *advertorial* akan hadir dalam bentuk informasi yang biasa dibutuhkan oleh pembaca dengan pesan iklan yang terselubung dan terkesan *soft selling* (Sari & Soraya, 2019). Dengan format *advertorial*, masyarakat akan lebih mempercayai informasi yang disampaikan karena mirip seperti berita

sehingga kredibilitasnya dianggap lebih terjamin daripada iklan biasa (Primadini, 2018).

Penulis menulis *advertorial* selama dua minggu pertama setiap bulannya dengan jumlah 15 hingga 20 artikel. Dalam prosesnya, penulis mendapatkan beberapa *keyword* dari tim SEO Strategist terkait produk perabot rumah tangga di Ruperupa dan kemudian membuat judul artikel *advertorial* yang menarik. Format penulisan artikel *advertorial* sedikit berbeda dengan artikel biasanya, yaitu pada *advertorial* hanya perlu membuat artikel dengan 300 - 500 kata, sedangkan pada artikel biasa minimal 500 kata. Kemudian, pada *advertorial*, penulis tidak perlu mencantumkan gambar dan banyak *link* URL. Hasil artikel yang telah dibuat oleh penulis akan diserahkan kepada tim *Search Engine Marketing* (SEM) untuk melakukan periklanan ke media berita yang dituju.



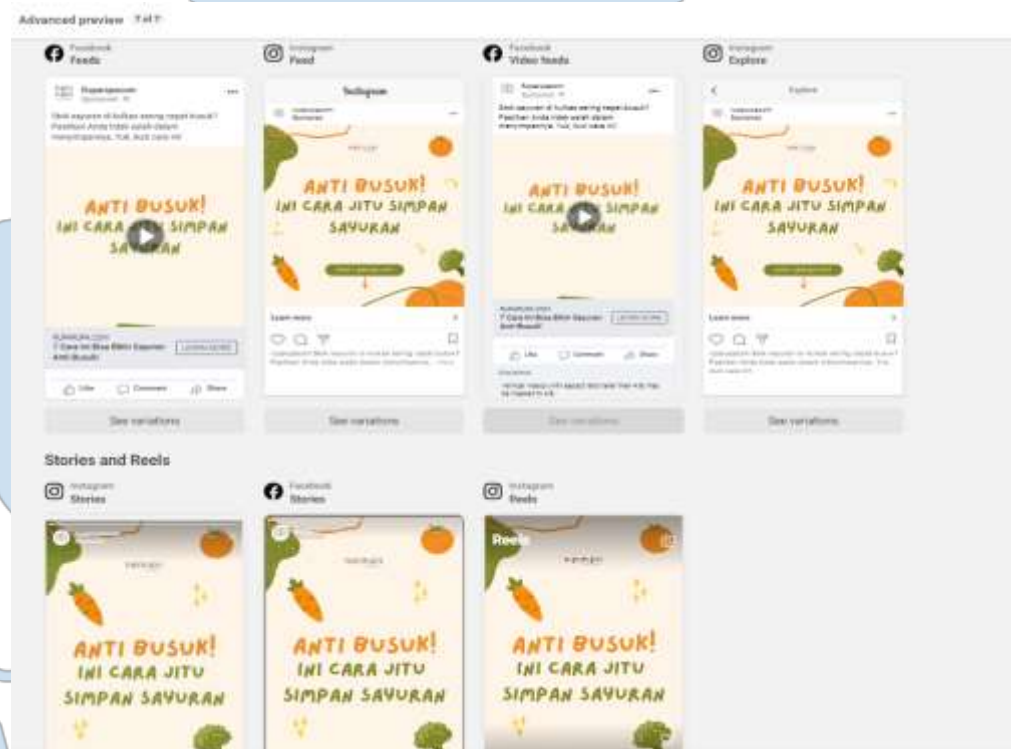
**Gambar 3. 10** Pembuatan Advertorial oleh Penulis

(Sumber : Data olahan penulis, 2021)

Untuk lebih meningkatkan SEO dan menambah *traffic* ke *website*, dilakukan pengiklanan artikel dengan memanfaatkan Facebook Ads. Barokah et al. (2021) mengatakan bahwa Facebook Ads merupakan salah satu fitur dari Facebook yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk mengiklankan atau melakukan promosi terhadap suatu situs atau produk.

Pertama-tama, penulis melakukan diskusi bersama dengan *supervisor* dan perwakilan tim SEM untuk memilih artikel penulis yang memiliki *traffic* rendah atau mengikuti tren mendatang, kemudian artikel tersebut akan diiklankan. Setelah memilih artikel, penulis akan membuat desain konten iklan berupa foto dan video singkat yang diikuti lagu *free licensed*, serta menambahkan copywriting yang menarik. Penulis juga harus membuat tiga opsi *caption* dan *heading* untuk dijadikan iklan dan mendiskusikannya dengan *supervisor*.

Setelah konten sudah siap, penulis harus menentukan *target audience*, menetapkan *budget* harian, serta menentukan penempatan iklan pada berbagai fitur Facebook, seperti *feeds*, *story*, Instagram *story*, IGTV, dan lain-lain. Selain itu, penulis juga terus melakukan A/B Test agar iklan yang dibuat dapat efektif dan efisien, yaitu dengan penggunaan budget seminimal mungkin dapat menghasilkan *traffic* yang baik.



**Gambar 3. 11** Salah satu konten Facebook Ads oleh penulis

(Sumber : Data olahan penulis, 2021)

- 4) Melakukan optimasi konten dan editing artikel lama di blog Rugarupa yang mengalami penurunan *traffic*.

McCoy (2021) mengatakan bahwa salah satu taktik yang harus dilakukan oleh seorang SEO Content Strategist agar strategi kontennya berjalan dengan baik adalah dengan mengoptimasikan keseluruhan isi konten. Dalam hal ini, penulis juga diberi tugas untuk melakukan optimasi konten serta mengedit artikel lama di blog Rugarupa yang mengalami penurunan *traffic*, memiliki *broken link* atau *link 404*, serta meningkatkan skor SEO dari artikel tersebut agar dapat naik ke halaman pertama Google serta menyumbang banyak *traffic* ke website Rugarupa. Dalam prosesnya, penulis menggunakan Google Analytics untuk menganalisis *traffic* dari artikel lama tersebut. Kemudian, setelah menemukan artikel yang mengalami penurunan *traffic*, penulis akan melakukan *editing* terhadap artikel tersebut dengan memindahkannya ke sebuah tools yang disediakan oleh perusahaan. Untuk tools ini tidak dapat dijelaskan lebih lanjut dalam laporan magang karena merupakan data *confidential* perusahaan. Pada tools tersebut, akan diberikan beberapa *keyword* rekomendasi yang harus dimasukkan ke dalam teks, dan berbagai perbaikan sebagai acuan bagi penulis untuk memperbaiki artikel tersebut dan meningkatkan skor SEO.

- 5) Melakukan *tracking*, mengukur, dan menganalisis *traffic* pada blog Rugarupa serta *ranking keyword*.

Pada tahap akhir, penulis bertanggung jawab untuk melakukan *tracking*, mengukur, dan menganalisis *traffic* pada blog Rugarupa serta *ranking* dari setiap *keyword* yang disasar. Setiap hari Jumat, penulis akan melakukan *tracking* terhadap *traffic* dari artikel hingga Facebook Ads yang penulis buat. Penulis akan memeriksa jumlah viewers dari artikel yang dibuat menggunakan Google Analytics, serta melihat apakah artikel sudah menduduki halaman pertama Google atau belum. Hasil *tracking* tersebut kemudian akan dimasukkan ke dalam Google Sheet dan diserahkan kepada supervisor untuk membuat rekap dan ditinjau kembali.

Artikel Blog - Sellia Oey			
No.	Judul Artikel	Pageviews	Rank Page1
23	34 Rumah Adat Provinsi di Indonesia dengan Gambar	87384	1
16	12 Urutan Shio beserta Sifat dan Kecocokannya	86963	2
2	15 Nama Alat Listrik dan Gambarnya ini Wajib Kamu Tahu	46516	1
12	17 Hewan Peliharaan yang Mudah Dirawat di Rumah	37475	2
43	50 Nama Anjing Lucu dan Unik beserta Artinya	32817	1
79	7 Cara Menyimpan Sayuran di Kulkas agar Awet	20625	4
5	13 Cara Merawat Tanaman agar Tumbuh Subur	15606	1
8	18 Manfaat Daun Afrika bagi Kesehatan Tubuh	12213	1
42	7 Permainan Anak di Squid Game, Berani Coba?	10609	1
39	18 Ide Kado Natal Menarik untuk Orang Terdekat	10065	3
71	10 Dekorasi Railing Tangga Natal yang Menarik	8678	3
7	20 Jenis Pohon Palembang untuk Menghiasi Rumah	6568	1
6	20 Tanaman Aquascape yang Mudah Dirawat Pemula	6500	1
110	11 Resolusi Tahun Baru 2022 dan Cara Mewujudkannya	4663	2
18	17 Manfaat Daun Jarak bagi Tubuh dan Efek Sampingnya	4612	1
11	11 Cara Merawat Pohon Mangga di Rumah	4566	1
108	Jadi Tren Warna 2022, Ini Dia 10 Kombinasi Warna yang Nyaman	4525	1
24	20 Desain Ruang Tamu Minimalis yang Nyaman	4034	1
48	15 Manfaat Sarang Burung Walet bagi Tubuh	3886	1
25	25 Desain Rumah Tingkat Minimalis yang Nyaman	3824	1
38	27 Jenis Anjing Ras Peliharaan untuk Dirumah	3665	1
88	10 Manfaat Kayu Bajakah untuk Kesehatan Tubuh	3355	1
45	13 Makanan Anjing yang Sehat dari Makanan Manusia	3282	3
15	14 Jenis Anthurium Favorit dan Populer	3269	2
1	25 Cara Menghemat Listrik agar Tagihan dapat Berkurang	3260	4
13	15 Manfaat Rumput Teki bagi Tubuh	3214	1
72	7 Tempat Wisata di Lembang Bandung, Wajib Dikunjungi	3211	4
32	18 Kombinasi Cat Ruang Tamu 2 Warna yang Menarik	3068	1
35	17 Ide Dekorasi Natal untuk Ruang Tamu yang Cantik	3011	2
21	24 Kombinasi Cat Kamar yang Nyaman dan Menawan	2876	1
10	10	10	1

**Gambar 3. 12** Daftar artikel yang dibuat penulis

(Sumber: Data olahan penulis, 2021)

Terdapat lebih dari 100 artikel yang sudah penulis buat selama melakukan program kerja magang di RUPARUPA. Sebanyak 71 artikel yang ditulis oleh penulis berhasil mendapatkan posisi 3 terbesar bahkan *ranking* 1 di Google dengan jumlah *pageviews* tertingginya mencapai 87.384 *viewers*. Tiga artikel milik penulis juga berhasil menjadi 10 penyumbang *traffic* terbesar ke blog RUPARUPA.

Selain itu, untuk Facebook Ads juga selalu dilakukan evaluasi dari konten pertama yang penulis buat hingga konten terakhir. Dalam setiap evaluasinya, penulis dan supervisor akhirnya menemukan pola dan taktik yang baik untuk diaplikasikan saat membuat Facebook Ads, tetapi hal ini



*confidential* sehingga tidak dapat dijelaskan lebih lanjut. Satu Facebook Ads yang dibuat oleh penulis berhasil menyumbangkan 5% *traffic* ke blog Ruparupa dengan *cost per click* senilai Rp114.

Dari berbagai pekerjaan yang penulis lakukan tentunya sangat berkaitan dengan konsep yang ada, serta sesuai dengan yang diajarkan pada beberapa mata kuliah Strategic Communication di Universitas Multimedia Nusantara sehingga penulis dapat mengimplementasikannya dengan baik. Dalam prosesnya, penulis juga dapat mengasah dan meningkatkan kemampuan dalam membuat strategi konten SEO yang baik dan dapat mendatangkan *traffic* ke website secara organik ataupun melalui pengiklanan. Penulis juga mempelajari bagaimana cara melihat tren yang ada dan mengembangkannya menjadi konten yang menarik dan kreatif. Banyak sekali ilmu dan pengalaman baru yang penulis dapatkan dari program kerja magang di Ruparupa ini yang tentunya dapat berguna untuk ke depannya.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Setiap aktivitas yang dilakukan pasti akan diwarnai dengan beberapa kendala yang ada. Selama proses kerja magang dilakukan, tentunya penulis juga mengalami kendala tersebut yang menghambat berjalannya proses ini. Adapun kendala yang penulis alami adalah sebagai berikut:

- 1) Departemen Marketing Ruparupa hanya menyediakan satu akun SEMrush pada awal program kerja magang penulis dimulai dan akun tersebut digunakan oleh beberapa tim, seperti SEO Strategist, SEO Content Strategist, SEO Content Writer, SEO Web Content, hingga tim SEM. Akun tersebut harus digunakan bergantian karena tidak dapat dipakai pada saat yang bersamaan dan karyawan tetap biasa menggunakannya pada jam kerja atau pk 08.00 - 17.00. Oleh karena itu, *intern* hanya dapat menggunakannya di luar jam kerja saja. Akibatnya, penulis seringkali bekerja lebih dari batas waktu kerja yang ditentukan oleh perusahaan.
- 2) Dalam pembuatan artikel, penulis harus menambahkan gambar yang sesuai dengan topik sekaligus *free license* atau gratis, seperti pada situs

Unsplash, Pexels, dan Pixabay. Namun, seringkali penulis kesulitan menemukan gambar yang cocok dan gratis. Penulis sempat menyarankan ke tim *digital marketing* untuk memberi akses atau berlangganan pada situs Istock yang memiliki banyak stok foto yang bagus, tetapi saran tersebut ditolak karena foto yang ada pada Istock kebanyakan sudah digunakan oleh kompetitor.

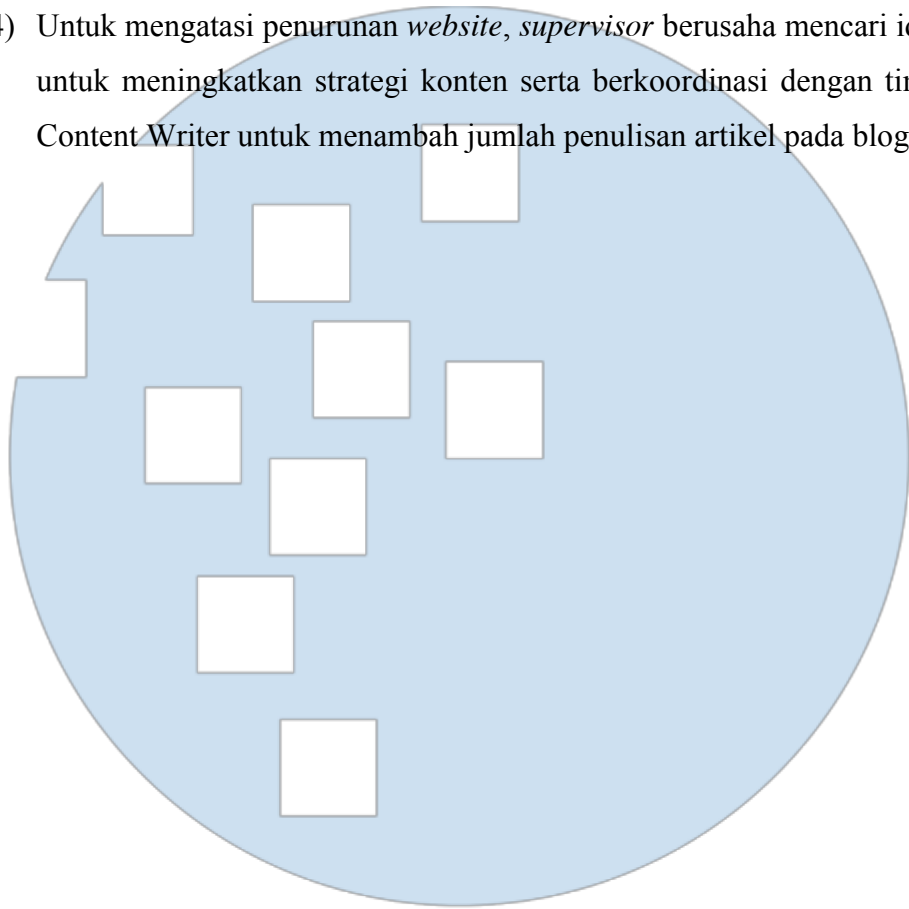
- 3) Saat pembuatan Facebook Ads, situs beberapa kali mengalami *error* sehingga membuat pekerjaan tertunda dan penulis harus menunggu situs tersebut kembali normal untuk dapat memasukkan konten yang akan diiklankan.
- 4) *Traffic* pada *website* sempat menurun pada satu minggu karena strategi konten sempat tidak terlaksana sesuai jadwal dan produktivitas artikel menurun.

### 3.4 Solusi

Setiap kendala tentunya memiliki solusi yang baik untuk menyelesaikannya. Dari beberapa kendala yang penulis temukan di lapangan, berikut solusi yang diberikan untuk mengatasinya:

- 1) Permasalahan terkait akun SEMrush yang hanya ada satu sedangkan digunakan oleh banyak kepala akhirnya diketahui oleh Sr *Digital Marketing Lead* sehingga beliau menyediakan satu akun tambahan untuk penulis dan para *intern* lainnya di tim *Digital Marketing*. Dengan demikian, penulis tidak perlu menunggu untuk menggunakan SEMrush di luar jam kerja.
- 2) Dikarenakan sulitnya mencari gambar yang *free license* dan beda dari kompetitor, akhirnya Chief of Marketing Ruparupa memberikan izin bagi penulis untuk menggunakan gambar yang diambil dari Pinterest luar Indonesia.
- 3) Penulis dan *supervisor* mengatur jadwal dengan jeda beberapa hari antara memasukkan konten ke Facebook Ads dan jadwal publikasinya agar tidak terburu-buru.

- 4) Untuk mengatasi penurunan *website*, *supervisor* berusaha mencari ide baru untuk meningkatkan strategi konten serta berkoordinasi dengan tim SEO Content Writer untuk menambah jumlah penulisan artikel pada blog



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA