

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Organisasi

Kedudukan dan Koordinasi pada praktek kerja magang dilakukan dalam divisi *Digital Marketing* dan diposisikan pada bagian *SEO Specialist* yang bertugas untuk meningkatkan *organic traffic* dari sebuah website sesuai dengan prosedur yang diberikan seperti dalam pencarian *keyword*, melakukan optimasi, pencarian *backlink* serta pembuatan *PBN article* (private blog network) di PT HashMicro

Selama pelaksanaan kerja magang berlangsung ada beberapa tools yang digunakan untuk mendukung pekerjaan yaitu seperti Ahrefs, Semrush, Ubersuggest, Google search console, google analytic yang digunakan untuk mengembangkan *organic traffic* sebuah website.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Kewajiban dari seorang *SEO Specialist Intern*, mencakup melakukan *keyword research*, membuat kerangka konten artikel, mengoptimalkan konten artikel di halaman situs *web* klien agar *SEO friendly*, mengisi *SEO Checklist*, membuat *Analytics Report* dan *SEO Report*, serta melakukan pemeriksaan *broken link*.

Beberapa tugas yang diberikan selama praktek kerja magang berlangsung adalah sebagai berikut:

1. Mencari *keyword* untuk meningkatkan *organic traffic* website Hashmicro.
2. Melakukan optimasi artikel untuk meningkatkan ranking dari sebuah website ke halaman pertama pencarian google.
3. Mencari *backlink* dengan metode *white hat* dan *gray hat* untuk meningkatkan *traffic* website Hashmicro.
4. Menulis *PBN* (private blog network) agar dijadikan sebagai *backlink* untuk meningkatkan *organic traffic*.
5. Melakukan *issue fix* terhadap artikel yang rusak seperti, *image broken*, *link broken*, *cta broken*, *redirect link*, dll.

3.3 Analisis dan Perancangan

Suatu sistem yang dibangun tidak akan terlepas dari kondisi atau keadaan sesungguhnya. Dengan berbagai alasan untuk mendorong membangun suatu sistem yang lebih baik sesuai dengan tuntutan penyampaian Informasi yang cepat, tepat dan mudah. Untuk memenuhi kebutuhan dari setiap kegiatan maka akan dirancang suatu Sistem SEO Terhadap website sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan traffic dari sebuah website tersebut. Selain itu untuk membangun sebuah sistem dibutuhkan adanya masukan berupa data yang nantinya akan diproses oleh sistem sehingga dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada penggunanya.

3.3.1 Analisa Kebutuhan

Tahapan yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan analisa apa saja yang dibutuhkan oleh SEO. Kebutuhan-kebutuhan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Wordpress sebagai media pendukung dalam penulisan artikel untuk mencapai leads ataupun traffic.
2. Wordpress Plugin sebagai bantuan untuk lebih meningkatkan performa dari sebuah wordpress.
3. Google Analytics guna untuk menganalisis kunjungan dan impresi yang dilakukan oleh audience kepada website Hashmicro
4. Google Search console sebagai sarana untuk melakukan indexing terhadap google.
5. Parkir Berita untuk pembuatan PBN (private blog network).
6. SEO tools (*Ubersuggest dan Ahrefs*) merupakan hal yang penting karena dapat membantu dalam pencarian *keyword* baru serta melakukan *site auditing*.

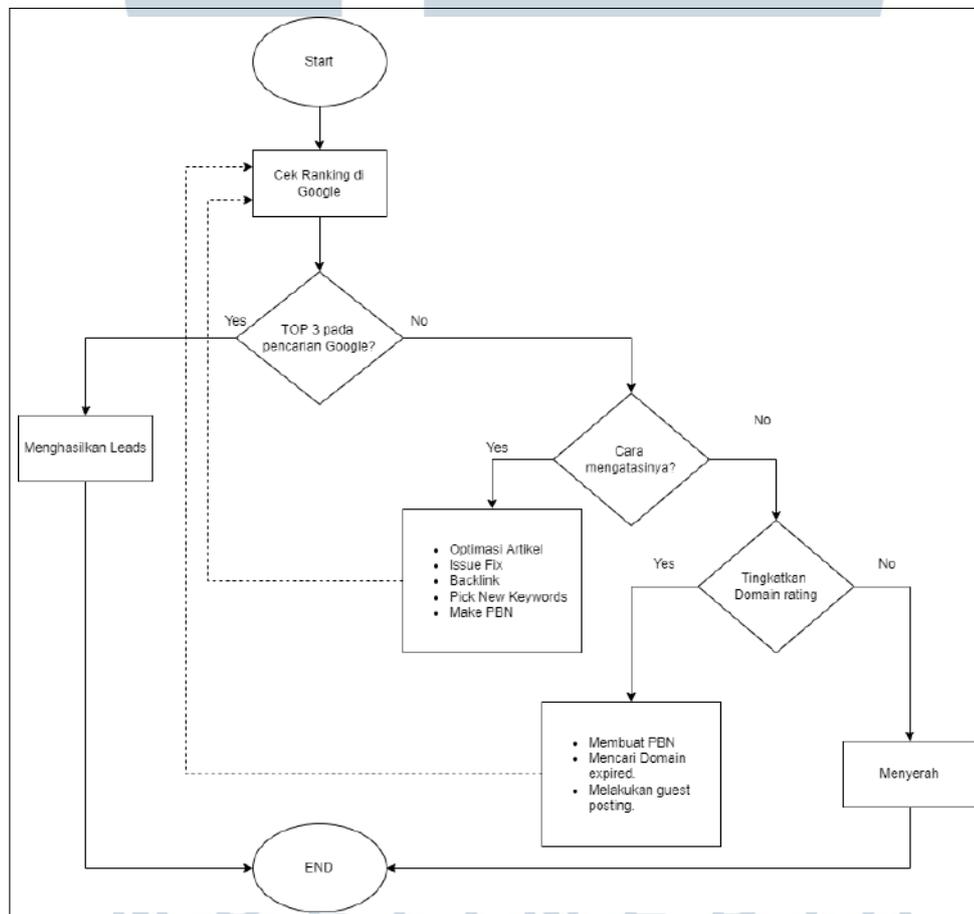
3.3.2 Perancangan Sistem

Setelah melakukan analisa kebutuhan, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah merancang sistem SEO. Pada tahap ini, dengan merancang Flow sistem SEO sehingga dapat menentukan metode apa saja yang dibutuhkan oleh Website, serta

fungsi-fungsi apa saja yang akan digunakan saat pembuatan sistem. Untuk membangun sistem ini, Dengan menggunakan beberapa metode yang dapat menunjang peningkatan *traffic* website Hashmicro. Berikut Flow sistem SEO yang digunakan:

A. Flow Sistem perancangan SEO

Flow Sistem perancangan SEO pada Gambar 3.1 adalah project praktik kerja magang pada PT Hashmicro Indonesia. Berdasarkan *activity* tersebut, SEO menggunakan berbagai banyak metode untuk mencapai kesuksesan seperti, *SEO On Page*, *keyword Research*, *issue fixing*, Link building, dan membuat PBN. Hal tersebut akan diimplementasikan terhadap website perusahaan PT Hashmicro.



Gambar 3.1. Flow Sistem perancangan SEO

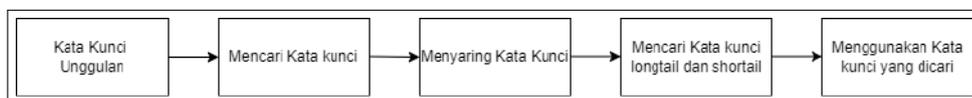
Hal pertama yang perlu di lakukan adalah melihat rank website anda terlebih dahulu. Apakah website Hashmicro sudah berada di top tiga dimesin pencarian seperti google, microsoft edge, dan lainnya. Jika website kita telah berada di rangk-

ing 3 pada mesin pencarian google. Yang perlu kita lakukan adalah melakukan optimasi agar menjadi ranking 1 dan selalu menjaga konsistensi ranking website kita. Jika belum, dapat dipikirkan hal yang perlu kita lakukan agar dapat bersaing dengan ranking teratas.

Kemudian, hal yang perlu dilakukan adalah melakukan serangkaian metode seo yaitu dengan mengoptimasi website, link building, *issue fix* dan lainnya. Setelah itu kembali lagi dengan mengecek ranking website ada pada mesin pencarian. Selain itu diperlukannya juga relasi dengan partner agar dapat mendapatkan domain authority terhadap website kita semakin baik. sehingga mampu membawa website menjadi top ranking pencarian pada mesin pencari.

B. *keyword Research Diagram*

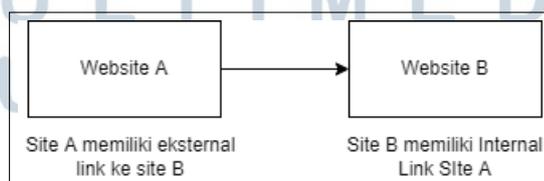
Terlihat pada diagram dibawah bahwa *keyword research* memiliki lima rangkaian berupa kata kunci unggulan, pencarian kata kunci, menyaring kata kunci, mencari longtail dan shortail *keyword*, lalu mengimplementasikan kata kunci yang telah dicari. Hal ini dapat digunakan untuk menarik *audience* terhadap website kita sehingga dapat menarik lebih banyak impresi.



Gambar 3.2. Flow Sistem perancangan SEO

C. *Backlink Diagram*

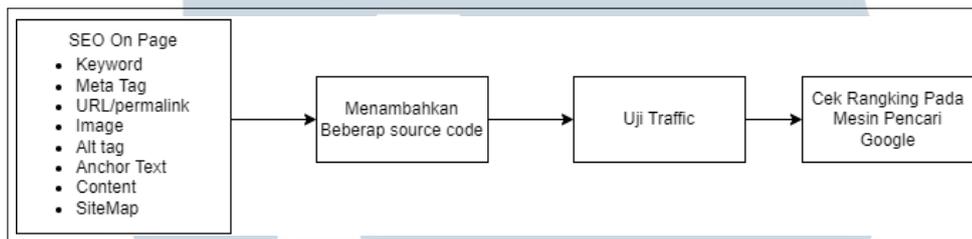
Terlihat pada Gambar 3.3 bawah backlink dapat terjadi ketika website A memiliki sebuah link eksternal dari website lain sehingga akan menambahkan domain authority yang berguna untuk menambahkan kualitas dari sebuah website. Dan diarahkannya link internal Website A menuju Website B (*Moneysite*) sehingga *traffic* juga akan meningkat kedalam website B.



Gambar 3.3. Flow Sistem perancangan SEO

D. *SEO On Page* Diagram

Pada Gambar 3.4 Terlihat bahwa *SEO On Page* merupakan sebuah teknik SEO yang difokuskan untuk optimasi pada internal website. Aktifitas On Page ini menyangkut rekayasa terhadap elemen dan isi sebuah website. Berikut bagan dari *SEO On Page*, yaitu *keyword*, *meta tag*, *URL/permalink*, *image*, *alt tag*, *anchor text*, *content*, dan *sitemap*.



Gambar 3.4. FLOW sistem *SEO On Page*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.4 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang diuraikan seperti pada Tabel dibawah ini:

Tabel 3.1. Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Kegiatan	Waktu	Output	Koordinasi
Persiapan			
Product Knowledge	Minggu ke 1-2	Pengetahuan mengenai Produk Perusahaan	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Perancangan & Implementasi			
Analisis Data Dan Melakukan Optimasi Artikel	Minggu ke 3-20	Meningkatkan Organik Traffic dari website Hashmicro	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Identifikasi <i>keyword</i> Dengan Traffic Tinggi	Minggu ke 3-20	Meningkatkan Organic <i>keywords</i> dari website Hashmicro.	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Mencari Link Building/ Backlink	Minggu ke 3-20	Meningkatkan Domain Autohity website Hashmicro	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Memperbaiki <i>issue fix</i>	Minggu ke 3-20	Mmeningkatkan Health Score dari website Hashmicro.	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Membuat PBN (Private Blog Network)	Minggu ke 8-20	Artikel PBN sebagai tempat backlink.	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Mencari Domain Expired	Minggu ke 10-12	Membeli PBN agar menjadi tempat published dari PBN yang telah dibuat.	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)
Hasil Implementasi			
Analytics Report dan SEO Report	Minggu ke 16-20	Mencatat Hasil dari Kinerja implementasi SEO berupa Peningkatan <i>organic traffic</i> .	Mentor SEO Specialist (Dias Marendra)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa setiap minggunya, peserta magang ditugaskan untuk melakukan *SEO On Page* yang pada dasarnya membuat berbagai konten (artikel) yang lebih *SEO-friendly*, menarik, mudah dibaca, dan sesuai dengan *search intent user* (tujuan pengguna melakukan penelusuran di mesin pencarian). Pembuatan konten ini juga memerhatikan berbagai aspek SEO seperti *title tag*, *meta description*, *headings*, *internal links*, dan *page speed*. Dengan demikian, diharapkan berbagai konten ini bisa berada di peringkat tinggi halaman pencarian. Per minggunya, juga melakukan optimasi ulang (*reoptimization*) konten lama sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan trend perusahaan saat ini.

Selain itu, dengan melakukan *keyword research* menggunakan software Ahrefs untuk mencari berbagai kata kunci yang sekiranya memiliki volume pencarian yang tinggi sehingga bisa dimasukkan ke dalam konten. Ini dilakukan agar dapat mendorong konten berada di halaman pencarian pertama. Dalam proses kerjanya, biasanya berkoordinasi dengan lead (supervisor) sehingga menghasilkan *organic traffic*.

3.4.1 *SEO On Page*

SEO (search engine optimization) merupakan fungsi pemasaran teknis yang bergantung dalam pembuatan konten, perkembangan teknologi, dan keberhasilan suatu situs web pada pencarian organik. SEO sendiri terbagi menjadi dua, yakni *SEO On Page* dan *SEO Off Page*.

SEO Off-page adalah keseluruhan proses pengoptimalan situs web Anda secara eksternal untuk meningkatkan keberhasilannya di mesin pencarian. Sementara, *SEO On Page* didefinisikan menjadi langkah-langkah menaikkan kinerja pada situs web secara holistik sebagai akibatnya website bisa dibaca oleh mesin pencari. Hal ini pula termasuk penyajian konten laman ataupun penggunaan judul.

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk mencapai SEO on-page yang sukses. Yaitu, permalink, tag judul, deskripsi meta, judul, konten, atribut ALT, tautan internal, dan kecepatan halaman.

Hashmicro Blog sendiri melakukan *SEO Off Page* dan *SEO On Page*. Namun, dalam praktik magang, peserta pelatihan menganggap serius SEO pada halaman hanya dalam hal tag judul, deskripsi meta, tajuk utama, konten, tautan internal, dan kecepatan halaman. Di bawah ini adalah deskripsi aplikasi SEO pada halaman yang dijalankannya:

A. *Title tag/ Meta Tag*

Terdapat 500 faktor sebagai salah satu penentuan peringkat Google adalah *title tag*, yakni merupakan judul halaman situs *web* dalam mesin pencarian. Peranan *title tag* sangatlah penting dalam *SEO On Page* karena dapat meningkatkan rasio klik dan keuntungan secara signifikan dalam pencarian organik. Oleh karena itu, harus lebih memerhatikan penggunaan *title tag*. Terdapat empat poin yang dapat dilihat dalam membuat *title tag*, yakni sebagai berikut.

1. judul maksimal 70 karakter.
2. Judul yang bagus menawarkan nilai tambah bagi pembaca dan mendorong mereka untuk berkunjung situs web.
3. Setiap URL memiliki judul.
4. Menulis PBN agar dijadikan sebagai backlink untuk meningkatkan *organic traffic*.
5. Memasukkan kata kunci utama pada judul. Bahkan, jika mungkin diletakkan di awal judul.

Hashmicro sendiri memberlakukan ketentuan *title tag* maksimal 60 karakter agar tidak terlalu panjang. Hal ini dikarenakan *search engine* umumnya tidak menampilkan *title tag* yang terlalu panjang. Selain itu, biasanya juga mencantumkan angka pada awal *title tag*. Terlebih lagi, jika artikel tersebut menawarkan informasi yang lebih banyak dibandingkan kompetitor. Sebagai contoh, “15 manfaat tidur siang”, sedangkan judul *title tag* kompetitor “10 manfaat tidur siang”. Tentu, hal ini akan menjadi nilai tambah artikel Blog Hashmicro dibandingkan situs web lainnya. *keyword* utama juga wajib untuk dimasukkan ke *title tag* website artikel Hashmicro agar mendorong halaman situs *web* di Google.

B. *Meta Description*

Meta description adalah deskripsi yang lebih panjang dari konten di halaman situs web yang ditampilkan di SERP bersama dengan *SEO Title*. Pada praktiknya, perlu menerapkan beberapa hal penting ketika membuat *meta description*. Pertama, *meta description* berjumlah sekitar 155-160 karakter, termasuk spasi. Kedua,

meta description mencantumkan *targeted keyword*. Ketiga, *meta description* relevan dengan konten sehingga target audiens telah memperoleh gambaran mengenai isi artikel sebelum mengeklik halaman situs web.

Meskipun tidak mempengaruhi peringkat halaman situs web secara langsung, *meta description* yang ditulis dengan baik mampu menarik banyak "klik" dari target audiens. *Meta description* dapat ditutup dengan CTA (call to action) yang mengajak target audiens untuk membaca konten artikel, misalnya "baca di sini". Mengingat panjang *meta description* yang terbatas, penggunaan CTA menjadi opsional. Sebagai aspek yang dilihat pertama kali oleh target *audiens* di SERP, *meta description* tetap harus mengutamakan poin utama dari konten artikel terlebih dahulu, lalu CTA.



Gambar 3.5. Meta description artikel Hashmicro Blog

C. Text/ Content

Artikel yang telah dioptimasi dapat mendorong *SEO On Page* yang lebih baik sehingga menghasilkan *content* yang menarik. Dalam membuat konten ini, ada beberapa hal penting yang perlu dilakukan, yakni penggunaan pertanyaan (*who, what, when, why, where, how*), konten yang unik, dan konten yang sesuai dengan target audiens. Peserta Magang sendiri bisa melihat artikel dari kompetitor lain untuk menentukan jumlah kata yang ideal dan lama publikasi artikel. Sebaiknya, Menggunakan referensi berdasarkan sepuluh pencarian teratas..

Dalam praktik kerja magang, telah ditugaskan untuk membuat Stuktur konten (artikel) dari berbagai kategori Produk yang tersedia di website Hashmicro yaitu: *ERP, Manufacturing, Accounting, HRM, FB, Financial, gadget teknologi, Retail, Management, Dan lainnya*. Untuk membuat Stuktur konten, perlu dilakukan *research* mendalam terlebih dahulu mengenai topik yang ditentukan. Setelah itu, mulai menjabarkan poin-poin dalam konten yang ingin disampaikan dan dengan memerhatikan struktur *heading, brief*, dan mencantumkan referensi, serta mencan-

tumkan *keyword* yang telah diresearch sendiri. Jika konten telah diperiksa dan disetujui oleh lead, maka konten pun akan di serahkan kepada tim content writer untuk dibuat dan di-publish. Semua *keyword* dan *content brief* ini diketik di *Spreadsheet* yang disediakan, sehingga dapat ditinjau oleh pembimbing magang.

Keyword	Search Volume (K)	Type Konten	Keyword Difficulty	Planning Konten	Panjang Artikel	Assigned To	Kategori	SEO Staff
Manufacturing industry Manufacturing industry manufacturing process	10	Evergreen	High	Title: What is Manufacturing Industry? <Open>: Brief explanation about the manufacturing industry <H2>: What is Manufacturing? <H2>: What is the goal of the manufacturing industry? <H2>: Economic Importance <H2>: Components of the Manufacturing Industry <H2>: The Future of Manufacturing <H2>: Conclusion (Manufacturing automation)			https://www.concretebusiness.com/what-is-the-manufacturing-industry/ https://www.entrepreneur.com/what-is-the-manufacturing-industry/	Aggr
Human Resources Industry	30	Evergreen	Low	Title: Human Resources Industry trends in 2022 <Open>: Brief explanation about Human Resource <H2>: Human Resources Trends <H2>: Hybrid Work Model <H2>: Reskilling, Upskilling, and Flexible Development <H2>: People Analytics and Automation <H2>: Power Skills Play a Key Role <H2>: Diversity, Equity, and Inclusion in the Spotlight <H2>: Cyber Security: To Become Even More Important <H2>: What will be the need in human resources? <H2>: Conclusion (HRM)	600 Words		https://www.scoop.intel.com/human-resources/ https://www.linkedin.com/pulse/human-resources-trends-2022/ https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-03-24-gartner-research-hybrid-work-model	Marin
Wholesale Distributor Industry	10	Evergreen	Easy	Title: Wholesale Industry trends & Challenges in 2022 <Open>: Brief explanation about Wholesale Industry <H2>: Wholesale Industry Trends <H2>: Industry economic trends and an outlook for the future <H2>: Direct-to-consumer selling cuts out wholesalers <H2>: Online retail service becomes vital <H2>: B2B e-commerce platform enables transformation <H2>: Omnichannel e-commerce is the new B2B standard <H2>: Cyber Security: To Become Even More Important <H2>: Challenges in the Wholesale Distribution Industry <H2>: Navigating Challenges <H2>: Growth Drivers for Wholesale Distribution <H2>: Conclusion (Wholesale)	600 Words		https://www.researchandmarkets.com/research/wholesale-distributor/ https://www.icsk.com/blog/wholesale-distribution/	Marin
electronic industry	148	Evergreen	Medium	Title: Electronic Industry: Trends, Challenges and Opportunities <Open>: Brief explanation about electronic industry <H2>: Key segment of electronic industry <H2>: Electronic industry opportunities in Singapore <H2>: Electronic industry value chain <H2>: Key trends in electronic industry <H2>: Challenges in electronic industry <H2>: Shaping the Consumer Smart Electronics Device <H2>: Short Product Lifecycle <H2>: Eco-Accommodating Packaging <H2>: Case Study: From 700 to 1000 Products	1000 words		https://ibidocdata.com/electronic-industry-trends-what-the-future/ https://www.prd.com/news/2022/03/24/electronic-industry-trends-what-the-future/ https://www.the-southcoast.com/news/electronic-industry-trends-what-the-future/	Marin

Gambar 3.6. *keyword* dan Struktur konten yang dibuat

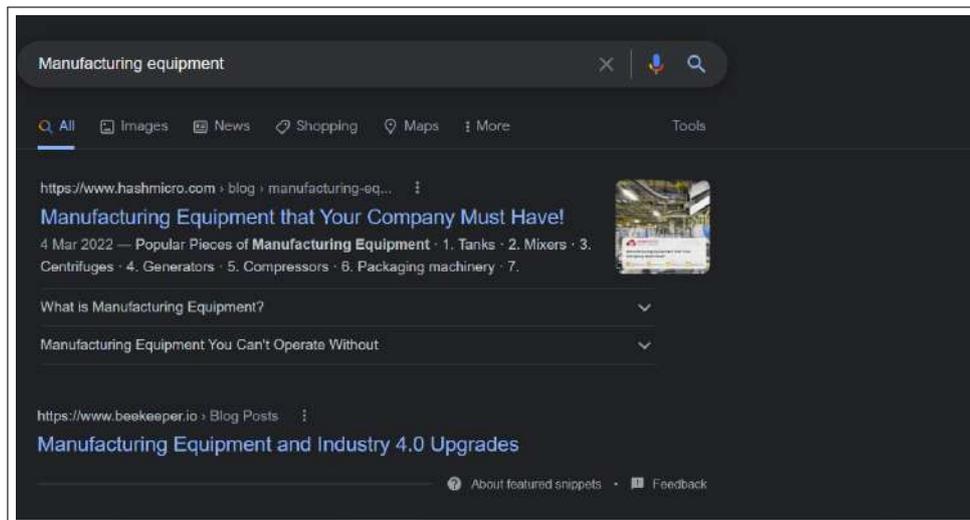
Berikut adalah beberapa contoh *keyword* yang telah diresearch dan telah ditulis oleh tim *content writer*:

	Date	Article Link	Title	Author	Main Keyword	Search Volume	Content Density (Word Count)	Content Type	Country	Incharged SEO Staff
18	Monday, April 25th, 2022	https://www.hashmicro.com/blog/finance-fields/	Top 5 Career Options in Finance Fields	Fanni Hooifoght	Finance Fields	30	1385 words	Charpion	SG	Marin
19	Monday, April 25th, 2022	https://www.hashmicro.com/blog/manufacturing-help-equip-with-3d-printing/	Manufacturing Help Equip with 3D Printing	Adelia	manufacturing help equip	10	1055 words	Charpion	SG	Juliana
21	Wednesday, April 27th, 2022	https://www.hashmicro.com/blog/manufacturing-trends-3d-printing/	Latest about 3D Printing Industry and its Challenges	Chelisa	3D Printing Industry	110	1049 words	Powerman	SG	Marin

Gambar 3.7. Artikel yang telah dipublish

Total *keyword* baru yang telah ditulis oleh peserta magang selama 125 hari kerja magang adalah 250 *keyword*. Namun, tidak semua *keyword* ditulis artikelnya di hashmicro Blog, hal ini tergantung pada urgensi. Apabila *keyword* yang dibuat adalah *trending topic*, konten harus segera mungkin dibuat dipublikasikan di hari itu juga.

Beberapa konten yang telah ditulis juga berhasil mendapatkan peringkat atas di mesin pencari Google. Salah satunya adalah artikel berjudul “*Manufacturing equipment*”.



Gambar 3.8. *keyword* yang telah menjadi Rank 1

Dengan menggunakan SERP Checker dari Ahrefs untuk mengetahui posisi artikel per 12 Mei 2022. Jika menggunakan *keyword* “*Manufacturing equipment*”, artikel ini telah menduduki posisi pertama di mesin pencarian Google (Ubersuggest, 2022) dengan jumlah URL Rating (UR) adalah 13, traffic adalah 1.833.

POSITION	KEYWORD	CHANGE	VOL	SD	URL
1	manufacturing equipment English / Singapore	3 → 1 ▲ 2	20	59	https://www.hashmicro.com/blog/manufacturing-equipment/

Gambar 3.9. *keyword* yang telah menjadi Rank 1

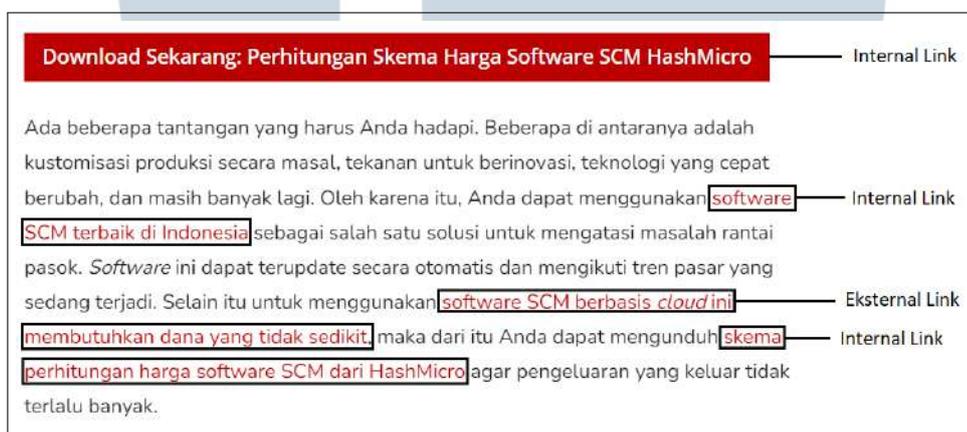
D. *Internal Link Eksternal Link*

Internal link atau tautan internal dalam situs web merupakan salah satu aspek penting dalam algoritma *Google ranking*. Tautan internal biasanya diklik sehingga dapat dilihat tautan tersebut menjadi varian yang unik. Tautan yang bisa dikategorikan bagus adalah sebagai berikut:

1. Berada di area konten (Anchor text).
2. Bisa ditemukan di awal teks.
3. Dikenali oleh pembaca sebagai tautan (tautan disorot atau digaris bawahi).
4. Dihubungkan langsung ke masing-masing teks.
5. Ditempatkan pada halaman yang memiliki banyak pengunjung.

6. Bersaing dengan sedikit tautan lainnya.

Di Hashmicro sendiri, dengan mencantumkan *internal link* di dalam konten agar visibilitas konten lain bisa meningkat. Tautan internal yang dipaparkan umumnya berkaitan dengan konten yang ditulis. Sebagai contoh, artikel membahas mengenai contour ERP, maka internal link yang dimasukkan juga berkaitan dengan make up (contoh: ERP). Tautan internal ditulis dengan warna biru sehingga dapat dengan mudah dikenali oleh para pembacanya. Apabila pembaca menekan tautan internal tersebut, pembaca akan langsung berpindah ke halaman web lain. Dalam satu website artikel di Hashmicro, umumnya memaparkan 3-5 tautan internal. Berikut adalah contoh internal link yang ditautkan di konten:



Gambar 3.10. *Internal Eksternal Link* Hashmicro Blog

E. *Pagespeed*

Pagespeed adalah durasi yang diperlukan untuk membuka sebuah halaman situs *web*. Google menjadikan *pagespeed* sebagai salah satu faktor peringkat. Selain itu, kecepatan halaman tidak hanya penting bagi Google, tetapi juga untuk pengalaman pengguna yang lebih baik lagi. Maka dari itu, juga ditugaskan untuk melakukan optimasi gambar agar ukuran gambar menjadi lebih kecil sehingga konten yang ada di Hashmicro Blog bisa diakses dengan cepat oleh pembaca. Gambar yang telah dioptimasi ini diunggah ke dalam *wordpress*.

F. *Slug*

Slug adalah bagian dari struktur URL yang mengidentifikasi halaman tertentu di situs web dalam bentuk yang mudah dibaca (Yoast, 2019). Pada praktiknya,

perlu menerapkan beberapa hal penting ketika membuat *slug*. Pertama, *slug* ditulis dalam huruf kecil tanpa angka dan setiap kata dipisahkan menggunakan tanda penghubung (-). Kedua, *slug* tidak terlalu panjang agar semakin mudah untuk copy dan paste URL atau membacanya di ruang yang terbatas, baik mobile view maupun desktop view. Ketiga, *slug* mencantumkan targeted *keyword*. Keempat, *slug* relevan dengan konten sehingga target audiens telah memperoleh gambaran mengenai isi artikel sebelum mengeklik halaman situs web. Kelima, *slug* tidak boleh diganti setelah konten artikel di-publish. Hal ini mempengaruhi halaman situs web yang telah ter-index oleh Google sehingga mengacaukan data *traffic*.



The image shows a rectangular input field with the label 'Slug' in the top left corner. Inside the field, the text 'yoy-growth' is entered.

Gambar 3.11. Slug Hashmicro Blog



The image shows a rectangular field containing the text 'Permalink: <https://www.hashmicro.com/id/blog/yoy-growth/>' followed by a blue button labeled 'Sunting'.

Gambar 3.12. Permalink Hashmicro Blog

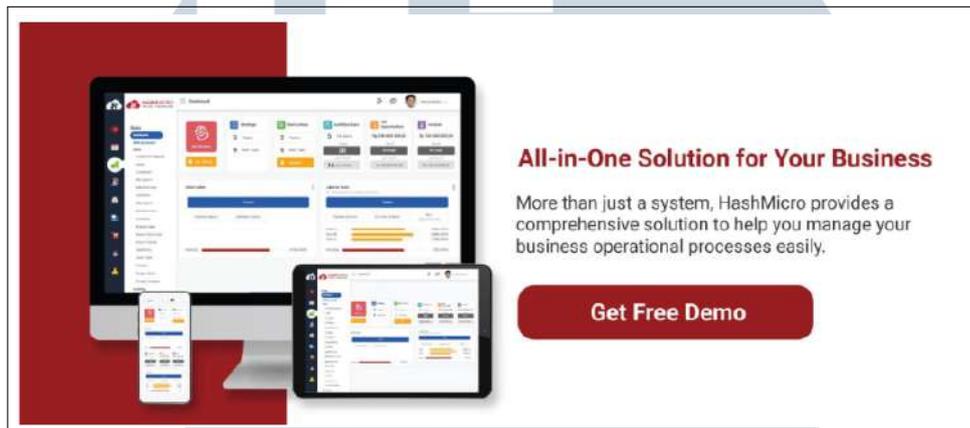
G. *Reoptimization Content*

Konten dalam artikel harus terus diperbarui. Hal ini karena informasi terus berubah dari waktu ke waktu dan tidak selalu relevan dengan situasi saat ini. Oleh karena itu, Hashmicro Blog juga selalu melakukan optimasi konten agar masih relevan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Setiap harinya diberi tanggung jawab untuk melakukan optimasi dua konten lama dengan brief dan *keyword* yang telah ditetapkan oleh *lead SEO Content*. Optimasi kembali situs *web* meliputi Selain itu, di perlukannya juga pengeditan di bagian html untuk pembuatan daftar isi dan *FAQ schema*. lalu, menambahkan *CTA banner* (Produk Hashmicro). *issue fix* juga perlu di perhatikan jikalau ada Link yang rusak dan gambar yang rusak ataupun penambahan informasi sehingga konten lebih sesuai dengan situasi saat ini. Serupa dengan penulisan artikel baru, dengan link konten yang telah dioptimasi kembali diletakkan pada *spreadsheet* yang akan ditinjau oleh pembimbing magang. Apabila telah ditinjau dan maka akan dilanjutkan

oleh tim *content writer*. Berikut merupakan Optimasi yang dilakukan terhadap blog Website Hashmicro:

Gambar di bawah ini merupakan banner hashmicro yang akan di pasang tautan internal terhadap penggunaan uji coba terhadap produk dari hashmicro. Banner ini akan di pasang pada bagian atas artikel Sebelum sub heading satu.



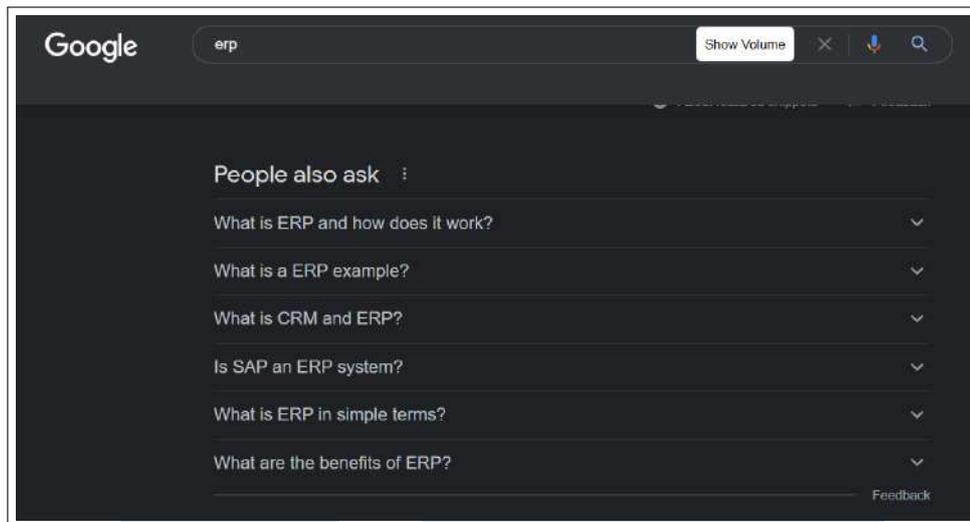
Gambar 3.13. CTA BANNER HASHMICRO

Selain itu terdapat banner lain yaitu banner produk. Banner produk berfungsi untuk membantu konsumen untuk mengenali informasi mengenai produk tersebut. Banner ini akan diletakkan pada bagian *conclusion* dari sebuah konten.



Gambar 3.14. CTA BANNER PRODUK HASHMICRO

Berikutnya ada *FAQ Schema*, *FAQ schema* adalah hal yang penting yang perlu diletakkan dalam sebuah konten. Karena dengan menambahkan *FAQ Schema* maka akan menjadi nomor satu dalam pencarian *traffic* maka akan diberikan hak istimewa dari google yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.15. *FAQ Schema*

Dan yang terakhir adalah daftar isi, hal ini berguna untuk menjadi panduan konsumen untuk melihat isi konten yang mana saja menjadi lebih mudah. Daftar isi diletakkan di bawah banner hashmicro sebelum sub heading pertama.

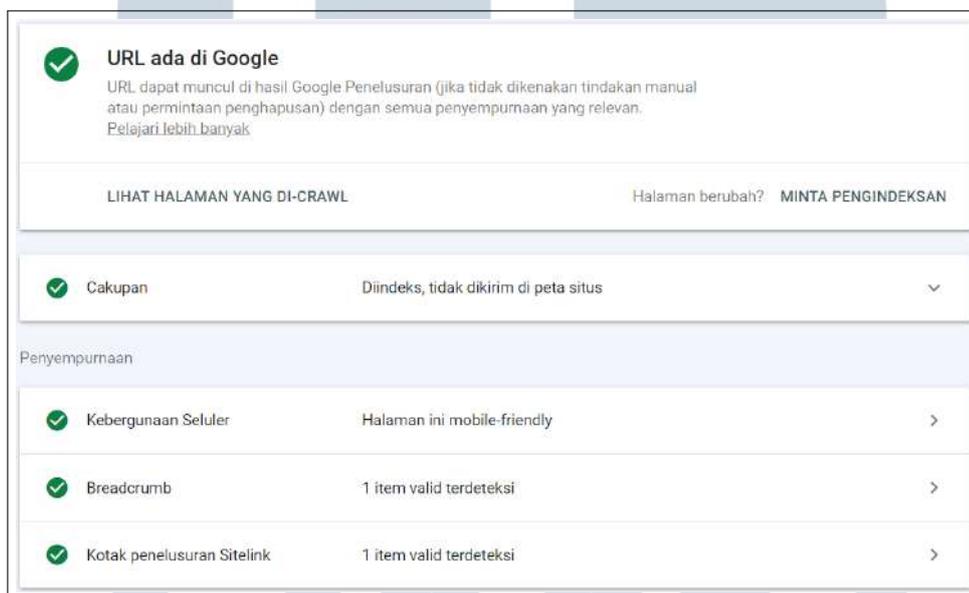
```

<div id="toc_container">
<h2><strong>Table of Content</strong></h2>
<ul class="toc_list">
<li><a href="#what">What is YOY (Year-Over-Year) Growth</a></li>
<li><a href="#benefit">The Benefits of YOY Growth</a>
<ul>
<li><a href="#1">Precise and accurate performance</a></li>
<li><a href="#2">Simple tracking and counting</a></li>
<li><a href="#3">Better understand what improvements can be made</a></li>
</ul>
</li>
<li><a href="#how">How to Calculate YOY Growth</a>
<ul>
<li><a href="#4">Determine the period you want to compare</a></li>
<li><a href="#5">Retrieve company data at the specified time</a></li>
<li><a href="#6">Calculate with YOY formula</a></li>
<li><a href="#7">Analysis and evaluation of total profits</a></li>
</ul>
</li>
<li><a href="#importance">The Importance of YOY Growth for Small Businesses</a>
<ul>
<li><a href="#8">Evaluate which ones require more funding</a></li>
<li><a href="#9">Understand business efficiency</a></li>
<li><a href="#10">Negotiating materials for product prices</a></li>
</ul>
</li>
<li><a href="#business">The Importance of YOY Growth for Seasonal Businesses</a></li>
<li><a href="#kesimpulan">Conclusion</a></li>
</ul>
  
```

Gambar 3.16. *Tabel Of Content*

Sebelum halaman situs web ditampilkan di SERP, Google menjalankan tiga

proses. Pertama, Google menjalankan proses *crawling*, menjelajahi situs web untuk menemukan halaman yang relevan dengan *keyword* yang dimasukkan target *audience* di mesin pencari. Kedua, Google menjalankan proses *indexing*, mengumpulkan dan menyimpan informasi halaman di situs web di database. Sehingga, memanfaatkan tool Google Search Console untuk request *indexing* agar Google kembali melakukan *indexing* halaman situs web apabila ada perubahan. Ketiga, Google menjalankan proses ranking, mengurutkan halaman situs web yang ditampilkan di SERP, mulai dari yang paling relevan hingga kurang relevan dengan *keyword*. Hal ini juga dipengaruhi oleh beberapa factor lain[2]



Gambar 3.17. Request Indexing di Google Search Console

H. Keyword Research

keyword research atau riset kata kunci adalah salah satu aktivitas yang paling penting dan menghasilkan keuntungan tinggi di mesin pencari. Melalui kata kunci, perusahaan Hashmicro tidak hanya mengetahui produk ataupun istilah yang ditargetkan SEO. Dengan melakukan riset kata kunci membuat perusahaan dapat menghasilkan *leads* yang diberikan dari konten yang telah dibuat. Kata kunci yang diperoleh nantinya akan ditempatkan di konten sehingga situs web bisa tampil di peringkat tinggi dalam hasil pencarian organik secara gratis. Pada umumnya, kata kunci atau *keyword* dapat berupa satu kata ataupun kombinasi kata. Namun, *keyword* dengan satu kata tentu sangat kompetitif dan sulit untuk mendapatkan peringkat tinggi dalam mesin pencarian.

Hal pertama yang dilakukan adalah pembelajaran mengenai produk yang ada di hashmicro, kemudian mulai mencoba melakukan pencarian *keyword* yang berhubungan dengan *keyword* tersebut. Pencarian kata kunci dilakukan dengan menggunakan Ahrefs dan ubbersuggest, menganalisis pesaing, melacak peringkat, mempelajari kebutuhan pelanggan, dan mengetahui konten terbaik dalam situs *web*. struktur konten terbagi tiga jenis, yakni kata kunci Champion, Evergreen, dan Supportive. Berikut adalah penjelasan:

1. **Kata Kunci Champion** adalah kata kunci yang digunakan untuk menjabarkan produk yang ada pada perusahaan hashmicro. Dengan kata kunci champion maka akan memudahkan para konsumen untuk mencari produk apa saja yang diperlukan pada perusahaan mereka. Contoh dari kata kunci ini adalah "Software ERP".
2. **Kata Kunci Evergreen** adalah kata kunci yang tidak akan pernah ketinggalan zaman. Sehingga, kata kunci ini akan selalu relevan untuk dicari hingga kapanpun. contoh dari kata kunci evergreen adalah "Surat Lamaran Kerja".
3. **Kata Kunci Supportive** adalah turunan kata kunci dari evergreen yang menjadi penopang untuk kata kunci evergreen. Kata kunci ini akan selalu ada dikarenakan setiap penjabaran kata kunci evergreen pasti akan selalu ada kata kunci jabaran lainnya. Contoh dari kata kunci ini adalah "Accured Ratio"

Sementara, berdasarkan panjangnya, *keyword* dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni *short* dan *long tail keywords*. Berikut adalah masing-masing penjelasannya:

1. **Short or head tail keywords** adalah kata kunci yang hanya terdiri dari satu kata. Meskipun non-spesifik, jenis kata kunci ini mencakup spektrum yang sangat besar.
2. **Long tail keywords** adalah kata kunci yang biasanya terdiri dari empat kata atau lebih. Jenis kata kunci ini menggunakan kata tambahan sehingga semakin spesifik dan tepat.

Apabila dilihat dari segi user intent, Hashmicro Blog sendiri cenderung menggunakan kata kunci informative sehingga kontennya lebih soft-selling. Sebagai contoh, menggunakan *keyword* "Software ERP", "Software HRM", dan sebagainya. Pada Hashmicro Blog terdapat dua jenis, mulai dari short dan long tail

keywords. Kedua kata kunci tersebut dapat menjadi main *keywords* (kata kunci utama). Jumlah *keywords* yang digunakan biasanya ada sekitar satu hingga lima kata kunci, disesuaikan dengan konten (artikel).



Gambar 3.18. Hasil pengolahan data Ahrefs Singapura, 2022

Salah satu contoh *keyword* research yang telah dilakukan dengan menggunakan tools dari Ahrefs adalah *keyword* “ERP”. Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa *keyword* “ERP” memiliki *keyword* difficulty easy dengan angka 70 dari 100 (semakin kecil angka semakin mudah untuk di ranking) sehingga tingkat kompetisi kata kunci ini tergolong tinggi. Kompetisi yang tinggi menunjukkan bahwa kata-kata tersebut banyak digunakan dan berpotensi untuk muncul di halaman pertama pencarian lebih tinggi. Sementara, untuk search volume-nya juga tergolong tinggi dengan jumlah rata-rata 6.600 penelusuran per bulannya di negara Singapura.



Gambar 3.19. Hasil pengolahan data Ahrefs Indonesia, 2022

Selain itu, terdapat global volume yang didefinisikan oleh Ubersuggest sebagai rata-rata volume penelusuran *keyword* di semua negara (secara global) per bulannya. Berdasarkan gambar di atas, maka global volume *keyword* “ERP” adalah 100.000 penelusuran dengan jumlah pencarian dari negara Indonesia 14.400, Singapura 6.600 penelusuran per 30 harinya. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, *keyword* ini tidak hanya dicari di negara Indonesia, tetapi juga di negara lain seperti Singapura dan lain-lain.



Gambar 3.20. Hasil pengolahan data Ahrefs Global, 2022

I. Backlink

Backlink dapat membantu memberikan informasi tambahan kepada pengunjung situs web. Dengan menambahkan tautan balik ke situs web lain, Anda dapat membuat konten yang berkualitas dan terinformasi dengan baik tanpa menyimpang dari ide utama. Oleh karena itu, jumlah backlink berkualitas tinggi yang Anda dapatkan dari situs web lain menentukan lokasi situs web Anda di SERP (Halaman Hasil Mesin Pencari). Semakin tinggi peringkat situs web Anda di SERP, semakin baik SEO situs web Anda.

Ada beberapa jenis backlink yang digunakan oleh hashmicro. Berikut penjelasan mengenai backlink yang dilakukan:

1. **Comment backlink** — terjadi saat Anda menyertakan *backlink* pada komentar dalam konten *web* lain. Jika tidak dilakukan secara berlebihan, jenis link ini bisa menghasilkan banyak traffic.



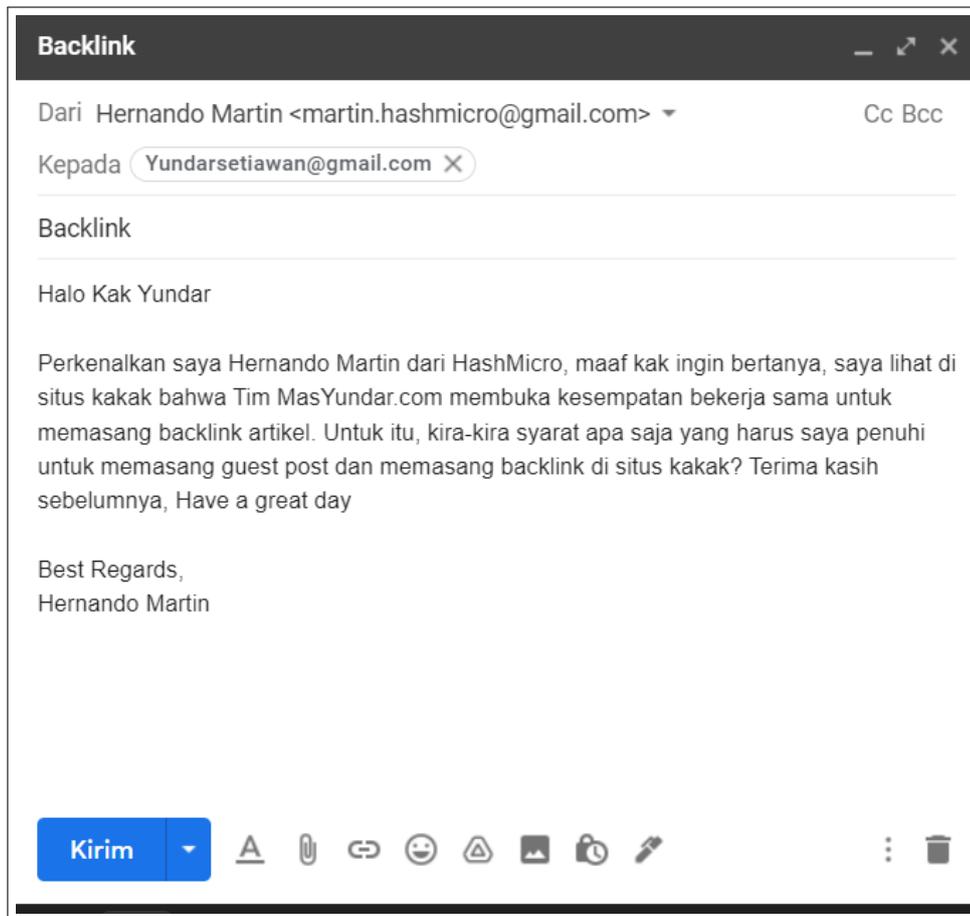
Gambar 3.21. Backlink Menggunakan Blog Comment

2. **Do-follow backlink** — *backlink dofollow* memberitahu mesin pencari untuk memperhatikan backlink ke *score* SEOnya.



Gambar 3.22. Backlink Menggunakan Do-Follow

3. **Guest post backlink** — terjadi saat Anda menulis *guest post* untuk situs *web* lain. Ini memungkinkan Anda untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan website Anda.



Gambar 3.23. Backlink Menggunakan *Guest Posting*

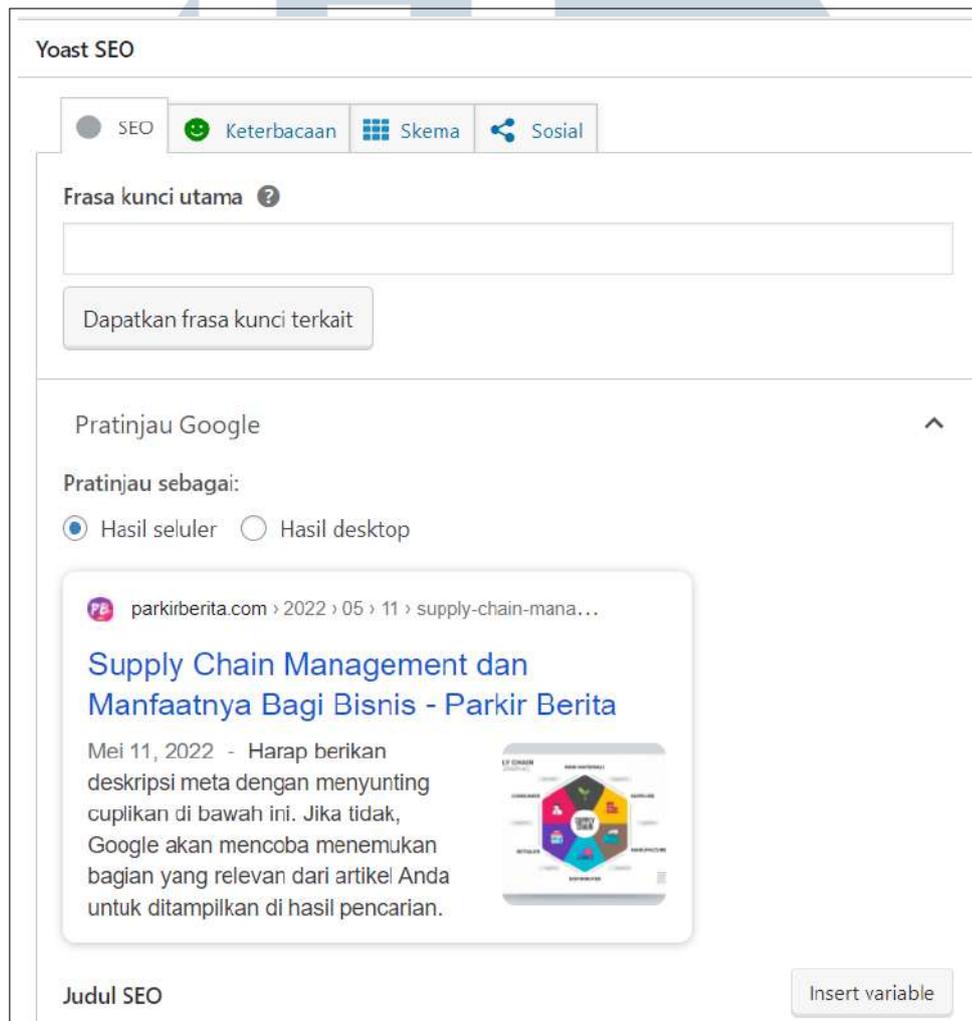
J. PBN Posting

PBN (private blog network) adalah jaringan blog pribadi. Sederhananya, PBN hanyalah kumpulan blog yang sengaja dibuat. Untuk tujuan membangun backlink ke situs uang, atau situs *web* bisnis, atau internet untuk menghasilkan uang. Seperti toko online, layanan, dan blog yang memutar iklan. Peserta magang diharuskan untuk membuat PBN setiap minggunya minimal 1 dengan backlink minimal 2 di dalamnya.

PBN posting berguna untuk meningkatkan backlink terhadap artikel hash-micro sehingga traffic yang akan dihasilkan akan lebih tinggi. Berikut beberapa hal yang perlu dilakukan saat membuat PBN posting:

1. Minimal memiliki 300 kata dalam sebuah artikel.
2. Keterbacaan Hijau.

3. Memiliki *Featured Image*.
4. Memiliki minimal 2 internal link di dalam PBN.
5. Pada bagian Yoast SEO dibiarkan kosong saja.



Gambar 3.24. Yoast SEO Dikosogin dan Keterbacaan Hijau

Gambar dibawah ini merupakan gambar andalan/ Feature image. Poin ini penting untuk dicantumkan agar dapat meningkatkan kualitas konten. Dengan ditambakkannya gambar pada sebuah konten maka, konten yang kita buat juga memiliki nilai lebih dan tidak kalah dengan pesaing serta akan lebih mudah mencapai suatu traffic yang lebih tinggi.

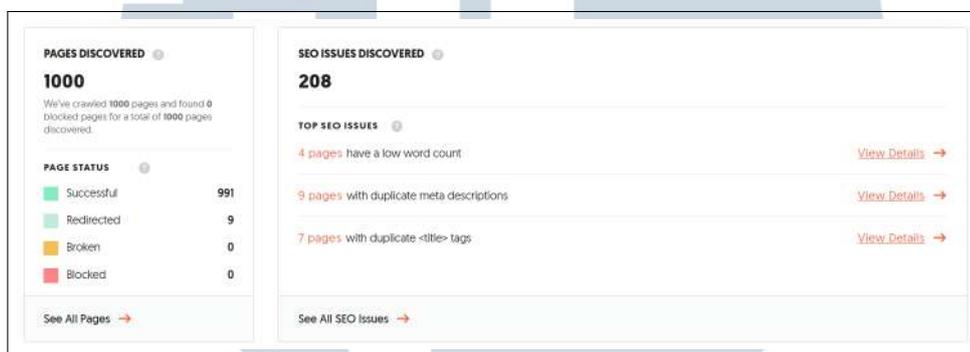


Gambar 3.25. Featured Image

3.4.2 Hasil Pengujian Implementasi

Untuk Meguji metode SEO yang telah di implementasikan Maka, Divisi SEO melakukan SEO audit sebanyak dua kali dalam sebulan, membuat Analytics

Report dan SEO Report untuk setiap bulan sebanyak satu kali setiap setiap awal bulan. Dengan memanfaatkan *tools Google Analytics, Google Search Console, dan Ubersuggest*. Tidak hanya itu, SEO juga melakukan pemeriksaan *broken link* sebanyak satu kali setiap minggunya. Dengan mengganti *broken link* dengan link yang baru, khususnya *internal link*. Apabila halaman di situs *web* klien dengan *broken link* tidak berhasil terbuka, target *audiens* cenderung beralih ke halaman sebelumnya. Hal ini mempengaruhi tingkat *bounce rate* yang semakin tinggi yang tidak menguntungkan bagi kinerja situs web Hashmicro.



Gambar 3.26. SEO Audit

Peserta magang melakukan pengujian dengan memanfaatkan tool Ubersuggest untuk mengetahui SEO issues yang menghambat kinerja SEO. SEO Issues muncul karena konten artikel tidak memiliki atau memenuhi ketentuan beberapa aspek yang telah dipaparkan di atas. Perlu memperbaiki SEO *issues* agar kinerja SEO menjadi optimal.



Gambar 3.27. Performance di Google Search Console

Lalu, kemudian memanfaatkan *Google Analytics* untuk menguji alur perjalanan target audiens setelah mengunjungi halaman di situs *web* Hashmicro. Hal

ini membantu menganalisis halaman produk atau layanan brand yang paling banyak dikunjungi, baik secara umum maupun secara spesifik adalah dapat mengangkat produk atau layanan brand yang masih belum diketahui oleh target *audiens* di konten artikel selanjutnya, Dan hasilnya mendapatkan lima ratus enam puluh ribu klik.



Gambar 3.28. Traffic dan Audience Overview di Google Analytic

Dan dikarenakan telah dilakukannya Perancangan dan implementasi dan pengujian SEO, sehingga *traffic* yang telah diberikan google ke website Hashmicro juga telah meningkat. Berikut merupakan hasil *organic traffic* hashmicro yang telah di capai:



Gambar 3.29. *organic traffic* hashmicro

Selama 18 bulan melakukan magang di perusahaan hashmicro, peserta magang telah melakukan implementasi SEO dengan melakukan *SEO On Page*, *keyword research*, *backlink*, optimasi artikel, dan melakukan pembuatan pbn. Dengan dilakukannya implementasi serta pengujian metode SEO, sehingga peserta magang telah berhasil meningkatkan 55 ribu *traffic* dari website hashmicro sehingga sekarang telah mencapai 395 ribu *traffic* yang telah diperoleh oleh website hashmicro.

3.4.3 Kendala yang Ditemukan

Ketika menjalankan praktik magang sebagai SEO intern tentunya ada berbagai kendala yang harus dihadapi. Meskipun demikian, berbagai kendala tersebut membuat peserta magang lebih berkembang lagi.

Berikut kendala-kendala yang dihadapi oleh peserta magang.

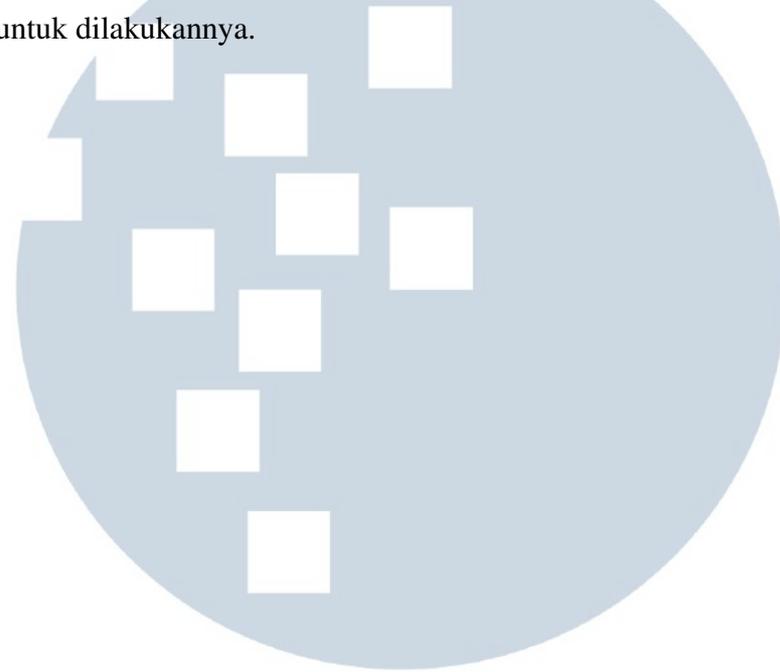
1. Awalnya koordinasi sulit untuk dilakukan karena pekerjaan dilakukan secara Hybrid (WFH) dan (WFO) sehingga pembimbing magang tidak bisa selalu face to face mengajarkan peserta magang mengenai gaya penulisan dan berbagai teknis SEO, termasuk salah satunya penggunaan software Ahref, Semrush, Ubersuggest serta Wordpress. Komunikasi yang dilakukan juga biasanya hanya melalui *chatting* di Whatsapp dan *G-meet*. Ada saatnya juga pembimbing magang *slow response* karena memiliki banyak tanggung jawab pula yang harus diselesaikan, sehingga menjadikan pekerjaan peserta magang agak terhambat.
2. Melakukan *issue fix* serta optimasi artikel juga membutuhkan waktu karena memerlukan perbaikan pada bagian artikel yang *error* seperti, *image error*, *page error 404*, *link broken*. Karena banyaknya *error* yang dapat terjadi pada satu hari menyebabkan peserta magang biasanya menyelesaikan pekerjaan hingga melewati jam kerja dan selesai pada malam hari.

3.4.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan berbagai kendala yang telah dituliskan di atas, solusi yang dapat dilakukan peserta magang, sebagai berikut.

1. Peserta magang berinisiatif mencari informasi melalui internet dan Hashmicro Blog untuk cara dan gaya penulisan yang baik. Sementara, untuk teknis mengoperasikan aplikasi seperti Ahrefs, Wordpress, dan teknis lainnya, peserta magang mencari informasi melalui *googling* dan aplikasi *Youtube*. Jika masih kurang mengerti, peserta magang akan menkomunikasikan terkait kebingungan yang dialami dengan menggunakan *pointer* saat *chatting* sehingga pembimbing magang juga mudah menangkap apa yang dimaksudkan oleh peserta magang. peserta magang mengerti bahwa lead (supervisor) sibuk dengan pekerjaan lain sehingga dapat berusaha lebih mandiri untuk mencari solusi atas kendala ini.

-
2. Peserta magang bersama anak magang lainnya mengomunikasikan kendala yang dihadapi saat melakukan *issue fix* dan optimasi artikel. Dengan mencari berbagai maca solusi lewat internet dan youtube, peserta magang dapat mengatasi masalah tersebut dimulai dari perlahan hingga menjadi lebih mudah untuk dilakukannya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA