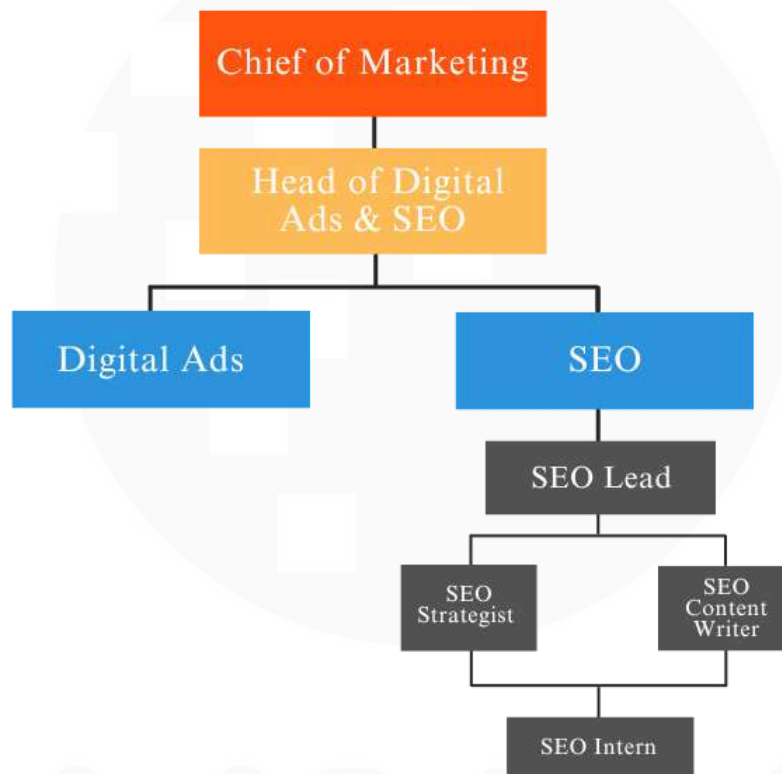


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur Divisi SEO Ruparupa

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

Dalam menjalankan praktik kerja magang di PT. Omni Digitama Internusa, penulis diberikan sebagai *SEO strategist intern* di divisi departemen marketing yang dipimpin oleh Bapak Budiono Darmawan selaku *Chief of Marketing (COM)*. *Digital Advertising and Search Engine Optimization (SEO)* yang dipimpin oleh Bapak Marcellus Wiranata. Fokus utama dalam divisi *Digital Advertising and Search Engine Optimization* adalah untuk mengembangkan, mengeksekusi, serta memonitor strategi pemasaran dari

aspek *Digital Advertising* dan *Search Engine Optimization* sehingga dapat meningkatkan penjualan dan *traffic* pengunjung di *website* Ruparupa.com.

Sebagai karyawan magang, penulis mendapatkan arahan dan berkoordinasi secara langsung oleh Ibu Irene Wibowo selaku *SEO Content Writer*. Bapak Lutfi Abdul selaku *SEO Strategist* dan Bapak Gibran Risnutama selaku *SEO Lead*. Selama proses pelaksanaan magang, penulis mendapatkan tugas dan pekerjaan dalam penulisan dan pembuatan konten artikel di *website* Ruparupa.com dan advertorial yang akan dipublikasikan kepada publik melalui media massa. Selain itu, penulis juga berperan dalam melakukan berbagai optimasi konten dengan melakukan *competitor analysis*. Lebih lanjut penulis juga bertanggung jawab untuk melakukan teknikal SEO seperti, *redirection*, dan pengindeksan di Google. Selain itu, penulis juga mendapatkan *feedback* dan evaluasi secara langsung terkait hasil pekerjaan yang telah dilakukan oleh *SEO Content Writer* dan *SEO Lead*. Hal ini bertujuan untuk memberikan saran agar hasil pekerjaan semakin baik dan optimal

Tidak hanya itu dalam pelaksanaannya, penulis juga terlibat dalam koordinasi dengan divisi lain. Hal ini dilakukan dengan mengadakan *huddle* atau meeting singkat setiap harinya di sore hari untuk menyampaikan *update* terkait pekerjaan yang dilaksanakan.

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

### **3.2.1 Tugas yang Dilakukan**

Penulis telah melakukan praktik kerja magang selama 6 bulan yang dimulai dari 8 Januari 2024 sampai 8 Juli 2024 dengan 8 jam kerja setiap hari. yang dilakukan secara *hybrid*, *work from home* (WFH) 2 hari dalam seminggu dan *work from office* (WFO) 3 hari dalam seminggu. Penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai *SEO Strategist Intern* pada *Marketing Division*

di PT. Omni Digitama Internusa. Berikut merupakan tabel tugas dan tanggung jawab utama penulis selama melakukan praktik kerja magang.

**Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan**

No	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi
1	Membuat <i>Search Engine Optimization</i> (SEO) artikel advertorial untuk media berita digital	Meningkatkan <i>brand awareness</i> dan membangun kredibilitas serta kepercayaan konsumen kepada Rugarupa	Ibu Irene Wibowo ( <i>Content Marketing Editor</i> )	<i>Monthly</i>
2	Membuat artikel blog	Memberikan informasi kepada audiens, dan mengarahkan organik <i>traffic</i> ke <i>website</i> Rugarupa.	Ibu Irene Wibowo ( <i>Content Marketing Editor</i> )	<i>If needed</i>
3	Menulis dan memindahkan artikel blog Rugarupa ke Google Docs	Untuk mempermudah proses <i>editing</i> dan mengupload konten artikel pada <i>website</i> Rugarupa	Ibu Irene Wibowo ( <i>Content Marketing Editor</i> )	<i>Weekly</i>

4	Mengupload artikel TAHU ( <i>Template Application Heuristic Utilization</i> ) pada <i>website</i> Rugarupa	Memperluas jangkauan target audiens dan meningkatkan konversi dan penjualan melalui <i>organic marketing</i> pada <i>website</i> Rugarupa	Ibu Irene Wibowo ( <i>Content Marketing Editor</i> )	<i>Weekly</i>
5	Melakukan SEO <i>technical redirection link</i> artikel blog ke <i>website</i> Rugarupa	Meningkatkan konversi dan penjualan langsung ke <i>website</i> Rugarupa	Bapak Gibran Wisnutana ( <i>SEO Team Lead</i> )	<i>Weekly</i>
6	Melakukan optimasi, update dan <i>editing</i> artikel lama yang mengalami penurunan <i>traffic</i> dan peringkat di halaman pencarian di Google.	Meningkatkan posisi artikel Rugarupa pada mesin pencarian Google untuk mencapai posisi teratas dan meningkatkan <i>traffic</i>	Bapak Gibran Wisnutana ( <i>SEO Team Lead</i> )	<i>Monthly</i>
7.	Melakukan analisa dan <i>report</i> terkait hasil optimasi artikel lama yang	Mengukur dan mengetahui hasil dari optimasi yang dilakukan	Bapak Gibran Wisnutana ( <i>SEO Team</i>	<i>Monthly</i>

	mengalami penurunan <i>traffic</i> dan peringkat		<i>Lead</i> )	
8	Membuat <i>link</i> untuk produk dan lokasi area	Memperkuat <i>targeting keyword</i> dalam pencarian lokal yang lebih relevan	Bapak Gibran Wisnutana ( <i>SEO Team Lead</i> )	<i>Monthly</i>
9	Membuat tagging untuk artikel di halaman <i>website</i> rugarupa	Mempermudah pengguna dalam menemukan konten yang relevan.	Ibu Irene Wibowo ( <i>Content Marketing Editor</i> )	<i>Weekly</i>
10	Menjadi <i>person in charge</i> di <i>booth</i> Rugarupa pada acara Bank UOB	Mengajak pengunjung untuk menjadi pengguna baru aplikasi Rugarupa dan memperkenalkan penawaran diskon terbaru.	Ibu Eva Lukita ( <i>Marketing Partnership Strategist</i> )	<i>If needed</i>
11	Melakukan optimasi halaman produk kategori	Meningkatkan posisi halaman produk pada halaman pencarian Google untuk	Bapak Gibran Wisnutana ( <i>SEO Team</i> )	<i>Monthly</i>

		mencapai <i>ranking</i> tertinggi dan meningkatkan <i>traffic</i> pada <i>website</i> Rugarupa	<i>Lead</i> )	
12	Mengecek indeks pada halaman artikel Rugarupa	Memastikan halaman artikel muncul dalam <i>search engine result page (SERP)</i> di Goggle	Bapak Gibran Wisnutana ( <i>SEO Team Lead</i> )	<i>Monthly</i>

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama 6 bulan pelaksanaan aktivitas praktik kerja magang di PT. Omni Digitama Internusa, penulis diberikan tugas dan tanggung jawab yang membutuhkan pengetahuan terkait *digital marketing* terutama *organic marketing* melalui peningkatan halaman/*website* di halaman pertama di mesin pencari Google.

Berdasarkan tabel 3.1 yang merupakan tugas yang dilakukan selama masa praktik kerja magang, dan detail uraian pekerjaan adalah sebagai berikut:

#### 1. Membuat *Search Engine Optimization (SEO)* artikel advertorial untuk media berita digital

Dalam hal ini, penulis mendapatkan tugas rutin setiap bulan untuk mencari ide dan menulis artikel advertorial sesuai dengan *keyword/kata kunci* utama yang telah ditentukan oleh tim SEO Strategist terkait produk perabot rumah tangga yang dijual di Rugarupa. Artikel advertorial biasanya memerlukan 300 hingga

500 kata. Penulis menulis advertorial pada minggu pertama dan kedua setiap bulannya dengan jumlah 3 hingga 10 artikel.

Terdapat tiga jenis artikel advertorial yang dibuat yang ditujukan untuk perusahaan-perusahaan terkait yaitu Rugarupa, Informa, dan Ace Hardware. Setiap jenis artikel advertorial disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing perusahaan. Pertama, untuk Rugarupa, artikel advertorial cenderung lebih fokus pada produk-produk perabot rumah tangga yang dijual di platform tersebut seperti meja makan, penghisap debu dan rak besi. Konten artikel disusun dengan berfokus pada tren pasar dan serta solusi dan tips terkait penggunaan produk perabot rumah tangga tersebut. Kedua, untuk Informa, artikel advertorial dapat lebih beragam, mencakup berbagai kategori produk yang dijual di toko furniture dan perabotan rumah tangga seperti sofa, kasur dan lemari sepatu. Artikel ditulis berfokus pada tren desain dan ide dekorasi yang dapat memberikan inspirasi dan informasi terkait desain interior dan perabotan rumah tangga. Ketiga, untuk Ace Hardware, artikel advertorial dapat lebih teknis dengan menyoroti berbagai produk perkakas dan peralatan rumah tangga seperti jemuran baju, lampu LED dan CCTV. Konten artikel berfokus pada panduan penggunaan dan tips perbaikan rumah yang melibatkan produk-produk Ace Hardware.

Langkah pertama yang dilakukan dalam menulis artikel advertorial adalah *ideation*/proses pencarian ide dan gagasan artikel. Proses ini dimulai dengan memahami secara mendalam tentang produk yang akan dipromosikan mulai dari memahami karakteristik, keunggulan, dan manfaat produk tersebut. Setelah itu, penulis akan menganalisis topik-topik yang sedang populer di

masyarakat dan juga menggunakan berbagai sumber referensi seperti artikel, jurnal, blog, dan publikasi terkait untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang topik yang akan dibahas.

Tidak hanya, penulis juga menggunakan *Google trends* sebagai salah satu alat untuk mengetahui tren pencarian yang ada di masyarakat. Hal ini merupakan salah satu bentuk implementasi dari mata kuliah *digital marketing* yang memperkenalkan mengenai dasar dasar dalam SEO. Penggunaan alat ini sangat membantu mengidentifikasi peluang untuk menciptakan konten yang diminati dan relevan. Dengan begitu, artikel yang dihasilkan dapat meningkatkan pencarian jumlah pencarian dan *traffic* pada *website* Ruparupa.

NO	Penulis	Keyword	Ideation artikel	poin-poin artikel	Status (On Progress, Done Writing, Done Editing)	Link Article	check status
102	[Redacted]	kipas angin	Cara merawat kipas angin biar lebih awet <a href="https://www.wahana.co.id/baca/kipas-angin-merawat-104-104">https://www.wahana.co.id/baca/kipas-angin-merawat-104-104</a> <a href="https://www.melody.id/2023/05/05/cara-merawat-kipas-angin-104-104">https://www.melody.id/2023/05/05/cara-merawat-kipas-angin-104-104</a> <a href="https://www.dunia.com/2023/05/05/cara-merawat-kipas-angin-104-104">https://www.dunia.com/2023/05/05/cara-merawat-kipas-angin-104-104</a>	1. Jerng Menggunakan kipas angin sebersih-bersih 2. Bersihkan secara teratur 3. Periksa kondisi label kipas angin 4. Hindari terkena air 5. Membersihkan oli pada mesin kipas angin	DOING EDITING	Padma_Ady RR Maret 2024-No 1-Cara merawat Kipas angin biar lebih awet	ok
103	[Redacted]	Penghancup Debu					
107	[Redacted]	rak besi	5 Kelelahan menggunakan Rak besi di rumah <a href="https://www.pikiran-rakyat.com/ra/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107">https://www.pikiran-rakyat.com/ra/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107</a> <a href="https://www.satu.com/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107">https://www.satu.com/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107</a> <a href="https://www.tribunnews.com/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107">https://www.tribunnews.com/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107</a> <a href="https://www.kompas.com/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107">https://www.kompas.com/2023/05/05/kelelahan-menggunakan-rak-besi-di-rumah-107-107</a>	1. Dapat Menahan beban berat 2. Tahan Lama 3. Menghemat ruang 4. Memiliki desain yang menarik 5. Mudah dirakit	DOING EDITING	Padma_Ady RR Maret 2024-No 2-5 Kelelahan menggunakan Rak Besi di rumah	ok
109	[Redacted]	brankas tahan api					
111	[Redacted]			1. Durable 2. Yoga mat 3. Yoga Ball 4. Put up bar 5. Puncung ball	DOING EDITING	Padma_Ady RR Maret 2024-No 3-5 alat fitness hemat untuk buat gym di rumah	ok
110	[Redacted]	perengkapan fitness	7 alat fitness termurah untuk buat gym di rumah <a href="https://www.pikiran-rakyat.com/ra/2023/05/05/7-alat-fitness-termurah-untuk-buat-gym-di-rumah-110-110">https://www.pikiran-rakyat.com/ra/2023/05/05/7-alat-fitness-termurah-untuk-buat-gym-di-rumah-110-110</a> <a href="https://www.tribunnews.com/2023/05/05/7-alat-fitness-termurah-untuk-buat-gym-di-rumah-110-110">https://www.tribunnews.com/2023/05/05/7-alat-fitness-termurah-untuk-buat-gym-di-rumah-110-110</a> <a href="https://www.kompas.com/2023/05/05/7-alat-fitness-termurah-untuk-buat-gym-di-rumah-110-110">https://www.kompas.com/2023/05/05/7-alat-fitness-termurah-untuk-buat-gym-di-rumah-110-110</a>				
112	[Redacted]	peralatan gym					

Gambar 3.2 *Sheet Listing* Artikel Advertorial

Sumber: Data Pribadi PT.Omni Digitama Internusa, 2024

Setelah memperoleh *ideation* terkait topik yang akan dibahas penulis akan menuliskannya pada *sheet listing* artikel advertorial, sesuai dengan format yang terlihat pada Gambar 3.2.



Dalam *sheet* tersebut, setiap ide artikel akan dijabarkan secara rinci, termasuk judul artikel, isi artikel, dan sumber referensi akan digunakan, dan rencana jadwal publikasi. Setelah semua ide artikel telah dimasukkan ke dalam *sheet*, langkah selanjutnya adalah *supervisor* yaitu Ibu Irene Wibowo, untuk melakukan *review* dan pengecekan terhadap *ideation* yang telah dibuat. *Supervisor* akan memeriksa kesesuaian ide artikel dengan strategi pemasaran dan tujuan perusahaan, serta memberikan umpan balik dan saran yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi ide-ide tersebut.

Ketika artikel advertorial, penempatan *keyword* utama harus ditempatkan pada judul dan paragraf pembuka yang merupakan elemen kunci dalam prinsip *SEO* dan menarik pembaca. Hal ini bertujuan untuk memastikan konten tersebut dapat dioptimalkan secara efektif untuk mesin pencari. Selain kata kunci utama, penulis juga memperhatikan penggunaan kata kunci terkait dan variasi kata kunci dalam seluruh isi artikel. Dengan begitu, dapat membantu memperluas cakupan pencarian dan memungkinkan artikel untuk muncul dalam pencarian terkait.

Lebih lanjut, pemilihan gaya bahasa dan kalimat *hook* sangat penting untuk menarik perhatian pembaca artikel. Gaya bahasa yang menarik dan kalimat pembuka yang kuat dapat menjadi kunci untuk membuat pembaca tertarik dan terus membaca seluruh konten artikel. Selain itu, gaya bahasa yang digunakan juga harus sesuai dengan target audiens dan konteks artikel. Penggunaan bahasa yang sesuai dengan gaya dan preferensi pembaca dapat membantu menciptakan koneksi dan meningkatkan keterlibatan pembaca terhadap konten yang disajikan. Hal yang paling penting

dalam advertorial adalah pesan yang disampaikan harus mampu memenuhi kebutuhan bagi masyarakat. Artikel advertorial memiliki peran khusus dalam menyampaikan informasi tentang produk secara persuasif, namun tetap relevan dengan kebutuhan dan keinginan target pasar.

Ketika artikel advertorial selesai ditulis, *supervisor* akan melakukan proses *editing* untuk menemukan dan memperbaiki mengetahui kesalahan dalam pengetikan, penulisan dan pemilihan kata yang digunakan. Proses ini melibatkan pemeriksaan secara menyeluruh terhadap kesalahan gramatikal, ejaan, dan tata bahasa yang mungkin terjadi selama penulisan artikel. Tidak hanya itu, *supervisor* juga akan memastikan konsistensi dan kohesivitas dalam gaya penulisan serta penggunaan kata-kata yang sesuai dengan konteks. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kejelasan dan kelancaran dalam pemahaman konten artikel oleh pembaca, serta membantu memastikan bahwa artikel yang dipublikasikan memiliki kualitas yang tinggi, dan sesuai dengan standar perusahaan.

Hasil artikel advertorial yang telah dibuat oleh penulis akan diserahkan kepada tim *Search Engine Marketing* (SEM) untuk melakukan periklanan ke media berita yang sesuai dengan target market yang dituju. Tim SEM akan bertanggung jawab untuk mengidentifikasi platform-platform media berita digital yang memiliki audiens yang relevan dengan produk yang dipromosikan dalam artikel advertorial. Selain itu, artikel advertorial juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber *backlink* dalam konsep SEO (*Search Engine Optimization*).

*Backlink* adalah *link* dari suatu domain yang mengarah ke halaman *website* rupa-rupa. Dengan memperoleh *backlink* dari platform media berita yang memiliki otoritas dan relevansi tinggi, situs *website* Rupa-rupa dapat meningkatkan posisinya dan meningkatkan visibilitas dalam mesin pencarian. Hal ini akan berdampak pada peningkatan lalu *traffic* organik dan berpotensi, meningkatkan peluang konversi menjadi penjualan.



Gambar 3.3 Artikel Advertorial Tribun Lampung

Sumber: Tribunlampung.com, 2024

Berikut merupakan salah satu contoh artikel advertorial yang telah dipublikasikan di salah satu media berita digital yaitu Tribun Lampung tertunjuk pada Gambar 3.3.

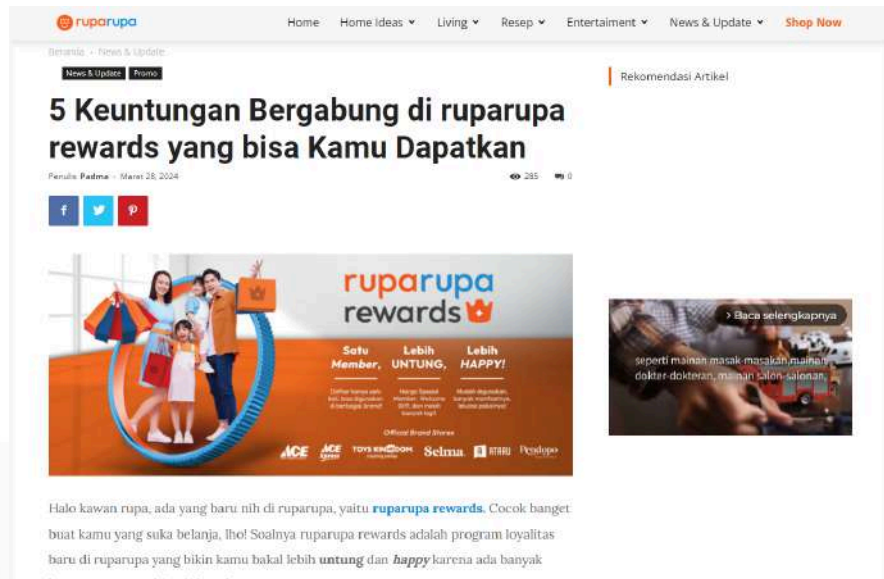
## 2. Membuat artikel blog

Dalam proses pembuatan konten artikel blog, penulis perlu memperhatikan penggunaan kata kunci yang relevan dengan produk-produk yang ditawarkan oleh Rupa-rupa, penyusunan topik artikel yang menarik dan informatif, serta penulisan konten yang

berkualitas sesuai dengan standar SEO dan kebutuhan audiens yang dituju. Lebih dari itu, Artikel blog harus memberikan informasi yang bermanfaat dan menjawab pertanyaan atau masalah yang sering dihadapi oleh pembaca.

Hal pertama yang harus dilakukan oleh penulis adalah melakukan riset secara mendalam terkait topik yang dibahas. Dengan begitu, konten artikel yang ditulis dapat berkualitas tinggi sesuai dengan standar SEO yang menghindari pengulangan kata kunci dan memastikan alur tulisan yang baik serta penyampaian informasi yang jelas dan akurat.

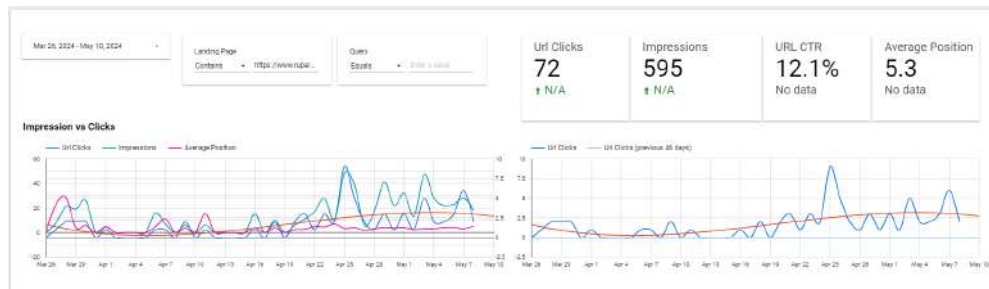
Setelah selesai menulis, artikel blog akan melalui proses penyuntingan dan pengecekan tata bahasa oleh *supervisor* yaitu Ibu Irene Wibowo untuk memastikan kesalahan minimal. Selanjutnya, artikel akan dijadwalkan untuk dipublikasikan sesuai dengan rencana konten yang telah ditetapkan. Dengan mengikuti proses ini dengan teliti, artikel blog dapat menjadi salah satu alat yang efektif dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan interaksi dengan audiens, dan mendukung tujuan pemasaran Ruparupa.



Gambar 3.4 Artikel Blog di Ruparupa Rewards

Sumber: Website Ruparupa.com, 2024

Pada Gambar 3.4, dapat terlihat hasil dari artikel yang dibuat oleh penulis terkait fitur Ruparupa *Rewards* yang dimiliki oleh Ruparupa. Melalui artikel ini, memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada pembaca mengenai manfaat dan nilai tambah yang diberikan oleh program tersebut. Tidak hanya itu saja, hal ini juga bertujuan untuk membantu mempromosikan program Ruparupa Rewards sebagai salah satu keuntungan berbelanja di platform Ruparupa. Dengan begitu, diharapkan pembaca semakin tertarik untuk menggunakan Ruparupa untuk berbelanja berbagai kebutuhan rumah.



Gambar 3.5 Hasil Artikel Blog Rugarupa Rewards

Sumber: Looker Studio Rugarupa, 2024

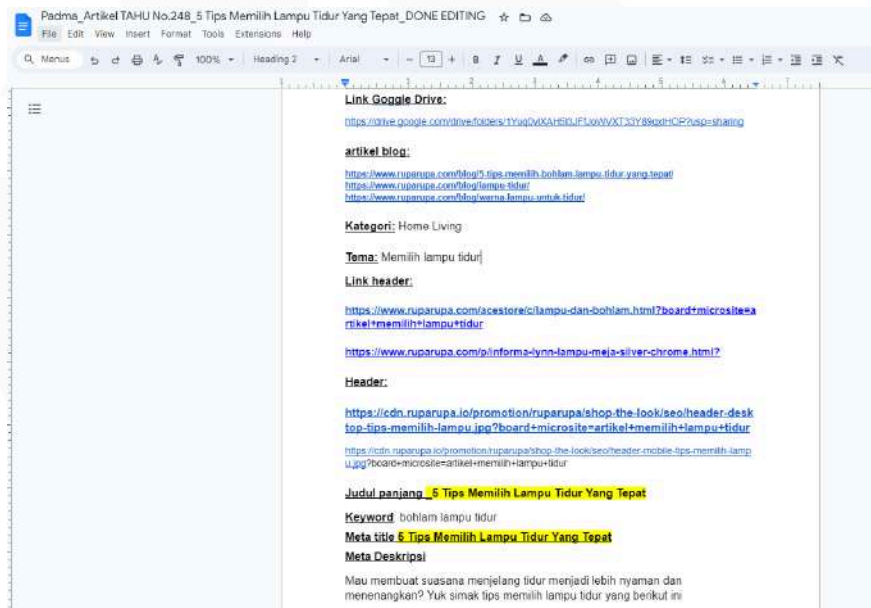
Pada Gambar 3.5, terlihat bahwa kinerja artikel blog menunjukkan performa yang sangat baik. Artikel ini berhasil memperoleh total 595 impresi, yang menunjukkan seberapa sering artikel tersebut ditampilkan kepada pengguna dalam hasil pencarian Google. Selain itu, artikel juga berhasil memperoleh 72 kali klik, yang mengindikasikan jumlah kunjungan yang diperoleh artikel tersebut.

Lebih lanjut, artikel ini berhasil mencapai rata-rata peringkat 5 dalam halaman pencarian Google. Peringkat ini sangat penting karena menentukan seberapa tinggi artikel tersebut muncul dalam hasil pencarian. Semakin tinggi peringkatnya, semakin besar kemungkinan untuk menarik pengunjung. Oleh karena itu, rata-rata peringkat 5 menunjukkan bahwa artikel tersebut memiliki visibilitas yang baik di mesin pencari, yang berpotensi meningkatkan lalu lintas situs web dan interaksi pengguna.

### 3. Menulis dan memindahkan artikel blog Rugarupa ke Google Docs

Pada awalnya blog digunakan sebagai platform *online* yang berisikan seluruh postingan artikel Rugarupa. Namun, saat ini Rugarupa telah mengembangkan fitur dalam *websitenya* sehingga

artikel dapat diintegrasikan langsung ke dalam *website* Ruparupa.com. Adanya integrasi ini telah mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi secara langsung dalam satu *website*. Hal ini mendorong adanya pemindahan artikel blog ke *website* Ruparupa.com.



Gambar 3.6 Hasil Pemindahan Artikel Blog ke Google Docs

Sumber: Data Pribadi PT.Omni Digitama Internusa, 2024

Dalam proses pemindahan artikel, penulis akan menulis dan menyusun artikel blog ke dalam Google Docs, seperti yang tertunjuk pada Gambar 3.6. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam proses pemindahan artikel mulai dari seperti format penulisan yang harus menggunakan *heading 1*, *heading 2* dan *heading 3*. *Heading* dalam kerangka kerja SEO teknikal, sangatlah penting dalam membantu mesin pencari memahami struktur dan isi konten. Lebih lanjut, penulisan Bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) termasuk penggunaan ejaan yang sesuai, pemilihan kata



yang tepat, serta penyusunan kalimat yang jelas dan mudah dipahami.



Gambar 3.7 Gambar *Lifestyle* Dalam Artikel

Sumber: *Website* RUPARUPA.COM

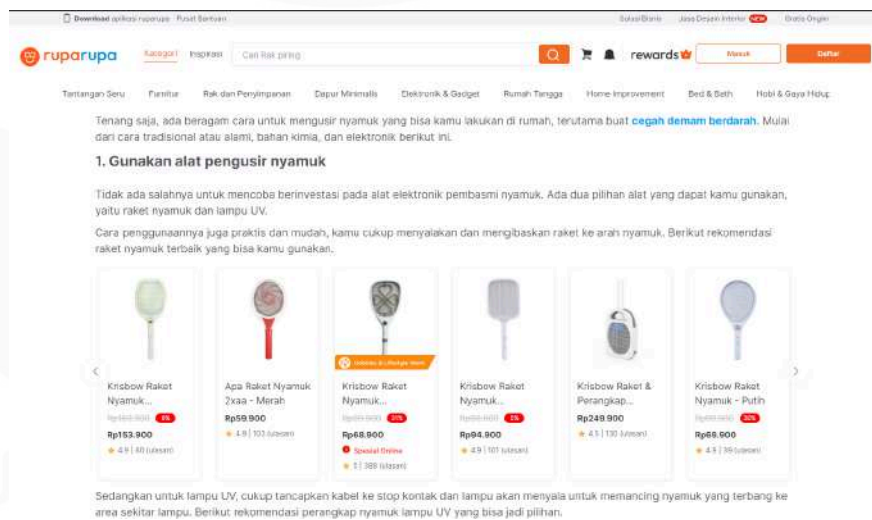
Selain itu, penting juga untuk dengan menambahkan *gambar lifestyle* yang relevan dalam artikel, seperti yang tertunjuk pada Gambar 3.7. Gambar *lifestyle* ini tidak hanya memberikan visualisasi yang menarik bagi pembaca, tetapi juga membantu mereka memahami setiap poin dalam artikel dengan lebih baik. Dengan penambahan elemen visual yang menarik, pembaca cenderung lebih tertarik untuk membaca artikel secara keseluruhan. Selama proses pemindahan artikel, perlu dilakukan juga pengecekan terhadap kesesuaian dan konsistensi informasi.

Tidak hanya itu, panggilan untuk membaca diubah menjadi “Kamu”. Hal ini bertujuan agar artikel terkesan lebih formal dan menggunakan bahasa sehari-hari sehingga dapat membangun hubungan emosional dan kedekatan antara penulis dengan



pembaca. Lebih lanjut, penulis harus menggunakan gambar dan URL balik. Penggunaan gambar bertujuan untuk memberikan gambaran visual yang lebih menarik terkait artikel dan meningkatkan keterbacaan dalam artikel. Penambahan gambar juga dapat meningkatkan skor SEO dan membuat artikel lebih mudah muncul pada halaman pertama Google. Disisi lain penggunaan gambar dan kalimat pada artikel dapat digunakan sebagai *backlink* juga dapat mendukung *rangking* artikel.

Dalam meningkatkan penjualan dan pengetahuan pembaca terkait produk yang ditawarkan oleh ruparupa. Penggunaan *product container* yang berisi berbagai rekomendasi produk terkait dengan artikel atau *point* yang dijelaskan juga dapat mempermudah pembaca untuk memperoleh informasi lebih detail terkait harga, deskripsi singkat, dan gambar produk, seperti yang terlihat di Gambar 3.8.



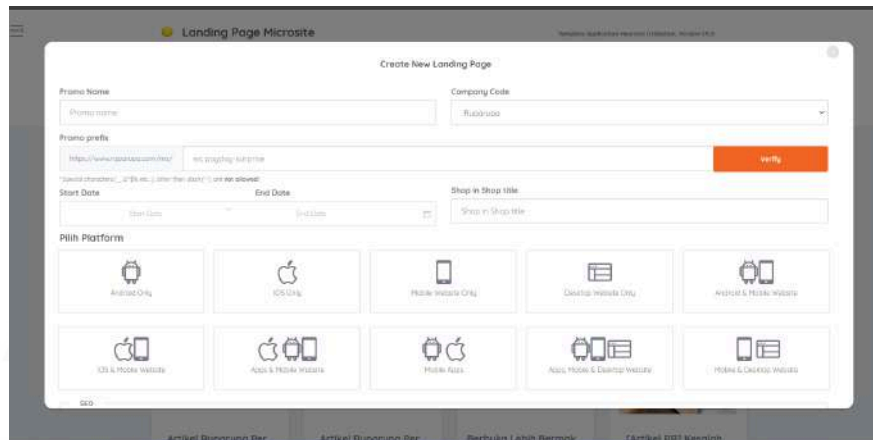
Gambar 3.8 Tampilan *Product Container*

Sumber: *Website* RUPARUPA.com, 2024

Dengan menyediakan daftar produk yang relevan di dalam artikel, pembaca memiliki akses langsung ke opsi pembelian yang sesuai dengan topik atau konten yang dibaca. Selain itu, pembaca dapat secara langsung menjelajahi produk-produk yang direkomendasikan tanpa harus meninggalkan halaman artikel. Tidak hanya itu, juga dapat mempermudah pembaca dapat untuk melanjutkan proses pembelian jika mereka tertarik dengan salah satu produk yang ditampilkan. Dengan begitu dapat membantu meningkatkan penjualan dan memberikan nilai tambah bagi pembaca yang mencari informasi produk yang relevan dengan topik.

#### **4. Mengupload TAHU (*Template Application Heuristic Utilization*) artikel pada *website* Ruparupa**

Setelah artikel dipindahkan dari blog ke Google Docs dan telah melewati proses *editing* konten oleh *supervisor*. Gideon adalah platform manajemen konten yang dimiliki dan dikembangkan oleh PT. Omni Digitama Internusa untuk mengelola seluruh fitur dalam *website* Ruparupa.com termasuk untuk mengupload dan mengelola berbagai artikel dalam *website*, seperti yang terampil pada Gambar 3.9.



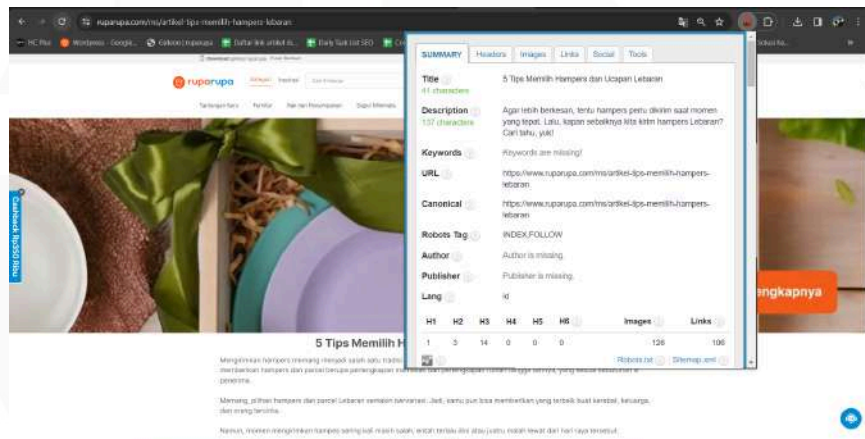
Gambar 3.9 Tampilan Gideon

Sumber: gideon.ruparupa.com, 2024

Di dalam Gideon, penulis akan memasukan seluruh bagian yang telah ditulis di dalam Google Docs mulai dari *meta title*, *meta description*, gambar, banner dan *product container* untuk masing masing tampilan pada *desktop* dan *mobile*. Proses ini memastikan bahwa setiap elemen konten, mulai dari informasi hingga tampilan visual, disusun secara rapi dan terstruktur untuk kemudian diunggah ke situs *website* ruparupa.

Setelah semua konten dimasukkan ke dalam Gideon, langkah selanjutnya adalah melakukan pengaturan dan penyesuaian untuk memastikan konsistensi dan kualitas yang optimal. Hal ini meliputi, pengoptimalan gambar, penyesuaian tata letak untuk memastikan keterbacaan dan navigasi yang mudah untuk memastikan tampilan yang baik di berbagai perangkat, termasuk desktop dan perangkat *mobile*. Dengan begitu, dapat memastikan bahwa konten yang dipublikasikan memiliki kualitas tinggi, konsistensi visual, dan keterbacaan yang baik.

Kemudian setelah artikel di publish, untuk memastikan seluruh gambar, *heading*, *backlink*, *meta title* dan *meta description* dari artikel dapat terbaca dan terdeteksi dengan baik oleh Google digunakan Google Chrome extension *SEO One Meta Click*, seperti yang tertunjuk pada Gambar 3.10.



Gambar 3.10 Hasil Tampilan *SEO One Meta Click*

Sumber: Website RUPARUPA.COM, 2024

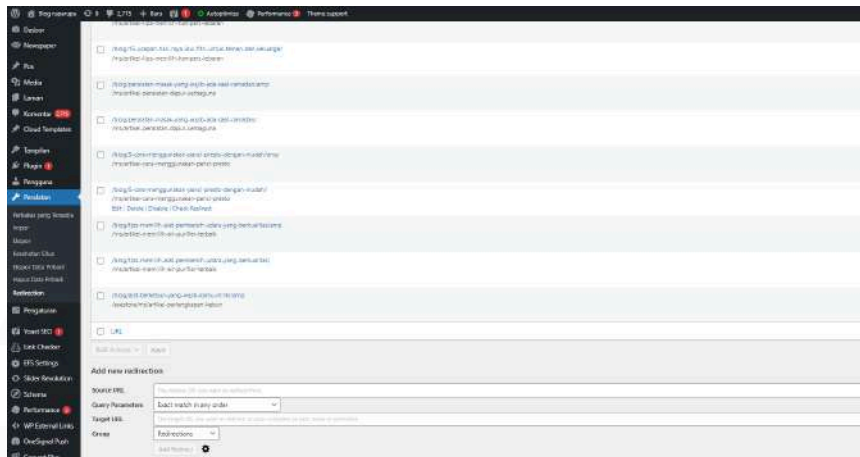
Dengan menggunakan *SEO One Meta Click*, memungkinkan pengguna untuk dengan cepat memeriksa dan memvalidasi metadata dari halaman *website*, termasuk judul, deskripsi, dan *heading* penting lainnya. Dengan begitu, dapat memastikan bahwa artikel yang dipublikasikan memenuhi standar SEO yang diperlukan untuk dapat terbaca dan terdeteksi dengan baik oleh Google, sehingga meningkatkan visibilitas dan *traffic* organik ke situs *website* RUPARUPA.COM.

## 5. Melakukan SEO *technical redirection link* artikel blog ke *website* RUPARUPA.COM

Sebelum *website* RUPARUPA.COM memiliki fitur untuk mempublikasikan artikel dalam *websitenya*, perusahaan RUPARUPA.COM

menggunakan *website* blog melalui platform WordPress untuk mempublish berbagai artikel sebagai media promosi untuk meningkatkan *organic website traffic* dan meningkatkan penjualan. Performa artikel blog sudah sangat baik dan memiliki peringkat pencarian pada halaman pertama di mesin pencarian Google. Hal ini dikarenakan blog seperti *WordPress* menyediakan alat dan plugin yang memudahkan optimasi SEO (*Search Engine Optimization*). Melalui fitur pengelompokan kata kunci, *tag*, dan meta deskripsi yang membantu mesin pencari memahami dan mengindeks konten dengan lebih baik. Hal ini yang membuat performa artikel pada blog lebih baik dibandingkan dengan performa artikel *website*.

Namun, dengan kemajuan dan pertumbuhan perusahaan, strategi yang diterapkan adalah dalam *website* resmi Ruparupa.com. Hal ini dilakukan dengan melakukan *redirection*, yaitu melakukan pengalihan dari URL artikel blog ke artikel yang sesuai di dalam *website* Ruparupa.com. Proses *redirection* ini memastikan bahwa *traffic* yang sudah ada dari blog yang telah memiliki performa yang baik dan telah memiliki tingkat pencarian yang tinggi dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung kinerja situs *website*.



Gambar 3.11 Hasil *Redirection* Dari Blog ke *Website* Ruparupa  
 Sumber: *Dashboard Wordpress* Ruparupa, 2024

Dalam melakukan *redirection*, penting untuk memastikan bahwa artikel di situs web yang dituju relevan dan sesuai dengan isi dari artikel blog yang di-*redirection* tersebut seperti yang merujuk pada Gambar 3.11. Hal ini tidak hanya membantu mempertahankan kepuasan pengguna dengan menyediakan konten yang relevan dan bermanfaat, tetapi juga membantu dalam pemahaman dan pengindeksan konten oleh Google.

Melalui strategi ini, perusahaan Ruparupa dapat memanfaatkan *traffic* yang sudah ada dari blog ke situs *website* ruparupa.com untuk meningkatkan kinerja keseluruhan situs *website* dan memperluas audiens, serta peningkatan penjualan produk. Selain itu, dengan memindahkan artikel-artikel yang sudah memiliki peringkat pencarian yang baik, perusahaan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan posisi mereka di hasil pencarian mesin pencari.

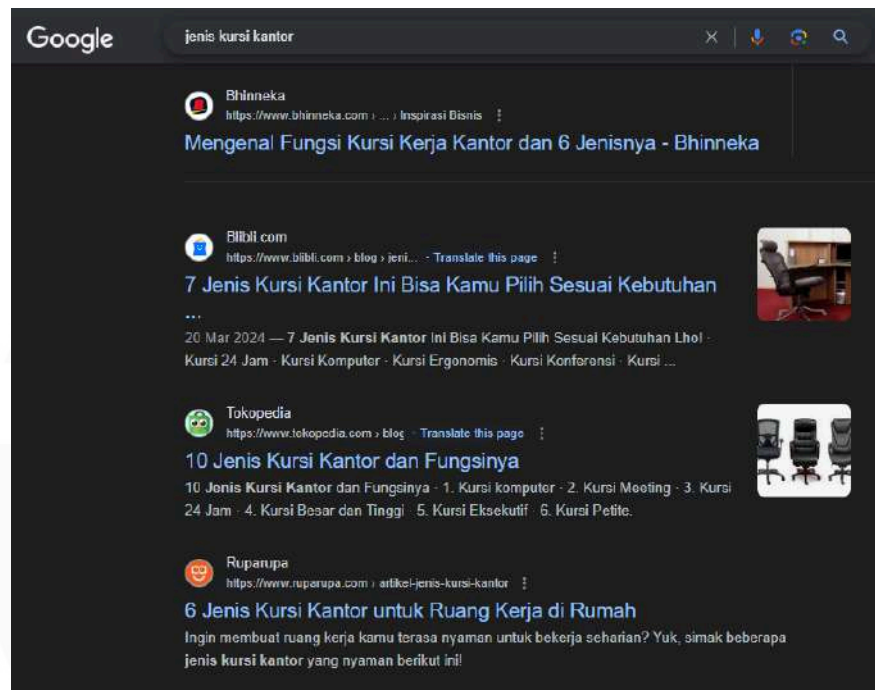
## **6. Melakukan optimasi, *update* dan *editing* artikel lama yang mengalami penurunan *traffic* dan peringkat di halaman pencarian di Google.**

Dalam hal ini, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan *update* dan *editing* artikel lama di *website* Ruparupa yang mengalami penurunan *traffic* dan peringkat di halaman pencarian di Google. Proses *editing* dan *optimasi* konten merupakan bagian penting dari strategi pemasaran digital yang berkelanjutan untuk memastikan konten yang disajikan selalu relevan, informatif, dan dapat memenuhi kebutuhan serta harapan pembaca.

Langkah awal dalam proses ini adalah menganalisis kinerja artikel-artikel lama yang mengalami penurunan *traffic* dan peringkat. Hal ini dilakukan dengan meninjau jumlah lalu lintas, peringkat kata kunci, dan tingkat interaksi pengguna. Kemudian, penulis akan melakukan kompetitor analisis dengan artikel serupa yang memiliki peringkat pencarian yang lebih tinggi di halaman pencarian. Langkah ini sangat penting untuk memahami faktor-faktor yang menyebabkan artikel pesaing mendapatkan peringkat yang lebih baik dan memperoleh lalu lintas yang lebih tinggi. Dengan begitu, penulis mampu memahami kekuatan dan artikel pesaing, sehingga penulis dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan konten sendiri.

Dalam melakukan kompetitor analisis, penulis harus mencari konten artikel yang menggunakan *keyword* yang sama dengan artikel yang akan dioptimasi.





Gambar 3.12 Analisis Kompetitor

Sumber: Halaman Pencarian Google, 2024

Pada Gambar 3.12, dapat dilihat terdapat 3 artikel yang berada di atas artikel Ruparupa yang membahas mengenai topik yang sama yaitu terkait jenis kursi kantor. Terdapat beberapa hal yang dianalisis dari ketiga artikel tersebut mulai dari *meta title*, *meta description*, dan isi konten artikel. *Meta title* dan *meta description* yang menarik dan relevan merupakan faktor penting dalam menarik perhatian pengguna di hasil pencarian Google. Oleh karena itu, penulis akan memeriksa *meta title* dan *meta description* dari artikel pesaing yang memiliki peringkat yang lebih tinggi untuk menemukan strategi yang sesuai.

Selain itu, penulis juga akan memeriksa isi konten artikel pesaing untuk memahami cara pesaing dalam mengorganisasi informasi, menyajikan argumen, dan menangani topik tertentu.



Dalam hal ini, penulis akan apakah artikel pesaing menampilkan konten yang lebih komprehensif, relevan, atau informatif. Lebih lanjut, penulis akan mengamati gaya penulisan, struktur artikel, penggunaan kata kunci, serta penggunaan gambar, grafik, atau video yang mungkin disertakan dalam artikel pesaing. Melalui kompetitor analisis, dapat membantu penulis memperoleh wawasan tentang hal yang harus dilakukan untuk meningkatkan kualitas dan relevansi konten untuk bersaing di pasar yang kompetitif.

Setelah melakukan kompetitor aja, penulis akan melakukan *editing* dan penambahan terhadap isi konten artikel dengan menuliskannya di dalam Google Docs. Hal ini dilakukan dengan memperbaiki dan menambahkan poin, paragraf dan gambar terkait dengan informasi yang dapat diperoleh oleh pembaca dalam artikel. Selanjutnya, penulis juga akan melakukan perubahan pada *meta title* dan *meta description* agar lebih sesuai dengan kata kunci yang relevan dan kebiasaan pengguna dalam melakukan pencarian di Google.

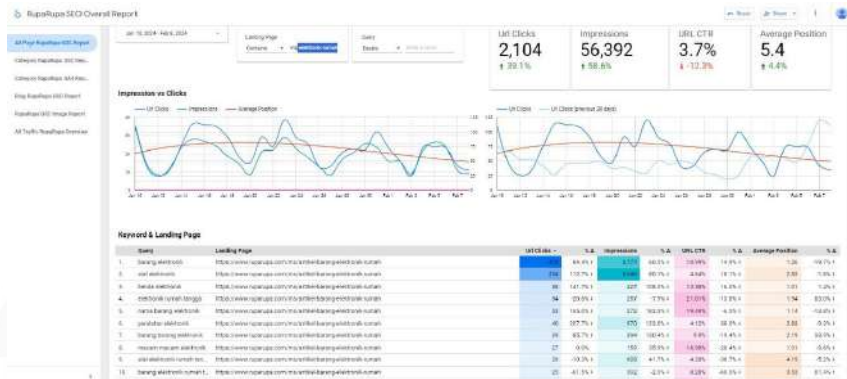
Langkah selanjutnya yaitu, penulis akan menyerahkan artikel kepada *supervisor* yaitu Bapak Gibran Wisnutana untuk dilakukan pengecekan terhadap semua perubahan yang dilakukan telah sesuai dengan standar kualitas dan relevansi yang diharapkan. Setelah melalui proses pengecekan oleh *supervisor* dan mendapatkan persetujuan, penulis akan *upload* kembali artikel tersebut sesuai dengan hasil optimasi yang telah dilakukan. Dengan melakukan langkah-langkah ini, diharapkan artikel yang telah diperbarui akan memiliki kualitas yang lebih baik, relevan dengan kebutuhan pengguna, serta mampu meningkatkan peringkat dan *traffic* organik di halaman pencarian Google.

## **7. Melakukan analisa dan report terkait hasil optimasi artikel lama yang mengalami penurunan *traffic* dan peringkat**

Setelah melakukan optimasi artikel lama yang mengalami penurunan *traffic* dan peringkat, penulis akan mengumpulkan data hasil optimasi melalui platform Looker Studio yang merupakan tools yang dapat mengubah data menjadi dasbor dan laporan yang informatif, dapat disesuaikan dan mudah dibaca.

Dengan menggunakan Looker Studio, penulis dapat mengakses berbagai metrik dan statistik yang relevan terkait performa artikel setelah dilakukan optimasi. Data yang dikumpulkan melalui Looker Studio mencakup berbagai informasi penting, seperti *traffic*, peringkat kata kunci dan tingkat interaksi pengguna. Lalu, penulis juga dapat membandingkan data sebelum dan sesudah optimasi untuk melihat perubahan dan peningkatan yang terjadi.

Berikut merupakan salah satu hasil optimasi yang dilakukan oleh penulis pada artikel berjudul 16 rekomendasi barang elektronik wajib ada di rumah baru, dijamin bisa memudahkan.



Gambar 3.13 Hasil Optimasi Artikel

Sumber: Looker Studio Ruparupa, 2024

Dalam Gambar 3.13 diatas, penulis akan menganalisis data untuk mengevaluasi efektivitas optimasi yang telah dilakukan. Proses ini dilakukan dengan membandingkan data dari periode sebelum dan sesudah optimasi. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi perubahan yang terjadi dalam kinerja artikel, terutama dalam hal URL *clicks*, *impressions* artikel, dan rata-rata peringkat artikel berdasarkan *keyword* di mesin pencarian Google. Data dari hasil optimasi akan diberikan langsung kepada *SEO Lead*.

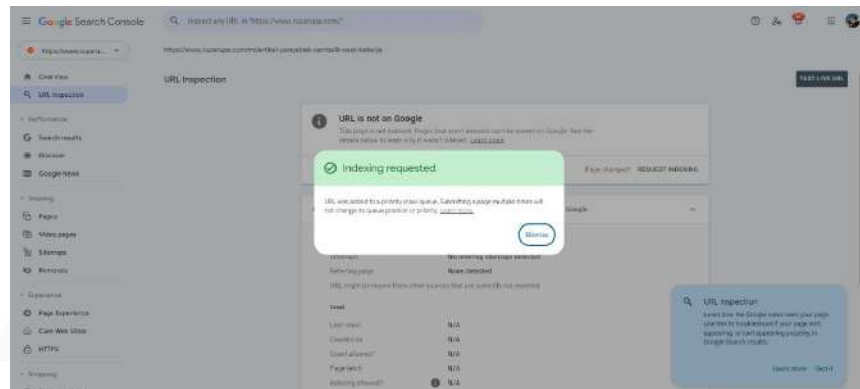
Melalui analisis data yang dilakukan, penulis dapat memahami dampak dari upaya optimasi yang telah dilakukan, baik itu berupa penurunan atau peningkatan *traffic* dan peringkat. Dengan pemahaman ini, penulis dapat mengidentifikasi teknik yang berhasil dalam optimasi dan mengimplementasikan mereka pada artikel lainnya untuk mencapai hasil yang positif.

### 8. Membuat *link* untuk produk dan area lokasi

Setiap bulan, penulis akan menerima daftar kata kunci produk dan lokasi area dari *SEO Lead*. Tugas penulis adalah

membuat *link* yang relevan untuk kata kunci tersebut. Proses pembuatan *link* melibatkan beberapa langkah. Proses pembuatan *link* melibatkan beberapa langkah. Pertama-tama, penulis akan membuka situs *website* Ruparupa.com dan melakukan pencarian terkait dengan kata kunci produk dan lokasi, seperti "*Kitchen Set Bandung*".

Setelah hasil pencarian muncul, penulis akan menyalin URL dari halaman tersebut setelah dimodifikasi agar sesuai dengan tujuan *link* yang dibuat. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa *link* yang dibuat mengarah langsung ke konten yang relevan dengan kata kunci produk dan lokasi, sehingga meningkatkan keterlihatan situs *website* di hasil pencarian dan memudahkan pengguna untuk menemukan informasi yang mereka cari. Selanjutnya, penulis akan memeriksa kembali setiap *link* yang telah dibuat untuk memastikan bahwa mereka berfungsi dengan baik dan mengarahkan pengguna ke halaman yang sesuai di situs *website* Ruparupa. Hal ini sangat penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik dan mencegah penggunaan *link* yang rusak atau tidak relevan.



Gambar 3.14 Tampilan *indexing* di Google Search Console

Sumber: Google Search Console Ruparupa, 2024

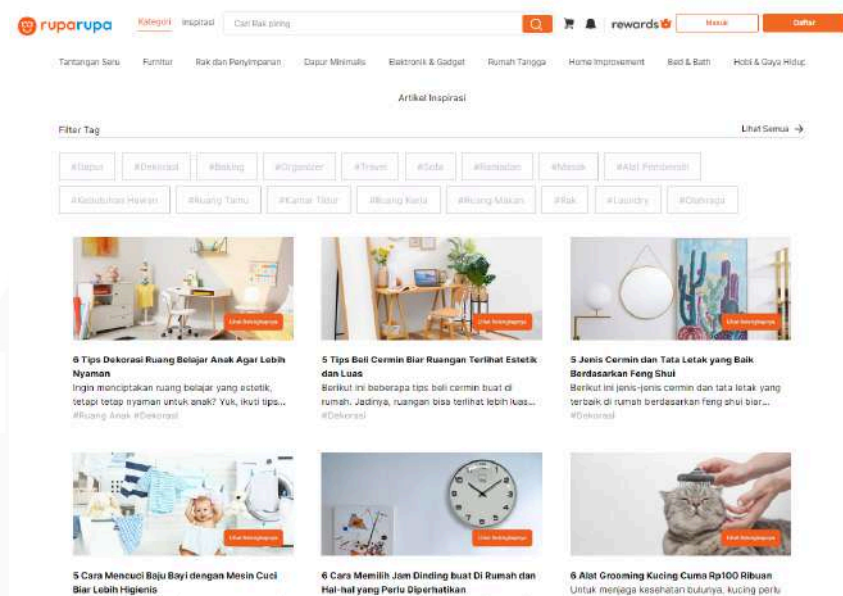
Terakhir, penulis akan memasukan *link* URL pada halaman Google Search Console (GSC) untuk *indexing*, seperti tertunjuk pada Gambar 3.14. Hal ini bertujuan untuk mendaftarkan halaman *website*, sehingga bisa *website* bisa muncul dalam mesin pencarian. Proses *indexing* ini memungkinkan Google untuk mengetahui keberadaan dan konten halaman *website* yang baru, sehingga situs *website* Ruparupa memiliki peluang lebih besar untuk ditemukan dan ditampilkan dalam hasil pencarian kepada pengguna yang mencari informasi terkait produk dan lokasi yang ditawarkan.

Melalui pembuatan *link* produk dan area lokasi, bertujuan untuk mengoptimalkan visibilitas situs web Ruparupa dalam hasil pencarian mesin pencari Google sehingga diharapkan dapat meningkatkan *organic traffic* dan memperkuat posisi peringkat situs *website* perusahaan di halaman hasil pencarian. Dengan begitu diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari produk tersebut.

## 9. Membuat *tagging* untuk artikel di halaman *website* ruparupa

Seluruh artikel yang dipublikasikan di *website* Ruparupa akan diberikan *tagging*. *Tagging* berfungsi untuk mengelompokkan dan mengkategorikan beberapa artikel menjadi satu dengan menambahkan label yang relevan untuk memudahkan pengguna dalam menavigasi dan menemukan konten yang relevan. Dengan begitu, Ruparupa dapat meningkatkan pengalaman pembaca secara keseluruhan. Tidak hanya memberikan dampak positif kepada pembaca, tetapi juga kepada tim SEO, karena dapat memudahkan pengelolaan dan pengembangan konten di masa mendatang.

Proses pembuatan *tagging* juga melibatkan penentuan kategori yang sesuai dengan topik artikel. Kategori ini membantu dalam mengelompokkan konten yang serupa sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan artikel yang relevan dalam kategori yang mereka minati. Selanjutnya, *labeling* yang akurat dan deskriptif sangat penting dalam membuat *tagging* untuk artikel. Label ini dapat membantu memberikan informasi tambahan kepada pengguna tentang isi artikel, sehingga mereka dapat memiliki ekspektasi yang jelas sebelum membaca konten tersebut.



Gambar 3.15 Tampilan Halaman *Tagging* Artikel Ruparupa

Sumber: Website ruparupa.com, 2024

Pada Gambar 3.15, terlihat halaman *tagging* artikel RUPARUPA, yang menampilkan daftar artikel-artikel beserta label-label yang telah ditambahkan untuk mengelompokkan dan mengkategorikannya seperti dapur, ruang makan, olahraga hingga ramadan.

## 10. Menjadi *person in charge* di booth RUPARUPA pada acara Bank UOB

Selama proses kerja magang, penulis juga membantu acara yang diadakan oleh divisi *Partnership*. RUPARUPA berkesempatan untuk membuka *booth* pada acara Garuda Indonesia UOB Credit Card yang berlangsung pada tanggal 8-10 Maret 2024 di Gandaria City Mall, tertunjuk pada gambar 3.16. Pada kesempatan ini, penulis bersama karyawan magang lainnya



bertanggung jawab menjadi *person in charge* untuk membantu *booth activation* Rugarupa.



Gambar 3.16 Tampilan *Booth* Rugarupa

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Dalam menjalankan tugasnya, penulis ditugaskan pada shift pagi tanggal 10 Maret 2024. Sebagai *person in charge*, tanggung jawab penulis meliputi persiapan booth yang melibatkan penataan produk display dan pengaturan TV *loop* untuk menampilkan informasi terkait produk. Setelah itu, penulis bertugas untuk mengajak pada pengunjung di mall untuk memperkenalkan dan menggunakan aplikasi Rugarupa dan menawarkan diskon terbaru yang berkolaborasi dengan kartu kredit bank UOB. Dalam satu *shift* tersebut, penulis bersama satu orang *partner* magang berhasil mengumpulkan data pengguna baru aplikasi Rugarupa terbanyak selama *event* berlangsung yaitu sebanyak 47 orang, tertunjuk pada Gambar 3.17.





Gambar 3.17 Menjadi *Person In Charge*  
di Acara Garuda Indonesia UOB Credit Card  
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Selama menjadi *person in charge* di booth Rugarupa pada acara Bank UOB mendapatkan pengalaman yang berharga dalam memperluas dan mengaplikasikan keterampilan komunikasi secara langsung. Selain itu, pengalaman ini juga memungkinkan penulis untuk mengasah keterampilan *personal selling*, yang dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan pengunjung untuk menjelaskan Rugarupa, dan meyakinkan pengunjung untuk mengunduh dan menggunakan aplikasi Rugarupa serta memanfaatkan diskon untuk berbelanja di Rugarupa menggunakan kartu kredit UOB. Tidak hanya itu, pengalaman ini

memberikan kesempatan untuk membuktikan kemampuan dalam menghadapi tantangan nyata di dunia kerja seperti, menjelaskan produk dengan jelas, memberikan jawaban yang memuaskan terhadap pertanyaan pelanggan, serta menarik minat pelanggan untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan.

## 10. Melakukan optimasi halaman produk kategori

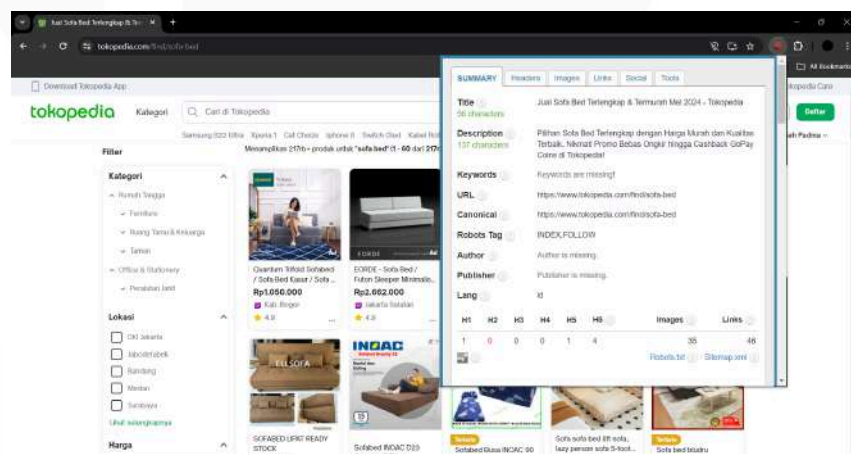
Dalam *website* Ruparupa terdapat halaman kategori yang berfungsi untuk menampilkan berbagai produk yang dijual dan mempermudah pengunjung dalam mengeksplorasi kategori produk yang ditawarkan, seperti furnitur, rumah tangga, dapur, hobi, mainan, elektronik, gadget, hingga olahraga.



Gambar 3.18 Halaman Produk Kategori *Sofa Bed* Ruparupa  
Sumber: Halaman Pencarian Google, 2024

Selain halaman ini juga berfungsi mempermudah konsumen saat ingin mencari produk di Google dengan menggunakan kata kunci atau *keyword* produk seperti "*sofa bed*", yang tertunjuk pada Gambar 3.18. Dengan begitu konsumen dapat dengan cepat dan mudah menemukan halaman kategori yang relevan dalam pencarian mereka. Hal ini memungkinkan konsumen untuk langsung menuju ke kategori produk yang mereka cari dengan lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan mereka berbelanja produk yang dibutuhkan di *website* Ruparupa.

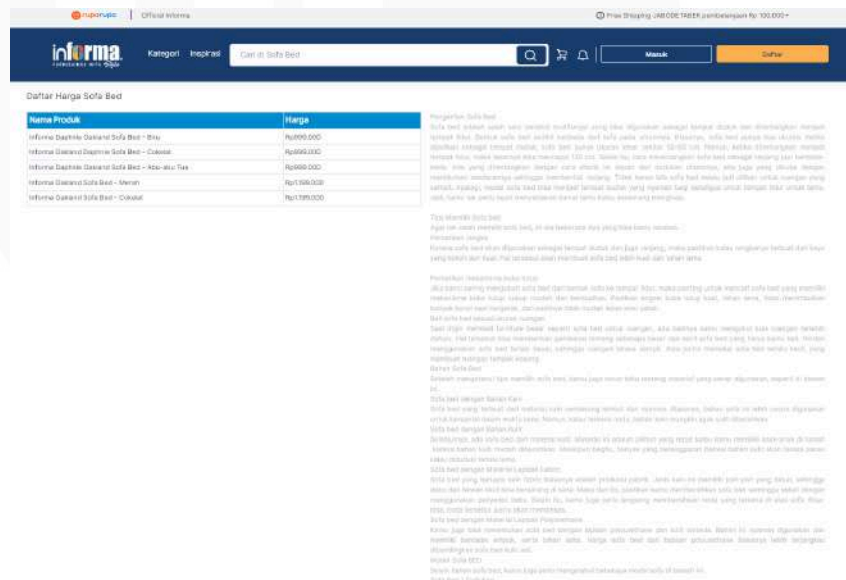
Optimasi dilakukan pada halaman produk yang mengalami penurunan jumlah *traffic* dan ranking pada halaman pencarian di Google. Dalam proses optimasi, penulis ditugaskan untuk mengoptimalkan beberapa halaman produk setiap bulan melalui Google Sheets. Pertama-tama, penulis akan melakukan analisis pesaing terhadap kata kunci produk yang akan dioptimalkan. Tujuannya adalah untuk mengetahui peringkat halaman kategori produk Ruparupa. Selanjutnya, penulis akan mengidentifikasi pesaing utama untuk setiap kata kunci tersebut. Kemudian, penulis akan memeriksa *meta title* dan *meta deskripsi* untuk memahami strategi yang digunakan oleh pesaing sehingga Rupa Rupa dapat memperoleh posisi teratas dalam hasil pencarian.



Gambar 3.19 Halaman Produk Kategori *Sofa Bed* Kompetitor Sumber: Tokopedia.com

Pada Gambar 3.19, terlihat contoh *top competitor* yang menduduki posisi teratas pada kata kunci "*sofa bed*" adalah Tokopedia. Penulis akan menganalisis *meta title* dan *meta deskripsi* halaman produk Tokopedia, kemudian mengimplementasikan strategi yang efektif pada halaman produk Ruparupa untuk meningkatkan peringkat dan daya saing.

Setelah menentukan *meta title* dan *meta deskripsi* yang akan digunakan pada halaman produk Ruperupa, penulis melakukan proses perubahan tersebut melalui platform Gideon. Dengan menggunakan Gideon, penulis dapat dengan mudah mengakses dan mengedit *meta title* serta *meta deskripsi* secara efisien, sehingga memastikan bahwa setiap halaman produk memiliki deskripsi yang menarik dan relevan untuk meningkatkan peringkatnya dalam hasil pencarian.



Gambar 3.20 SEO *Footer* Halaman Produk Kategori *Sofa Bed*  
Sumber: *Website Ruperupa.com*

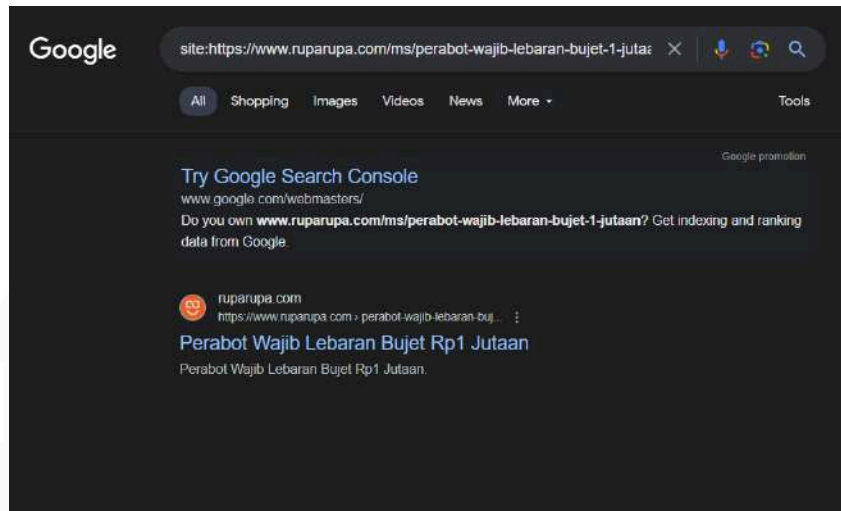
Tidak hanya itu, penulis juga bertugas memastikan bahwa dalam halaman kategori produk sudah memiliki SEO *footer*, seperti ditunjuk pada Gambar 3.20. SEO *footer* adalah kalimat atau paragraf yang berada pada bagian paling bawah sebuah halaman *website*. Dalam hal ini SEO *footer* adalah berfungsi untuk menyediakan informasi tambahan terkait produk tersebut. Tidak hanya itu, keberadaan SEO *footer* sangat penting untuk

membantu meningkatkan keterbacaan dan *indexing* halaman oleh Google. Dengan menyertakan kata kunci dan frasa yang relevan dalam SEO *footer*, hal ini juga dapat membuat halaman lebih relevan di mata mesin pencari. Dengan demikian, akan membantu dalam peningkatan posisi halaman produk kategori dalam hasil pencarian.

### **11. Mengecek indeks pada halaman artikel Rugarupa**

Dalam konteks SEO, indeks sangatlah penting untuk memastikan apakah halaman tersebut sudah terdaftar dalam mesin pencarian Google. Jika sebuah halaman belum terindeks, hal tersebut dapat mengakibatkan penurunan lalu lintas situs *website* dan membuat halaman tidak muncul saat pengguna mencari dengan kata kunci yang terkait.

Pada proses pengecekan indeks penulis akan menggunakan metode mengetik "site:(domain.com)" pada kolom pencarian Google. Di sini, "domain.com" akan diganti dengan alamat URL halaman yang akan diperiksa indeksnya. Metode ini memungkinkan penulis untuk melihat langsung halaman-halaman dari domain yang spesifik yang telah terindeks oleh mesin pencari. Dengan demikian, penulis dapat memverifikasi apakah halaman yang ditargetkan sudah terdaftar dalam indeks Google atau belum. Proses pengecekan ini merupakan langkah kritis dalam mengoptimalkan visibilitas dan keterjangkauan konten dalam hasil pencarian.



Gambar 3.21 Hasil Pengecekan Indeks Halaman Artikel  
Rugarupa

Sumber: Halaman Pencarian Google, 2024

Berikut merupakan salah satu contoh halaman artikel yang telah terindeks, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.21. Pada hasil pencarian, terlihat judul artikel beserta link yang mengarah langsung ke halaman tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa artikel tersebut telah dimasukkan ke dalam indeks mesin pencari, sehingga dapat diakses oleh pengguna saat melakukan pencarian dengan kata kunci yang relevan.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan Rugarupa, tentunya seluruh program dapat terlaksana dengan baik. Namun, disisi lain penulis mengalami beberapa kendala yang menghambat pelaksanaan proses ini, yang diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Memahami istilah-istilah dalam dunia *Search Engine Optimization*



Dalam masa perkuliahan, khususnya dalam mata kuliah digital marketing penulis mempelajari konsep dasar dari SEO mengenai apa itu SEO, dan peran SEO dalam memperluas kehadiran online. Namun, saat menjalani magang di Ruparupa, penulis menemukan bahwa masih terdapat banyak istilah dalam dunia SEO dan dalam dunia digital marketing yang belum diperkenalkan sebelumnya. Beberapa istilah-istilah baru yang ditemukan penulis selama praktik kerja magang adalah *redirection*, *canonical*, *indexing*, *conversion rate (CVR)*, *crawling* dan *search engine result page (SERP)*. Hal ini menjadi kendala karena membutuhkan waktu ekstra untuk memahami dan menguasai istilah-istilah tersebut, sehingga proses pelaksanaan tugas menjadi terhambat.

## **2. Kesulitan dalam menulis artikel advertorial**

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, penulis mendapatkan tugas untuk menulis berbagai artikel advertorial dan blog terkait *tips* and *trick* dan penjelasan manfaat hingga keunggulan produk. Dalam masa perkuliahan penulis diajarkan mengenai konsep *attention*, *interest of the customer*, *desire* dan *action* (AIDA). Penerapan AIDA dalam *copywriting* berfungsi untuk menarik perhatian audiens, membangkitkan minat mereka terhadap suatu produk, dimana hal ini akan memicu keinginan untuk memiliki produk, yang pada akhirnya akan mendorong tindakan pembelian. Namun, dalam pengimplementasiannya dikelas konsep AIDA lebih sering diterapkan dalam membuat iklan berupa *banner*, poster, atau deskripsi dan *caption* di media sosial yang memiliki batasan karakter. Dimana hal ini sangat berbeda dalam penulisan sebuah artikel yang berbentuk format kalimat yang lebih panjang.

Hal tersebut tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi penulis mengintegrasikan konsep AIDA ke dalam teks yang lebih panjang, Di samping itu, penulis juga harus memastikan bahwa pesan yang ingin

disampaikan tetap menarik dan persuasif tanpa kehilangan daya tariknya sepanjang teks. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah penulis harus mampu menulis artikel berdasarkan *keyword* dan konsep SEO. Dengan mengoptimalkan penggunaan kata kunci yang relevan dan strategi SEO yang tepat, artikel memiliki peluang lebih besar untuk ditemukan oleh mesin pencarian dan menduduki peringkat yang lebih tinggi dalam hasil pencarian sehingga dapat membantu menarik lebih banyak pembaca,

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

#### **1. Menanyakan mengenai istilah-istilah yang belum dipahami**

Setiap kali penulis mendapatkan tugas, *supervisor* selalu membimbing dan menjelaskan langkah-langkah pengerjaan serta konsep yang terkait dengan pekerjaan tersebut. *Supervisor* juga selalu mendorong penulis untuk aktif bertanya apabila terdapat istilah-istilah dan mengkomunikasikan jika terdapat kendala saat menyelesaikan tugas. Hal ini tentunya, sangat membantu penulis untuk memahami berbagai istilah yang masih asing dan memperluas pengetahuan penulis terkait SEO. Selain itu, *supervisor* juga selalu memberikan *feedback* terkait pekerjaan yang dilakukan penulis. *Feedback* ini sangat penting dalam evaluasi kinerja penulis dan meningkatkan hasil kinerja. Dengan adanya dukungan dan bimbingan dari *supervisor* penulis dapat mengatasi kendala tersebut.

#### **2. Membaca lebih banyak artikel dan mempelajari teknik menulis artikel dan**

Dalam menyelesaikan tugas menulis artikel, penulis berusaha untuk meningkatkan kemampuannya dengan membaca lebih banyak artikel, baik artikel yang diterbitkan oleh Ruparupa maupun perusahaan lain. Hal ini sangat membantu penulis memperkaya kosakata dan



mengembangkan gaya penulisan yang menarik bagi pembaca. Dengan pemahaman ini, penulis dapat menulis artikel yang memiliki alur baca yang menyenangkan dan tidak terkesan kaku. Selain itu, *supervisor* juga memberikan bimbingan kepada penulis, terkait tata bahasa, teknik menulis hingga gaya penulisan untuk artikel di Rugarupa. Hal ini memastikan bahwa artikel yang dihasilkan sesuai dengan standar perusahaan dan mampu menarik minat pembaca dengan lebih efektif.

