



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

Dalam berlangsungnya praktik kerja magang ini, saya memiliki kedudukan sebagai *SEO Content Writer* dalam sub-divisi *Digital Marketing*. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, fokus praktik kerja magang ini bertugas membantu perusahaan dalam melakukan riset kata kunci dan menjalankan proses perangkaian penulisan artikel di blog dalam mempromosikan produk rilisan dari Kawan Lama Group.

Selama kerja magang ini saya dibimbing oleh pembimbing lapangan yang merupakan seorang *content writer* professional dan telah menggeluti bidang tersebut selama lebih dari 10 tahun, beliau dan rekan juga membimbing saya dalam melakukan riset kata kunci dengan *volume* tertinggi sehingga konten artikel dapat hadir di laman pertama Google. Sejak awal melakukan praktik kerja magang, beliau dan rekan yang memberikan pemahaman kepada saya terkait pedoman dan teknik menulis yang baik.

Dalam praktik menulis artikel, saya akan mengkoordinasikan hasil kerja kepada pembimbing lapangan untuk mendapatkan *approval final* terkait konten yang akan di *publish*. Pembimbing lapangan juga akan memberikan koreksi dan catatan singkat terkait kesalahan penulisan pada setiap konten blog yang saya buat agar kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi. Tidak hanya itu, koordinasi tim kerja magang juga meliputi *daily update and brainstorming* antar sesama tim SEO dan *content writer* pada pukul 09.00 hingga 09.30 WIB. Kemudian, akan dilanjutkan dengan *meeting* seluruh tim divisi *marketing* setiap harinya, serta *monthly meeting* di setiap akhir bulan untuk membahas *update* dari tim divisi internal terkait kinerja *intern*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(sumber Data Olahan Pribadi, 2021)

Gambar 3.1 Alur Kerja Divisi SEO Content Strategist RUPARUPA

Proses *brainstorming* ide akan dilaksanakan setiap awal minggu, tetapi tidak menutup kemungkinan akan adanya konten dari tren terbaru setiap harinya. Terutama ketika ada kerjasama dengan beberapa *brand* yang meminta penulisan artikel ke dalam blog RUPARUPA. Maka dari itu, koordinasi kerja magang ini juga harus menghadiri *daily brief and brainstorming* setiap harinya untuk membahas masukan serta *update* konten terbaru.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, *intern* menjalankan semua tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan. Tugas yang diberikan meliputi SEO atau *search engine optimization* yang berfungsi untuk mengoptimisasi *website* agar mendapatkan *ranking* tertinggi di laman Google melalui konten blog tanpa harus melakukan iklan berbayar. Salah satu upaya yang dilakukan penulis dalam menjalankan strategi SEO ini adalah dengan menulis konten artikel seputar produk rilis Kawan Lama Group yang tersedia di situs jual beli RUPARUPA.

Seluruh strategi penulisan mencakup tanggung jawab menjalankan riset untuk mengetahui kata kunci dan tren topik kekinian. Aktivitas ini berperan penting untuk mengetahui konsep kreatif yang akan dilakukan. Kemudian, memastikan seluruh ide kreatif dapat tersalurkan dengan baik kepada pembaca. Selain itu, saya juga bertanggung jawab untuk memastikan dan membuat konten orisinal, atau

tanpa plagiarisme. Aktivitas menulis *report* ditujukan sebagai bahan acuan pengembangan bagi perusahaan maupun penulis konten.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Keseluruhan kegiatan yang dilakukan *SEO content writer* yakni dijabarkan sebagai berikut.

Table 3. 1 Uraian Kerja Magang

No	Kegiatan (<i>SEO Content Writer</i>)	Waktu Pelaksanaan			
		Agustus	September	Oktober	November
1	Menulis artikel blog	✓	✓	✓	✓
2	Menulis <i>email marketing</i> .	✓	✓	✓	✓
4	Analisa <i>keyword</i> dengan <i>tools</i> perusahaan	✓	✓	✓	✓
5	Analisa <i>traffic</i> blog di Google Analytics.	✓	✓	✓	✓
6	<i>Brainstorming</i> ide konten	✓	✓	✓	✓
7	<i>Facebook ads</i> konten blog				✓
8	Analisa <i>traffic</i> <i>facebook ads</i>				✓
9	Menulis <i>report</i> bulanan	✓	✓	✓	✓

(sumber Data Olahan Pribadi,2021)

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

Lingkup kerja saya selama periode magang ini meliputi divisi digital *marketing*. Digital *marketing* atau pemasaran digital merupakan upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan jejaring media internet dan beragam strategi media komunikasi digital agar dapat terhubung dengan calon konsumen. Kini, telah hadir beragam akses digital *marketing*, seperti *website*, blog, media sosial, *interactive audio and video*, serta *display ads* (Chakti, 2019, p. 11).

Faktanya di era sekarang ini, kebutuhan akan digital *marketing* semakin dibutuhkan baik untuk UMKM, *startup*, perusahaan, maupun korporat dalam memasarkan dan membagikan informasi layanan yang disediakan. Untuk itu, perusahaan butuh memanfaatkan dan menggunakan strategi digital *marketing* yang efektif dan kuat guna mencapai target pertumbuhan perusahaan, seperti: (Chakti, 2019, p. 25).

1) *Share real time publish*

Untuk menjangkau target audiens, salah satu upaya yang harus dilakukan adalah *share* konten pada jaringan komunikasi digital. Usahakan untuk membuat konten yang masih *fresh* atau baru agar audiens semakin mendalami pesan yang diberikan.

Dalam realisasi kerjanya, saya menjalankan tugas penulisan konten dengan berbasis pada riset topik kinian dengan kata kunci *search volume* yang tinggi terlebih dahulu. Untuk menarik pembaca, saya akan menggunakan *headline* judul yang menarik dan berhubungan dengan tren kekinian agar pembaca memiliki *engagement* yang besar akan suatu topik. Setelah itu, saya akan mulai menciptakan konten dan membagikan konten tersebut di situs blog RupaRupa.

2) Konten edukasi bukan hanya promosi

Seorang *content writer*, harus mampu menguasai keterampilan mengemas tulisan secara informatif, tetapi tetap kreatif. Konten yang berkualitas juga ditinjau dari teknik penulisan yang tepat pula. Tidak hanya itu, penulisan

yang baik juga wajib disokong dengan riset topik yang baik dan kekinian agar pembaca menjadi tertarik.

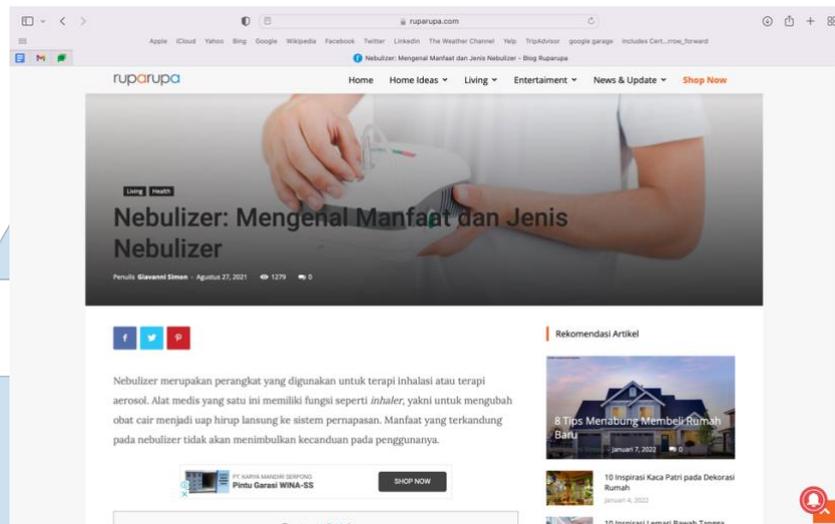
Selain memberikan edukasi kepada pelanggan, saya juga membangun kredibilitas secara bertahap dengan menyisipkan sejumlah produk terkait sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya audiens terhadap *brand* yang ditawarkan di dalamnya (*softselling*). Upaya ini diharapkan agar salah satu bentuk komunikasi melalui situs blog bisa memberikan pemahaman mendalam akan produk yang dijual. Dengan begitu, audiens juga akan merasa lebih terhibur dengan konten yang bukan hanya sekedar mempublikasikan iklan dan produk secara terang-terangan.

3) Manfaatkan konten multimedia

Audiens media digital kini berpatokan pada *young generation*, yang memiliki ketertarikan bukan hanya pada konten teks saja, melainkan membutuhkan visualisasi yang mendukung.

Oleh karena itu, dalam penulisan konten blog, saya selalu menambahkan gambar dengan tampilan yang memukau dan menarik sebagai nilai tambah di artikel. Penggunaan visual serta kata kunci pada setiap gambar juga memiliki dampak terhadap peningkatan SEO suatu *website*. Namun, pastikan gambar yang digunakan berbentuk *free image* atau *creative commons license* dengan mencantumkan sumber gambar agar terhindar dari plagiarisme.

Seorang *content writer* juga harus secara profesional memahami penyaluran pesan dalam bahasa yang baik agar suatu merek bisa menjadi *visible* di pasaran dan pembaca dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan (Sarkhedi, 2021). Hal ini berjalan selaras dengan pemaparan konsep di atas. Berikut penjabaran salah satu konten yang pernah saya tulis mengenai merek alat kesehatan Sowell Indonesia yang di Ruparupa dengan menerapkan konsep yang telah di paparkan di atas.



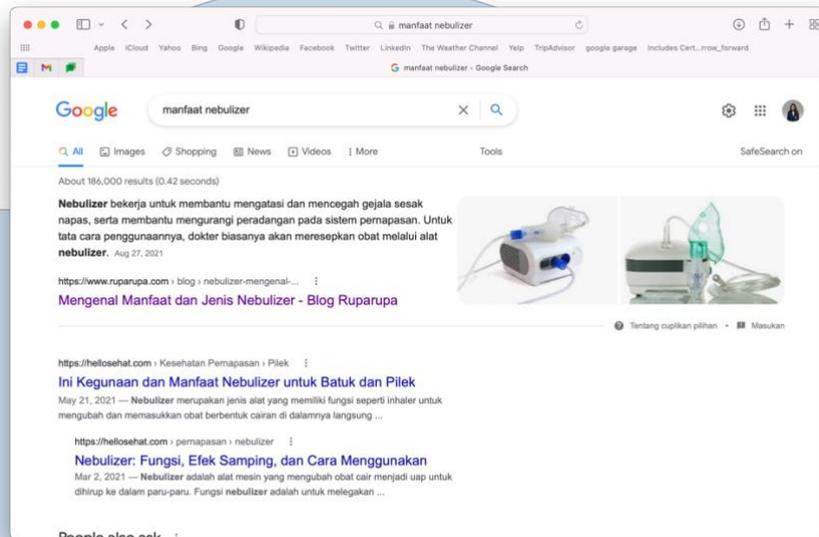
(Sumber: ruparupa.com, 2021)

Gambar 3. 2 Contoh blog post produk kesehatan Sowell

Dalam pengerjaan konten blog post produk kesehatan Sowell, saya menjalankan proses penulisan artikel sesuai dengan konsep yang telah saya angkat. Penulisan artikel dilaksanakan dengan *share real time publish*, yang pada masa tersebut, kondisi virus Covid-19 sedang berada di tahap yang cukup tinggi. Maka dari itu, saya melakukan penulisan konten disaat topik sedang gencar di kalangan masyarakat dengan berlandaskan dari kata kunci pencarian tertinggi di Google yakni mengenai alat medis Nebulizer.

Penulisan konten blog nebulizer juga memberikan pesan edukasi mengenai penjelasan produk secara keseluruhan, mulai dari pengertian, manfaat, hingga ragam jenis nebulizer. Langkah selanjutnya, pada bagian halaman terakhir, saya menyisipkan rekomendasi foto produk (konten multimedia) nebulizer So Well beserta kelebihan yang ditawarkan, sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca.

Tidak hanya itu, penulisan konten ini juga berbasiskan pada hasil penelusuran dan pemahaman akan topik yang akan diangkat. Dengan teknik ini, saya dapat mempertanggungjawabkan kredibilitas informasi apa saja yang terlampirkan di laman blog.



(Sumber: Ruparupa.com, 2021)

Gambar 3. 3 Bukti hasil pencarian konten nebulizer Ruparupa di laman pertama

Apabila penulis bisa memahami korelasi antara kedua teknik SEO dan penulisan, maka distribusi konten akan tersalurkan dengan baik dan bisa menempati posisi pertama di hasil pencarian (e-Kompas.id, 2021). Maka, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan, konten ini telah berhasil menggabungkan kedua teknik SEO dan *content writing* dengan maksimal hingga dapat meraih laman pertama Google di posisi paling pertama dengan kata kunci “nebulizer” dan “manfaat nebulizer”.

Terdapat beberapa rangkaian tahapan yang harus seorang penulis lewati sebelum tulisan dapat diterbitkan, yakni: (Newsom & Haynes, 2004, p. 4)

1) *Analyzing, Predicting, Counseling*

Dalam praktik kerja magang sebagai penulis konten artikel blog, SEO bermanfaat untuk meningkatkan kemungkinan *website* bisa muncul dapat *search engine* laman pertama Google secara organik atau *unpaid*. Dengan memahami hasil riset algoritma dan menerapkan strategi digital *marketing* yang tepat, maka dapat membantu meningkatkan frekuensi kemunculan situs serta peningkatan jumlah kunjungan ke laman blog. SEO

bisa meliputi beberapa teknik pencarian seperti pencarian gambar, video, pemberitaan, dan berbagai kata kunci yang spesifik (Publicancy, 2019, p. 37).

Dalam pelaksanaannya, saya bertanggung jawab untuk melakukan *analyzing* dan *predicting* kata kunci dengan menggunakan *tools* yang telah perusahaan sediakan (nama *tools* yang digunakan tidak dapat dicantumkan karena bersifat konfidensial) untuk mengetahui perbandingan kata kunci kekinian serta milik kompetitor. Kemudian, melakukan optimasi artikel dan membantu untuk mengetahui potensi kata kunci dan topik terkini yang sedang menjadi perbincangan hangat di Google. Setelah itu, saya akan melakukan pengecekan pada konten terdahulu agar tidak terjadi duplikasi konten.

Saya melakukan analisa agar bisa memahami topik yang akan ditulis. Selanjutnya melakukan prediksi terkait tren kekinian yang akan datang maupun yang sedang terjadi. Kemudian, untuk mengumpulkan seluruh ide, salah satu cara analisis bisa dilakukan proses *brainstorming* bersama tim.

2) *Planning, Monitoring, Credibility*

Dalam realisasinya, saya membentuk proses perencanaan (*planning*) dengan menentukan *outline* tulisan yang ingin dibuat. Dengan adanya *outline* ini, saya dapat memastikan apakah tulisan tersebut sesuai dengan tujuan yang ingin dikomunikasikan perusahaan maupun mempertimbangkan kredibilitas konten yang akan dibuat. *Outline* informasi yang saya rancang mencakup 5W+1H mulai dari apa, siapa, kapan, mengapa, dan bagaimana terkait suatu informasi.

Menurut Ann Handley (2014, p. 255) keberhasilan distribusi dan kualitas konten sangatlah bersinggungan dengan kesuksesan mencapai posisi laman pertama serta minat pembaca. Maka dari itu, untuk menjaga konsistensi kualitas dari artikel yang dirilis, terdapat beberapa poin standarisasi penulisan *outline* berbasis pada susunan *template* penulisan yang telah disepakati tim SEO *content writer*, yaitu:

- 1) Membuat judul yang menarik dengan batasan 60 karakter atau setara 4 hingga 5 kata.
- 2) Menggunakan *headings* dan *numbered* atau *bullet point list* untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi tulisan.
- 3) Menggunakan kalimat yang efektif dan menarik agar pembaca tetap tertarik membaca serta lebih mudah memahami makna konten yang dibuat.
- 4) Menggunakan gambaran foto ataupun ilustrasi yang relevan dan menarik. Selain membuat pembaca tidak cepat bosan, teknik ini juga efektif membuat konten lebih mudah dipahami pembaca serta dapat meningkatkan SEO.
- 5) Tidak menggunakan paragraf yang terlalu panjang dengan ketentuan maksimal 2-3 kalimat dalam satu paragraph.
- 6) Manfaatkan opsi *sharing* untuk mempermudah pembaca membagikan konten ke orang lain.

Poin di atas sudah menjadi patokan bagi saya dalam menulis konten blog di Ruparupa. Selama praktik kerja magang ini, teknik penulisan konten merujuk pada *Standard Operational Procedure* (SOP) teknik penulisan perusahaan. SOP inilah yang menjadi pembeda dalam penulisan artikel dan penyampaian komunikasi *blog* Ruparupa dalam menjangkau pembaca menuju laman pembelian. Kemudian, Ruparupa juga menekankan larangan terhadap konten plagiarisme sehingga membuat saya belajar untuk menjadi lebih kreatif lagi.

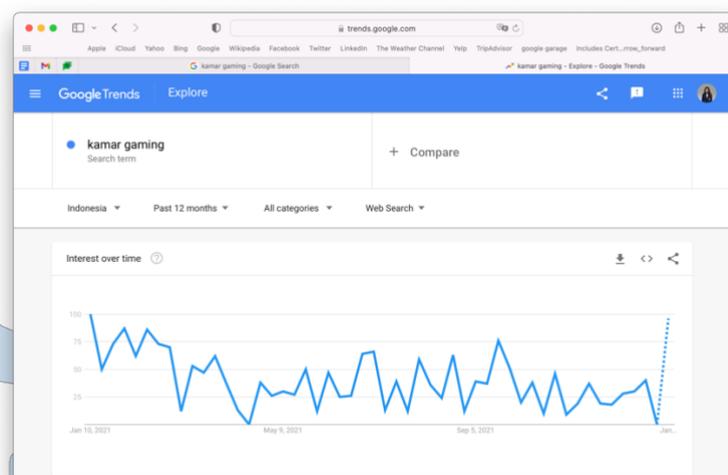
Setelah menyusun *outline* ini, saya akan menulis *draft* blog dan memastikan kata kunci beserta deskripsi meta yang berperan sebagai pendorong SEO telah menggunakan bahasa yang baik sehingga pengunjung akan merasa tertarik untuk meng-klik konten tersebut. Kemudian, saya juga memastikan setiap *link* produk telah terhubung ke laman penjualan yang sesuai sehingga pengunjung bisa langsung membeli produk yang dituju.

Dengan teknik ini, pengunjung akan merasakan *credibility* produk yang ditawarkan blog.

Setelah memastikan seluruh kredibilitas pesan telah tersusun dengan baik, maka pembimbing lapangan akan melakukan *monitoring* ulang dan revisi sebelum pesan ini didistribusikan di laman blog. Dengan pengecekan berulang ini, setiap pesan yang terlampirkan di dalam blog pos dapat terjamin kredibilitas informasinya. Kata kunci yang digunakan juga telah dipastikan sesuai dengan topik dan tren yang kekinian.

3) *Advertising, Publicity, PR*

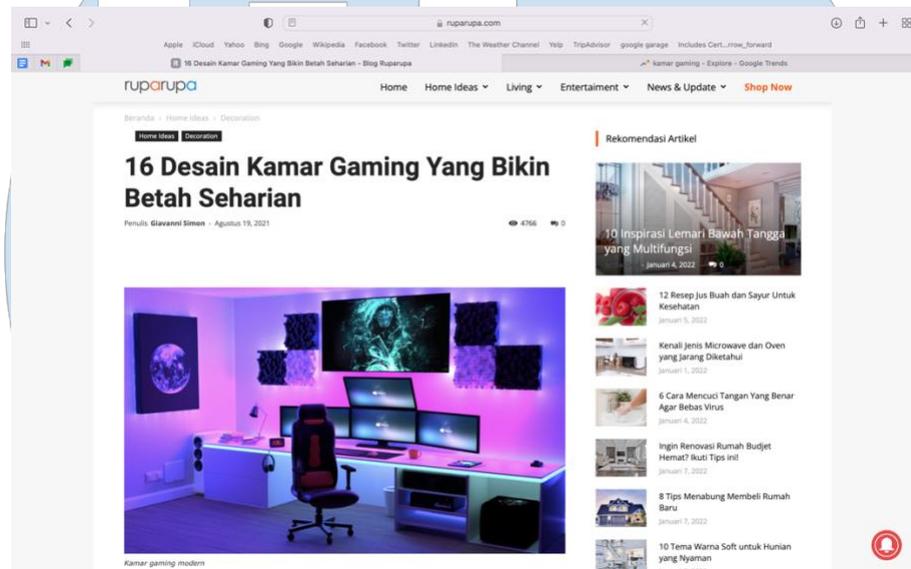
Setelah proses analisa dan perencanaan di atas, saya baru akan mempublikasikan konten secara organik ataupun mengiklankan konten tersebut. Selain itu, saya juga aktif melakukan riset mingguan dan bulanan terkait hasil *traffic* konten yang dibuat setiap minggunya. Tujuannya adalah agar perusahaan dapat mengetahui jenis konten, baik dari sisi tema, penulisan, dan kata kunci yang paling diminati oleh pembaca melalui *google analytics*. Faktor seperti inilah yang akan menjadi faktor penentu tingkat *traffic* pembaca.



(Sumber: googletrends, 2022)

Gambar 3. 4 Hasil *traffic* kata kunci kamar gaming di google trends

Salah satu bentuk realisasi penerapan konsep tersebut adalah pada artikel bertema kamar *gaming* yang saya rilis. Hingga saat ini, kata kunci kamar *gaming* terus mengalami peningkatan di *google trends*.

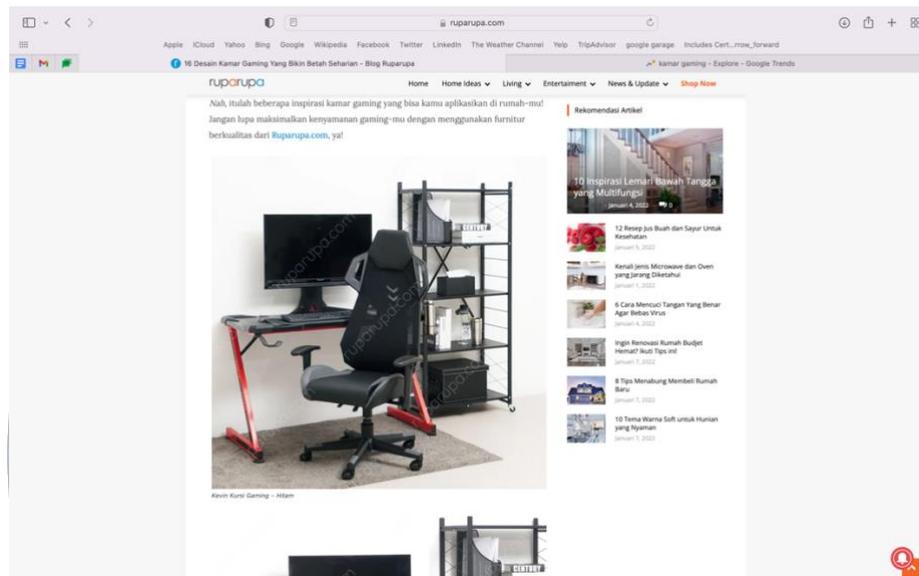


(Sumber: Ruparupa.com, 2022)

Gambar 3. 5 Artikel kamar *gaming*

Dari hasil riset tersebut, saya merilis konten artikel inspirasi desain kamar *gaming* pada blog Ruparupa. Di dalam konten tersebut, saya menerapkan teknik penulisan sesuai dengan konsep *planning*. Dikarenakan konten terkait membahas tentang desain, saya menyisipkan gambar inspirasi tema ruangan kamar *gaming* dengan harapan dapat menjadi daya tarik pembaca. Konsep ini juga berjalan selaras dengan menyajikan konten multimedia yakni menggunakan gambar yang bersifat *free license* dan diharapkan dapat menjadi salah satu faktor meningkatnya SEO.

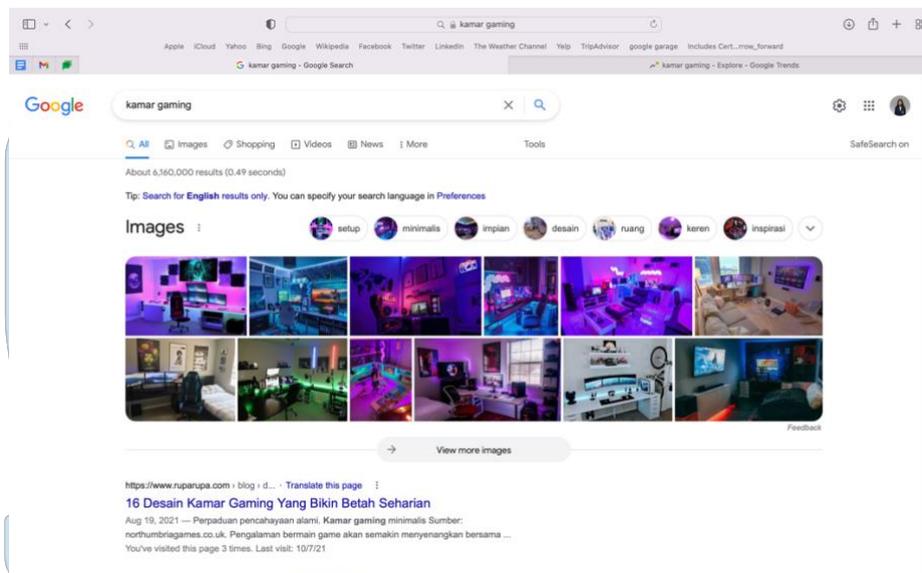
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(Sumber: Ruparupa.com, 2022)

Gambar 3. 6 Rekomendasi produk kamar *gaming* pada blog post

Salah satu upaya lain meningkatkan penjualan dan SEO adalah dengan menyisipkan rekomendasi produk yang sesuai dengan tema yang diangkat. Pada artikel ini mengangkat produk *gaming* yang tersedia di Ruparupa dan dapat menyesuaikan konsep kamar *gaming* pada gambar inspirasi.



(Sumber: google search, 2022)

Gambar 3. 7 Artikel kamar *gaming* di laman pertama Google

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Langkah terakhir adalah melakukan pemantauan terhadap konten yang telah dirilis. Pada konten kamar *gaming*, Rugarupa berhasil menduduki peringkat pertama di laman pertama pencarian Google. Berdasarkan hasil analisa saya, saya menilai penerapan konsep ini sangat efektif membantu perusahaan mencapai posisi pertama di laman pencarian pada konten blog post Rugarupa. Pentingnya melakukan publikasi konten pada masa pemberitaan yang sedang kekinian, didukung dengan konten edukasi dan multimedia yang tepat, maka konten blog bisa menjadi salah satu topik yang dicari oleh pembaca.

Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan poin pekerjaan berkaitan dengan konsep yang ada. Ini merupakan salah satu pekerjaan sebagai *SEO content writer*. Dalam hal ini, *SEO content writer* yang dilaksanakan oleh *intern* sudah menjadi penghubung komunikasi digital antara perusahaan dengan pembaca. Tujuan perusahaan dalam menyampaikan informasi pesan produk kepada pihak luar juga dapat terealisasi dengan baik. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa tugas *SEO content writer* di PT. Omni Digitama Internusa telah berjalan selaras dengan konsep yang diusung penulis. Keseluruhan konsep secara bersamaan mendukung teknik pengerjaan yang dilakukan oleh *intern*. Hal yang membedakannya adalah konsep *advertising* tidak menjadi fokus utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun hubungan dengan pembaca. Sebab, konsep ini bertolak belakang dengan tujuan utama *SEO*, yaitu untuk mendapatkan *traffic* secara organik.

Kemudian, peran saya sebagai penulis konten artikel berhubungan erat dengan tema dan produk yang dijual di Rugarupa.com. Secara keseluruhan, saya telah menghasilkan lebih dari 100 artikel dengan waktu penulisan setiap hari senin hingga jumat. Segala tugas *content writing* merujuk pada kaidah penulisan Bahasa Indonesia yang tepat dengan menggunakan KBBI sebagai patokan pemilihan kata. Saya juga bertanggung jawab dalam melakukan pengecekan plagiarisme dalam setiap konten yang telah saya buat. Maka dari itu, pembuatan pesan harus dilakukan dengan teliti dan sekreatif mungkin agar dapat meminimalisir kesalahan plagiarisme.

Pada akhir periode magang, saya juga diberi kesempatan untuk membantu tim divisi SEM (*Search Engine Marketing*) dalam mempublikasikan artikel blog secara berbayar dengan *Facebook Advertising*. Dengan ini, saya bisa mengetahui perbandingan metode *paid* dan *unpaid* guna membantu meningkatkan *traffic* kunjungan blog. Selain itu, saya bisa belajar mengeksplorasi perbandingan antar teknik dalam meningkatkan minat pembaca, seperti faktor jenis artikel, tampilan desain, kanal serta target sasaran, dan kata kunci terkait. Pasalnya, setiap teknik memiliki kelebihan dan kekurangan operasionalisasinya masing-masing. Saya sangat senang atas ketersediaan perusahaan dalam memberikan kesempatan percobaan ini sehingga bisa menambah pengalaman serta *soft skill* saya kedepannya.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan kerja magang ini tentunya saya juga mengalami beberapa kendala, yakni sebagai berikut:

- 1) Pemahaman perancangan kata kunci dan teknik penulisan yang tepat dalam menarik target audiens di dalam artikel blog. Pasalnya, terdapat perbedaan dalam pengajaran materi perkuliahan dengan realisasi di dunia kerja nyata. Hal ini disebabkan materi perkuliahan yang cenderung dominan membahas teori dari SEO dan penulisan artikel secara umum. Sedangkan, di dalam praktik kerja saya diberikan wawasan atau pemahaman lebih dalam merealisasikan penggunaan *digital marketing* SEO di dalam *website blog* secara langsung.
- 2) Pada awal periode magang, saya masih cukup asing dengan pembahasan SEO sehingga sulit menulis dekripsi meta yang baik dan menjual.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala tersebut, supervisor perusahaan memberikan solusi yang solutif, yakni:

- 1) Melakukan bimbingan harian bersama pembimbing lapangan dalam memberikan *short course* serta materi referensi seputar SEO dan *content writing*.
- 2) Saya mendapatkan pelatihan dan eksekusi secara riil untuk dapat memahami peran SEO *Content Writer* di industri digital melalui pengalaman kerja di *e-commerce*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA