



**PENGOPTIMASIAN WEBSITE DAN MENAIKKAN TRAFFIC DENGAN
ARTIKEL SERTA MENERAPKAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
(SEO)**

KERJA PRAKTIK



Oleh:

MUHAMMAD YASIN

19430100035

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DINAMIKA
2023**

**PENGOPTIMASIAN WEBSITE DAN MENAIKKAN *TRAFFIC* DENGAN
ARTIKEL SERTA MENERAPKAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
(SEO)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Mata Kuliah Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika
Disusun Oleh :
: MUHAMMAD YASIN
: 19430100035
Program Studi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGOPTIMASIAN WEBSITE DAN MENAIKKAN TRAFFIC DENGAN ARTIKEL SERTA MENERAPKAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Laporan Kerja Praktik oleh

Muhammad Yasin

NIM: 19430100035

Telah Diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 01 Agustus 2023



Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Januar Wibowo, S.T., M.M.

NIDN. 0715016801

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, saya:

Nama : **Muhammad Yasin**
NIM : **19430100035**
Program Studi : **S1 Manajemen**
Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **PENGOPTIMASIAN WEBSITE DAN MENAIKKAN TRAFFIC
DENGAN ARTIKEL SERTA MENERAPKAN SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION (SEO)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi bagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialih mediakan dan dikelola dalam bentuk pengkalan data (database) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 Agustus 2023



Muhammad Yasin

NIM: 19430100035

ABSTRAK

Kerja Praktik ini memiliki tujuan untuk memastikan mahasiswa mendapatkan keterampilan dan kompetensi terbaik, utama, dan terkini untuk menghadapi dunia kerja di masa kedepan. Kerja Praktik dapat melengkapi para mahasiswa dengan keterampilan *soft skills* dan *hard skills* untuk solusi kebutuhan talenta digital, khususnya Manajemen. Permasalahan yang dihadapi pada PT Otak Kanan adalah belum secara maksimal optimasikan *website* dan menurunnya *traffic* pada *website* birojasa.com yang menyebabkan *website* tersebut belum dikenal secara luas dan tidak memasuki halaman 1 Google.

Dalam menyelesaikan Kerja Praktik ini, penulis menggunakan penerapan SEO dan *Creative Thinking* sebagai pengoptimasian pada *website* yang akan dikerjakan. Penyampaian suatu informasi dengan artikel yang menarik dan bisa menjadi sebuah jembatan antara pembaca dengan memiliki tujuan yaitu menarik minat atau perhatian pembaca agar membaca artikel berupa suatu informasi yang dihadirkan oleh *website* tersebut.

Hasil yang didapatkan adalah mampu menulis cerita atau informasi yang menarik dan mampu menarik perhatian pembaca dengan berpikir kreatif dan SEO sebagai acuan penulisan artikel. Kemudian dilakukan *submit index* pada *website* yang dikerjakan dan mendapatkan *total clicks*, *total impressions*, *average Click Through Rate* (CTR), dan *average position* dari *Google Search Console*. Hal tersebut membuktikan bahwa *website* layak untuk memasuki halaman 1 pada google untuk pencarian berbagai kata kunci yang telah dianalisis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan akan kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam beserta isinya. Atas izin dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Pengoptimasian Website Dan Menaikkan *Traffic* Dengan Artikel Serta Menerapkan *Search Engine Optimization (SEO)*”.

Penulis memahami akan sulitnya dalam menyelesaikan penyusunan laporan akhir magang tanpa bantuan dari pihak-pihak yang terkait. Maka di kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua dan Adik saya yang telah memberikan dukungan.
2. Bapak Ariesaldy Putra Parmana Wijaya selaku Marketing Manager dan mentor saya di PT. Otak Kanan.
3. Bapak Dr. Drs. Antok Supriyanto, M.MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Dinamika dan dosen pembimbing.
4. Bapak Dr. Januar Wibowo, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Dinamika.
5. Rekan angkatan 2019 Serta teman-teman dari program magang di PT. Otak Kanan.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT membala kebaikan seluruh pihak yang terkait dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

Surabaya, 01 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|------|
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.5 Manfaat | 3 |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 4 |
| 2.1 PT Otak Kanan | 4 |
| 2.2 Visi dan Misi PT Otak Kanan | 5 |
| 2.2.1 Visi | 5 |
| 2.2.2 Misi | 5 |
| 2.3 Lokasi Perusahaan..... | 5 |
| 2.4 Struktur Organisasi..... | 6 |
| BAB III LANDASAN TEORI..... | 8 |
| 3.1 Internet | 8 |
| 3.2 <i>Internet Marketing</i> | 8 |
| 3.2.1 <i>Immediacy</i> | 9 |
| 3.2.2 <i>Personalisation</i> | 9 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.3 <i>Relevance</i> | 9 |
| 3.3 <i>Search Engine</i> | 9 |
| 3.4 <i>Website</i> | 10 |
| 3.5 <i>Search Engine Optimization (SEO)</i> | 10 |
| 3.5.1 SEO <i>On Page</i> | 11 |
| 3.5.2 SEO <i>Off Page</i> | 11 |
| 3.6 <i>Tools</i> Penerapan SEO Dalam Artikel dan <i>Website</i> | 12 |
| 3.6.1 Ubersuggest..... | 12 |
| 3.6.2 Google Trend | 13 |
| 3.6.3 Semrush..... | 14 |
| 3.6.4 Alsoasked | 14 |
| 3.6.5 Google Search Console | 15 |
| BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN | 16 |
| 4.1 Penjelasan Kerja Praktik | 16 |
| 4.2 Diagram Alur Proses Penggerjaan | 17 |
| 4.3 Meriset Kata Kunci | 17 |
| 4.4 Meriset Kompetitor | 18 |
| 4.5 Internal SEO..... | 18 |
| 4.6 Eksternal SEO | 19 |
| 4.7 Pengoptimalan <i>Pagespeed Website</i> | 20 |
| 4.8 Hasil <i>Publish</i> Artikel dan Kegiatan..... | 20 |
| BAB V PENUTUP..... | 28 |
| 5.1 Kesimpulan | 28 |
| 5.2 Saran..... | 28 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Table 2.1 Tabel nama pemegang setiap divisi PT Otak Kanan | 6 |
| Table 4.2 Tabel hasil kegiatan Kerja Praktik | 21 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 PT Otak Kanan | 4 |
| Gambar 2.2 Lokasi Perusahaan Otak Kanan..... | 6 |
| Gambar 2.3 Struktur PT Otak Kanan..... | 6 |
| Gambar 3.1 Bagan SEO <i>On Page</i> | 11 |
| Gambar 3.2 Bagan SEO <i>Off Page</i> | 12 |
| Gambar 3.3 Ubersuggest..... | 12 |
| Gambar 3.4 Google Trend..... | 13 |
| Gambar 3.5 Semrush..... | 14 |
| Gambar 3.6 <i>Google Search Console</i> | 15 |
| Gambar 4.1 Riset Kata Kunci..... | 18 |
| Gambar 4.2 Riset Kompetitor..... | 18 |
| Gambar 4.3 Internal SEO..... | 19 |
| Gambar 4.4 Eksternal SEO..... | 19 |
| Gambar 4.5 Optimasi <i>Pagespeed</i> | 20 |
| Gambar 4.6 Hasil <i>Posting Artikel</i> | 21 |

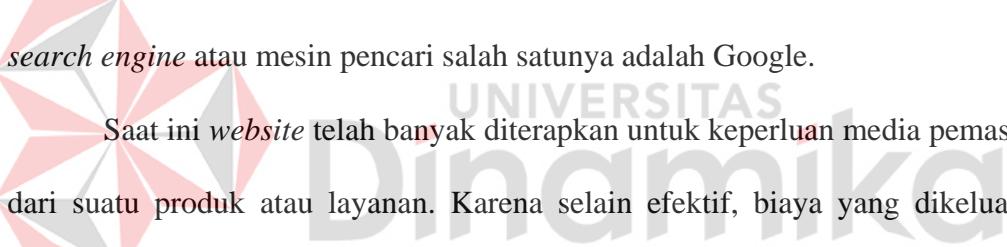
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Search Engine Optimization atau SEO adalah serangkaian strategi yang digunakan dalam hal meningkatkan peringkat suatu situs web atau halaman tertentu didalam hasil pencarian organik (non-berbayar) dari mesin pencari seperti Google, Bing, dan lain-lain.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan masyarakat mengakses internet. Setiap orang mencari informasi yang dibutuhkan melalui sebuah *website*. Untuk memudahkan pencarian *website*, maka diperlukan sebuah *search engine* atau mesin pencari salah satunya adalah Google.



Saat ini *website* telah banyak diterapkan untuk keperluan media pemasaran dari suatu produk atau layanan. Karena selain efektif, biaya yang dikeluarkan lebih murah dan jangkauannya yang dapat menyebar ke seluruh dunia. Walaupun demikian, tidak semua *website* dapat memuncaki posisi atas pada hasil pencarian atau *Search Engine Result Page* (SERP), bahkan begitu sulitnya untuk ditemukan oleh *search engine* dikarenakan banyaknya kompetitor situs web yang telah ada sehingga mempengaruhi pada jumlah pengunjung *website* tersebut.

Apabila *website* tersebut tidak dapat memuncaki posisi yang baik atau teratas, maka jumlah pengunjungnya menjadi semakin sedikit sehingga target pemasaran tidak terpenuhi secara maksimal. Namun jika mendapati posisi yang sangat baik atau teratas, maka jumlah pengunjungnya akan sangat banyak sehingga pemasaran yang dilakukan berhasil sesuai target yang ditentukan dan angka penjualannya yang juga semakin meningkat.

Oleh karena itu, perlunya diterapkan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) didalam artikel supaya *website* tersebut akan lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari. SEO memiliki tujuan yaitu menempatkan situs web tersebut memperoleh posisi atas pada mesin pencarian berdasarkan kata kunci atau *keyword* tertentu yang ditargetkan. *Website* yang memperoleh posisi atas pada hasil mesin pencari memiliki peluang sangat besar untuk mendapatkan peningkatan jumlah pengunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Pada Kerja Praktik yang dilaksanakan terdapat beberapa masalah yang harus diselesaikan oleh penulis. Masalah – masalah tersebut diringkas dalam rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara menerapkan SEO didalam artikel dan *website*?
2. Bagaimana Penulisan artikel yang benar dan sesuai dengan SEO?
3. Bagaimana hasil dari analisis SEO dan kata kunci didalam artikel?

1.3 Batasan Masalah

Karena *Digital Marketing* dan SEO memiliki pembahasan yang sangat luas, maka penulis membatasi masalah dari Kerja Praktik, yaitu sebagai berikut:

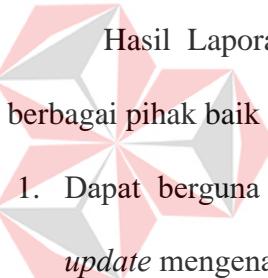
1. Komponen *Digital Marketing* yang digunakan adalah beberapa postingan artikel sebagai penyampaian suatu informasi.
2. Penulisan artikel yang digunakan adalah *website PBN (Private Blog Network)* dengan *Rank-Math*, *Google Trend*, *backlink* antar artikel, dan sebagainya.
3. Penerapan SEO yang digunakan adalah data analisis *Google Search Console* (GSC) dengan *SERP (Search Engine Result Page)*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari kegiatan Kerja Praktik adalah mahasiswa dapat mengalami secara langsung bagaimana keadaan berada di lapangan pekerjaan, serta melatih mahasiswa untuk memiliki *problem solving* dan *creative thinking* dari permasalahan yang berada di lapangan saat ini. Adapun tujuan khusus dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Menempatkan sebuah website tersebut pada posisi teratas di hasil pencarian berdasarkan keyword yang ditentukan dan ditargetkan.
2. Meningkatkan branding untuk perusahaan PT Otak Kanan.

1.5 Manfaat



Hasil Laporan Kerja Praktik ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik itu secara teori maupun praktik sebagai berikut:

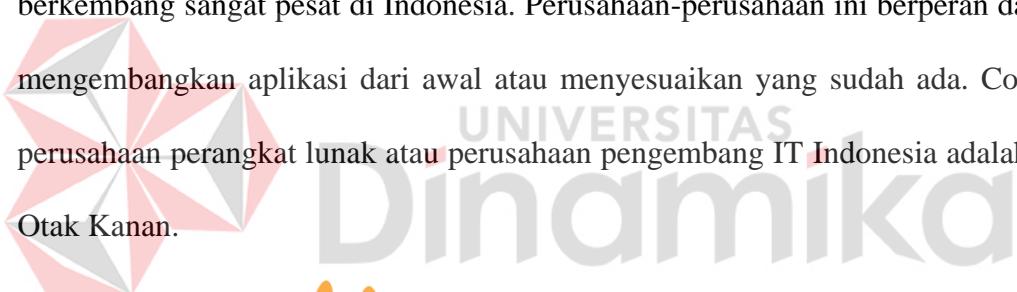
1. Dapat berguna bagi *website* tersebut supaya tetap berkembang dan terus *update* mengenai seputar informasi yang dibutuhkan.
2. Manfaat dari kegiatan Kerja Praktik ini adalah membantu perusahaan dalam meningkatkan *website traffic* serta meningkatkan *branding* sewa kantor didalam menyediakan kebutuhan untuk berkomunikasi jarak jauh dan tempat yang nyaman untuk rapat secara *offline* maupun *online*.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 PT Otak Kanan

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, banyak perusahaan, termasuk yang pada awalnya tidak bergerak di bidang teknologi, mulai membutuhkan layanan teknologi informasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, *Software House* merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan. Rumah perangkat lunak adalah perusahaan yang berfokus pada pengembangan aplikasi seluler, *desktop*, berbasis web, dan lainnya. Perusahaan perangkat lunak berkembang sangat pesat di Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini berperan dalam mengembangkan aplikasi dari awal atau menyesuaikan yang sudah ada. Contoh perusahaan perangkat lunak atau perusahaan pengembang IT Indonesia adalah PT Otak Kanan.



PT OTAK KANAN - INDONESIA
Gambar 2.1 Pt Otak Kanan

PT Otak Kanan adalah perusahaan bergerak di bidang industri kreatif yang berbasis di Surabaya. PT Otak Kanan menciptakan, membangun, dan menjalankan perusahaan yang senantiasa menantang status quo dan mendorong kreativitas dan inovasi dalam berpikir. PT Otak Kanan memiliki banyak ide yang telah terbukti dan telah melayani lebih dari 100 perusahaan dari berbagai segmen pasar. PT Otak Kanan memahami bahwa setiap perusahaan memiliki keunikan

dengan kekuatan, kualitas dan pengalaman yang berbeda. Maka dari itu, PT Otak Kanan membahas setiap peluang dengan cara yang kreatif. PT Otak Kanan menyediakan layanan di bidang IT, Multimedia, *Business Support*, Digital dan Bisnis *Online*.

2.2 Visi dan Misi PT Otak Kanan

Berikut visi dan misi yang diterapkan didalam perusahaannya serta yang dimiliki oleh PT Otak Kanan antara lain:

2.2.1 Visi

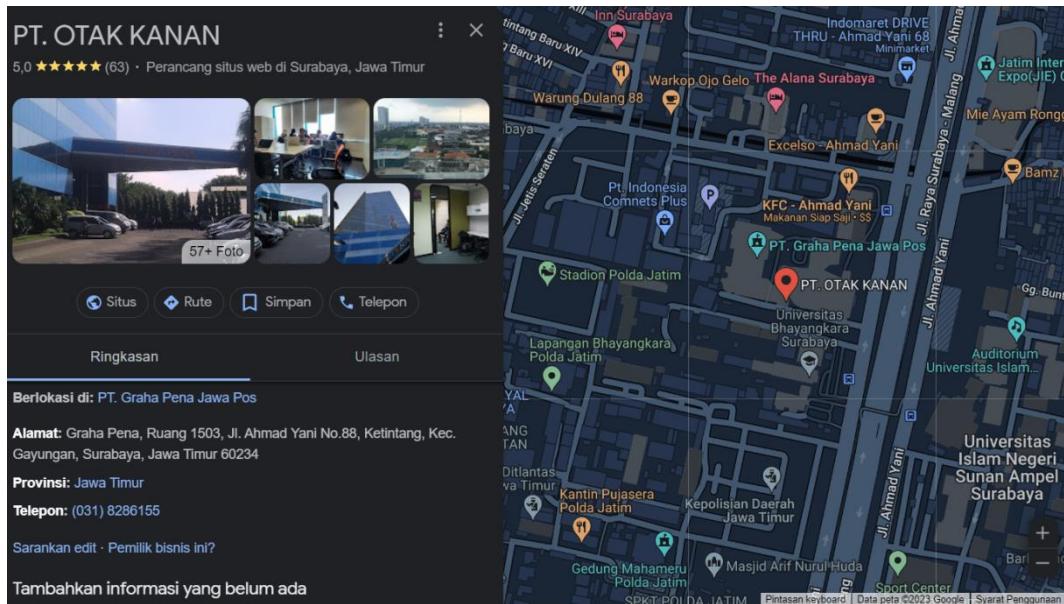
Menciptakan, membangun, dan menjalankan sebuah perusahaan yang terus-menerus menantang status quo dan mendorong orang untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam pemikiran mereka.

2.2.2 Misi

Memahami bahwa setiap perusahaan itu unik, dengan kekuatan, kualitas, dan pengalaman yang berbeda-beda. Sehingga PT Otak Kanan membahas setiap kesempatan dengan pendekatan kreatif. PT Otak Kanan yakin bahwa kerja keras tidak akan sia-sia! PT Otak Kanan berani dan cekatan, serta menjalankan konsep dan program dengan cara elegan yang khas. PT Otak Kanan peduli dengan kesuksesan Anda.

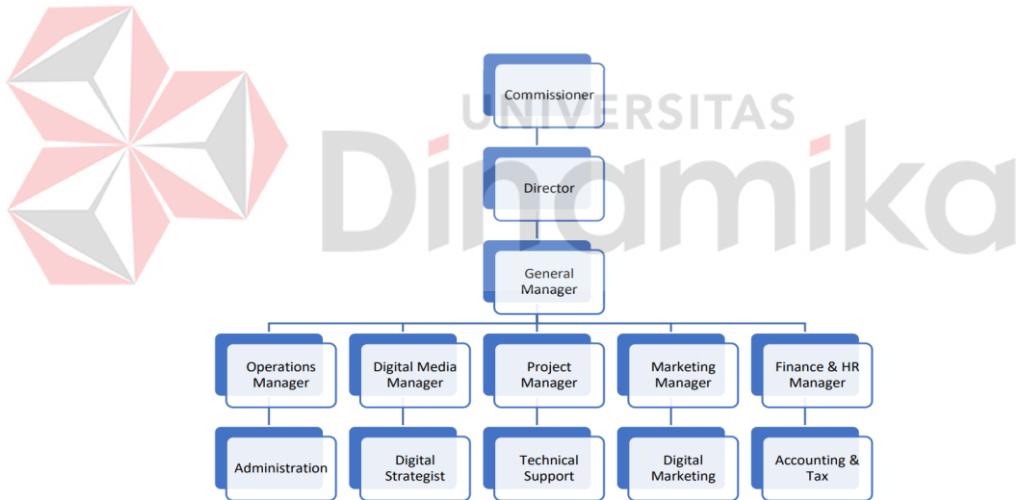
2.3 Lokasi Perusahaan

Lokasi PT Otak Kanan berada di Graha Pena suite 1503, Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Di bawah ini adalah peta lokasi dari PT Otak Kanan.



Gambar 2.2 Lokasi Perusahaan Otak Kanan

2.4 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur PT Otak Kanan

Dari struktur perusahaan PT Otak Kanan di atas dapat dijabarkan siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap divisi sebagai berikut:

Table 2.1 Tabel nama pemegang setiap divisi PT Otak Kanan

| Jabatan (Struktur Organisasi) | Nama Lengkap |
|-------------------------------|----------------------|
| Commissioner | Diana Khalida |
| Director | M. Santoso Putra D. |
| General Manager | Alfian Dwi Kurniawan |
| | |

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Operations Manager | Wahyu Prasetyo |
| Digital Media Manager | Yahya Adi Styawan |
| Project Manager | Moch. Susanto |
| Marketing Manager | Ariesaldy Putra Parmana Wijaya |
| Finance & HR Manager | Rury SR |
| | |
| Administration | Reza A. |
| Digital Strategist | Rony A. |
| Technical Support | M. Prayoga Perdana |
| Digital Marketing | Moh. Nasrul Amin |
| Accounting & Tax | Ersyva Nadia Putri |

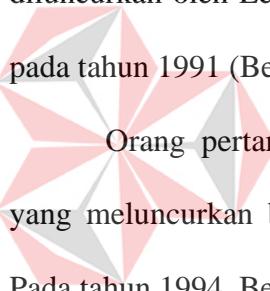


BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Internet

Internet adalah sebuah revolusi di bidang teknologi pada abad 21, menyatukan teknologi telekomunikasi dan teknologi komputer. Kedua teknologi ini juga disebut ICT (*Information and Communication Technology*). Perkembangan internet dimulai pada tahun 1990 dengan adanya aplikasi *World Wide Web* yang diciptakan oleh Berners-Lee dan rekan timnya. Situs web pertama ini diproduksi oleh Berners-Lee yang beralamat di <http://info.cern.ch/> dan diluncurkan oleh Lee pada tanggal 6 Agustus 1991, lalu diikuti oleh browsernya pada tahun 1991 (Berners-Lee, Cailliau, Groff and Pollermann, 1992).



Orang pertama yang memperkenalkan WWW adalah Marc Andressen, yang meluncurkan browser bernama Mosaic pada beberapa tahun setelah Lee. Pada tahun 1994, Berners-Lee mendirikan *World Wide Web Consortium* (W3C) di Massachusetts *Institute of Technology*. Mark Anderson melanjutkan untuk menemukan Netscape. Sejak saat itu hingga saat ini, pengguna Internet dan *World Wide Web* berkembang begitu pesat.

3.2 Internet Marketing

Pemasaran Internet juga dikenal sebagai pemasaran digital, pemasaran internet, pemasaran *online* atau pemasaran elektronik. Menurut (Jones, Malczyk, dan Beneke, 2011), bahwa setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan teknologi internet adalah *Internet Marketing*. Termasuk juga kegiatan *online* seperti jejaring sosial dan *e-mail*.

Dengan begitu (Jones, Malczyk, dan Beneke, 2011), menyatakan bahwa adanya tiga prinsip dasar dari *Internet Marketing* antara lain:

3.2.1 *Immediacy*

Perubahan yang ter *up-to-date* dalam waktu per menitnya termasuk menanggapi hal tersebut secara *online*.

3.2.2 *Personalisation*

Gunakan informasi pribadi secara *online* yang dimasukkan pengunjung sebagai keuntungan perusahaan. Dengan demikian, pengunjung tersebut dapat ditanggapi dan dilayani secara personal untuk setiap masing-masingnya.

3.2.3 *Relevance*

Komunikasi secara *online* mengharuskan lebih menarik dan diketahui bagaimana caranya agar pengunjung merasa terbutuhkan atau seolah-olah terlayani akan kebutuhan yang mereka cari sehingga membuat pengunjung merasa terpuaskan.

3.3 *Search Engine*

Mesin pencari (*Search Engine*) adalah salah satu perangkat komputer yang digagas untuk menemukan atau mencari berupa data, file, dan lain-lain yang tersimpan didalam perangkat komputer. Mesin pencari memungkinkan pengguna dapat menemukan file-file sesuai dengan kriteria yang mengandung kata kunci tertentu.

Sedangkan *web search engine* (mesin pencari web) adalah mesin pencari yang dirancang guna untuk menggali informasi di WWW (*World Wide Web*) dan *server* FTP (*File Transfer Protocol*). Hasil pencarian pada mesin pencari web

pada umumnya disajikan ke dalam bentuk daftar dan juga disebut dengan SERP (*Search Engine Result Page*). Informasi yang didapatkan tentu dari hasil pencarian bisa seperti gambar, halaman web, dan berbagai informasi lainnya (Ledford, 2009).

3.4 Website

Website adalah aplikasi yang dapat diakses oleh siapa saja dengan menggunakan jaringan internet, tanpa memandang lokasi. Halaman *website* menggunakan protokol HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) untuk memuat informasi dokumen seperti teks, gambar, suara, video (Hasugian, 2018). Halaman *website* dapat memiliki banyak fungsi, yaitu sebagai media informasi dan promosi produk atau jasa.

3.5 Search Engine Optimization (SEO)

SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan strategi pencarian yang menggunakan analisis kata kunci mengandung indikator yang terdapat halaman-halaman web, lalu informasi tersebut yang akan di indeks oleh mesin pencari (Ledford, 2009).

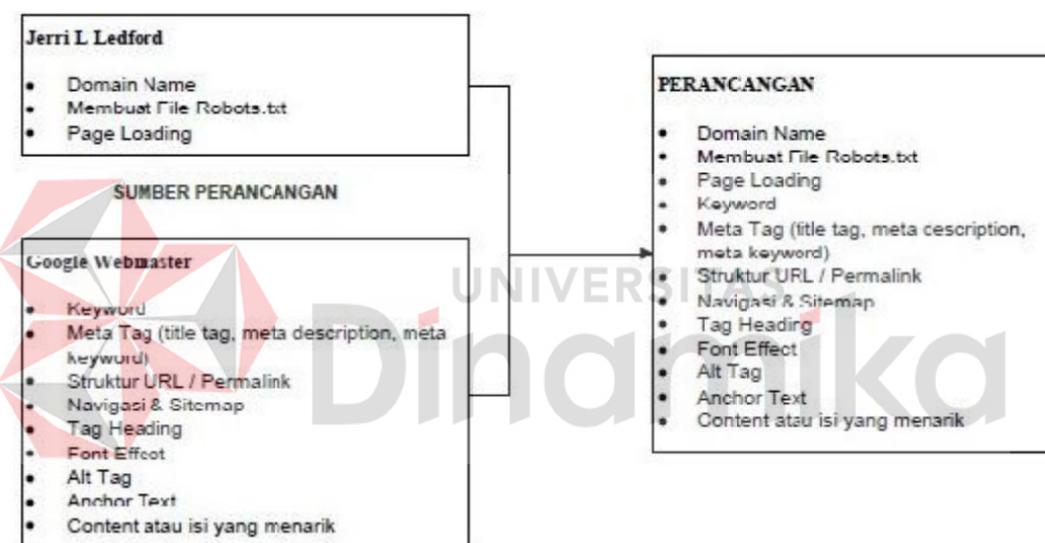
SEO merupakan teknik mengoptimalkan halaman yang mengandung kata kunci atau frase relevan yang di indeks oleh mesin pencari sebagai *keyword* pencarian (Viney, 2008).

SEO merupakan teknik yang digunakan untuk mendapatkan posisi yang menguntungkan pada mesin pencari dengan mencocokkan kata kunci tersebut di halaman *website* (Kent, 2006).

Tujuan dari SEO yaitu agar *website* atau blog tersebut tetap menempati pada halaman teratas mesin pencari sehingga kemungkinan besar *website* atau blog tersebut akan secara terus-menerus dikunjungi. Secara garis besar, teknik yang digunakan didalam penerapan metode SEO dibagi menjadi dua, antara lain:

3.5.1 SEO *On Page*

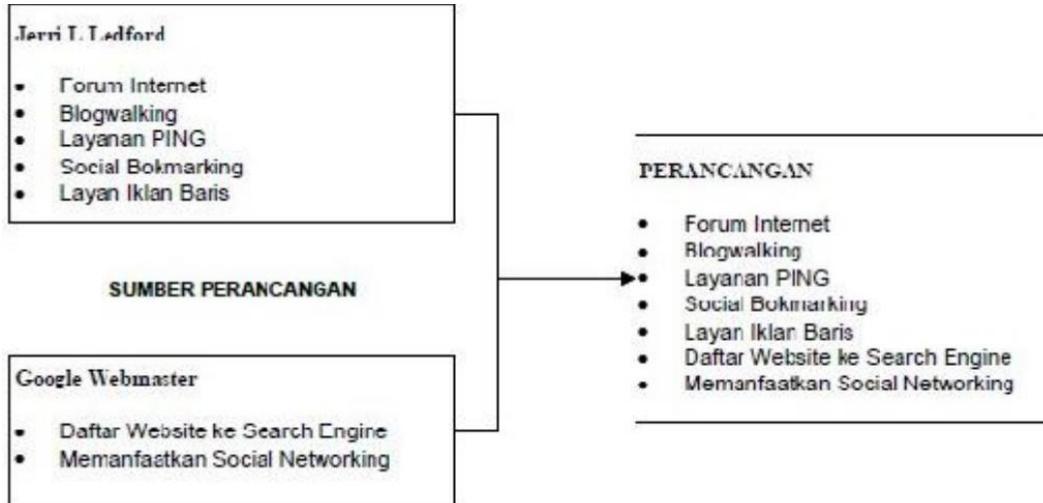
SEO *On Page* ini merupakan sebuah teknik SEO yang berfokus pada optimalisasi internal *website*. Kegiatan *On Page* ini melibatkan desain elemen dan konten situs web. Berikut grafik *On Page* SEO.



Gambar 3.1 Bagan SEO *On Page*

3.5.2 SEO *Off Page*

SEO *Off Page* ini adalah langkah pengoptimalan SEO khusus situs yang terjadi di luar halaman situs (eksternal). Metode optimasi *off-page* sangat erat kaitannya dengan *backlink*. *Backlink* adalah tautan dari situs web lain ke situs web terkait. *Backlink* bisa diibaratkan sebagai referral, semakin banyak orang yang merekomendasikan suatu *website*, maka semakin banyak perhatian yang didapatkan dari mesin pencari. Berikut grafik SEO *off-page*.

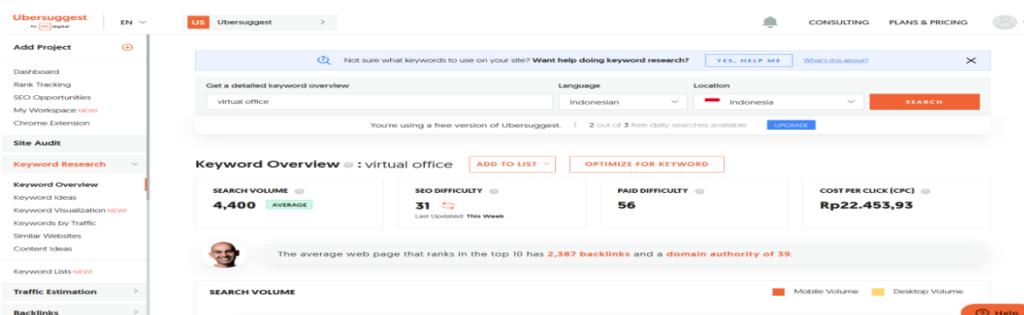


Gambar 3.2 Bagan SEO *Off Page*

3.6 Tools Penerapan SEO Dalam Artikel dan Website

Untuk menyelesaikan *project* ini, saya menggunakan *tools-tools* sebagai penentuan kata kunci artikel yang akan dikerjakan. Dengan menggunakan *tools* tersebut, saya dapat menulis artikel dengan menarik serta mengetahui kata kunci apa saja yang trending saat itu sehingga dapat memberikan ide konsep artikel yang paling efektif. *Tools* yang digunakan untuk menentukan kata kunci pada artikel yaitu ubersuggest, google trend, semrush, alsoasked, dan untuk *website* menggunakan Google Search Console.

3.6.1 Ubersuggest

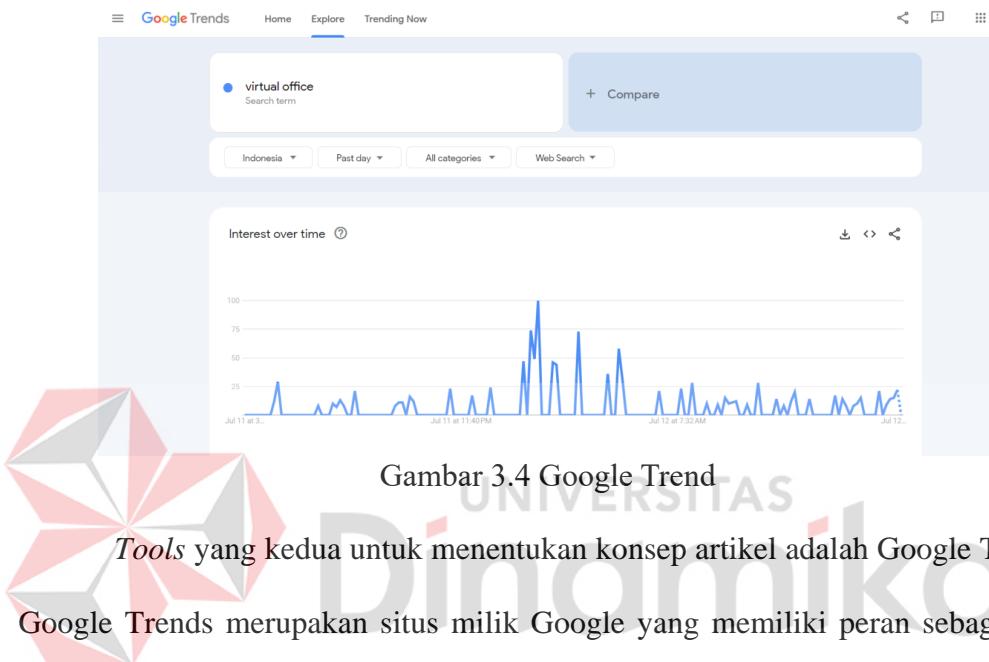


Gambar 3.3 Ubersuggest

Tools yang pertama dalam menentukan artikel adalah ubersuggest. Ubersuggest adalah alat untuk mencari kata kunci yang populer saat itu juga di

internet. Tujuan dari ubersuggest tentu untuk mengembangkan strategi pemasaran, khususnya dalam menulis artikel ini. Pada alat ini saya mencari tahu kata kunci apa saja yang dapat dijadikan konsep artikel serta analisis riset kata kunci dari kompetitor.

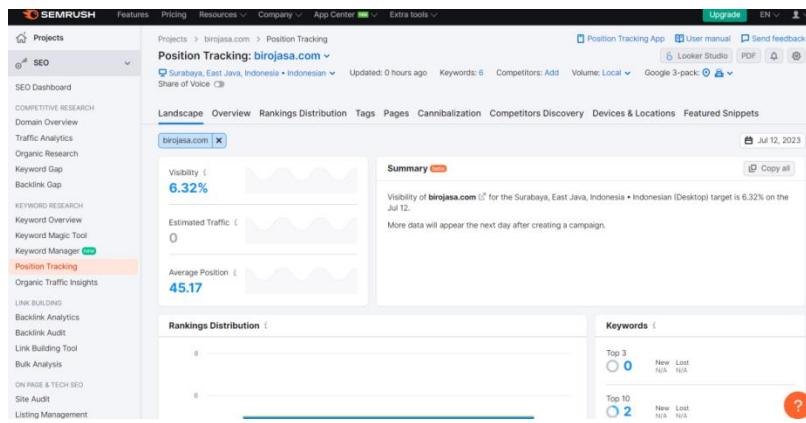
3.6.2 Google Trend



Tools yang kedua untuk menentukan konsep artikel adalah Google Trends. Google Trends merupakan situs milik Google yang memiliki peran sebagai alat untuk menghadirkan data-data mengenai tren dan seberapa seringnya kata kunci yang tengah dicari di mesin pencarian Google. Selain itu, alat ini menghadirkan data tentang *volume* pencarian dan informasi tentang geografi pencarian kata kunci.

Pada *tools* ini saya meriset kata kunci pada *homepage* Google Trends. Selain itu, hasil pencarian juga akan memperlihatkan grafik tren kata kunci apa saja selama beberapa waktu ke belakang saat menganalisis suatu kata kunci tersebut. Dengan begitu, saya dapat membandingkan data analisis kata kunci dengan waktu sebelumnya untuk seberapa relevan kata kunci tersebut yang akan digunakan.

3.6.3 Semrush



Gambar 3.5 Semrush

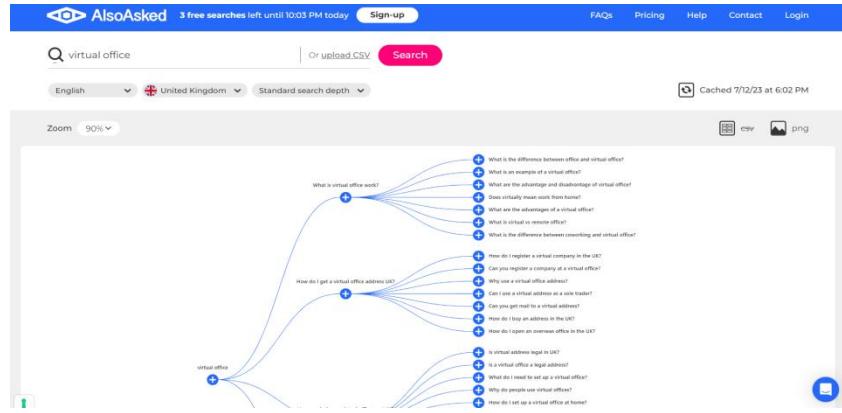
Tools yang ketiga untuk menentukan artikel adalah Semrush. Semrush merupakan alat yang rekomendasi untuk mendapatkan analisis secara rinci mengenai kata kunci apa saja yang ditargetkan hingga berbagai strategi *marketing* yang digunakan untuk membuat ide konsep. Tool ini memiliki fitur yang dapat membantu saya untuk mengetahui secara detail bagaimana mengarahkan lebih banyak trafik pengunjung ke dalam *website* dan menjadikan *leads*.

Pada alat ini dapat membantu saya untuk menampilkan data-data seperti *search volume*, *user intent*, *keyword difficulty*, *traffic share*, proyeksi tampilan pada *Search Engine Result Page* (SERP), dan sebagainya.

3.6.4 Alsoasked

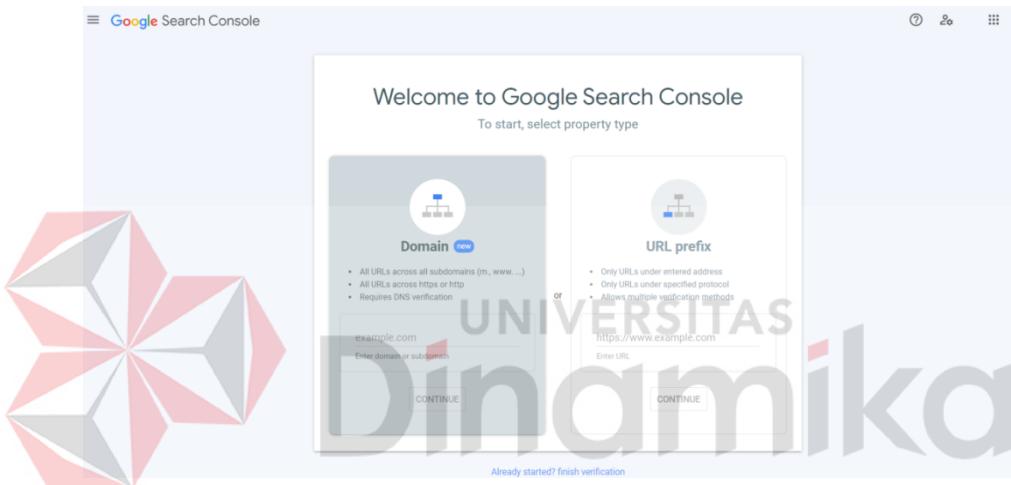
Tools yang keempat dalam menentukan konsep artikel adalah Alsoasked. Alsoasked merupakan alat yang dapat membantu saya dalam meriset kata kunci ke dalam beberapa topik bahasan dan bahasa dengan visualisasi seperti bentuk pohon.

Pada alat ini saya dengan memasukkan kata kunci yang ingin dicari, lalu akan muncul beberapa topik bahasan yang bisa dipilih untuk dijadikan kata kunci potensial ke dalam artikel yang akan dikerjakan.



Gambar 3.6 Alsoasked

3.6.5 Google Search Console



Gambar 3.7 Google Search Console

Setelah menentukan kata kunci potensial, tentu tidak lupa akan penerapan SEO ke dalam artikel. Dengan memiliki konsep yang SEO didalam artikel tersebut, dapat memudahkan mesin pencari menemukan *website* tersebut.

Oleh karena itu, mengapa diperlukannya penulisan artikel yang baik dan benar secara SEO agar *website* dapat muncul di halaman pertama google. Adapun optimasi *website* dan mengetahui trafik *website* melalui Google Search Console. Melakukan Analisa SEO menggunakan tools google search console. Alat ini merupakan situs website milik Google yang mana memungkinkan pengelola *website* dapat memantau kinerja situs di ranah organik Google.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Penjelasan Kerja Praktik

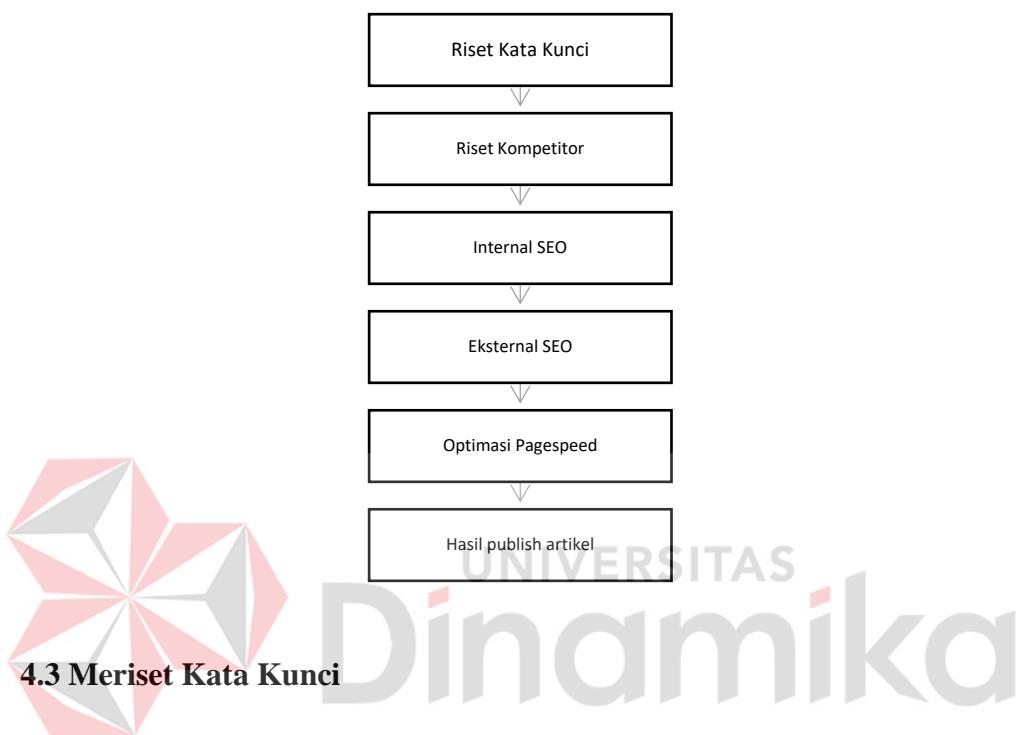
Kerja Praktik yang dilaksanakan oleh penulis merupakan salah satu kegiatan dari Kampus Merdeka Studi Independen dari sebuah *project* akhir yang berjudul “*Pengoptimasian Website Dan Menaikkan Traffic Dengan Artikel Serta Menerapkan Search Engine Optimization (SEO)*”, *project* ini berfokus untuk menyelesaikan masalah pada trafik atau *leads* dengan mengembangkan sebuah *website* yang terdapat beberapa jasa atau layanan bermanfaat untuk mempermudah kegiatan bisnis yakni Pembuatan PT & CV, *Virtual Office*, Buat PT, CV, Sewa V.O, *Private Office Room*, dan *Shared Office*.

Dalam pembuatan proyek ini membutuhkan artikel yang menggunakan beberapa *tools* dan desain *thumbnail* yakni: ubersuggest, google trend, semrush, alsoasked, Google Search Console dan Canva. Dalam proses pembuatan artikel ini langkah awal yang dilakukan adalah meriset kata kunci, meriset kompetitor, dilanjutkan pada internal SEO, lalu menuju pada eksternal SEO, dan akhirnya pengoptimasian *pagespeed*.

Fokus penulis adalah pada fitur utama yakni *upload* atau *publish* artikel sebanyak mungkin dan menaikkan trafik *website* sehingga menjadi sebuah *website* yang menempati posisi teratas dalam mesin pencarian untuk kata kunci tertentu.

4.2 Diagram Alur Proses Pengerjaan

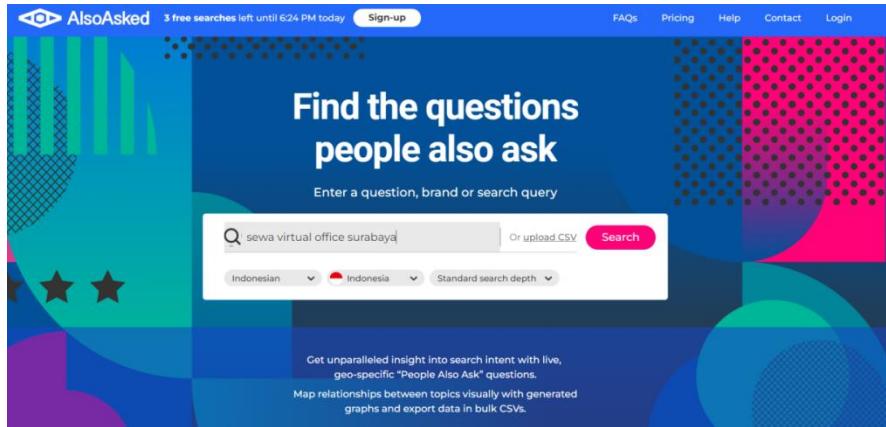
Adapun selama proses pengerjaan Kerja Praktik, terdapat serangkaian proses yang penulis gunakan sebagai acuan selama kegiatan berlangsung, proses itu tergambar dalam diagram alur dibawah ini.



4.3 Meriset Kata Kunci

Riset kata kunci adalah proses menemukan dan analisis kata kunci target untuk menerapkan SEO di situs web. Meriset kata kunci juga merupakan metode yang selalu digunakan dalam penulisan artikel informasi. Riset ini membutuhkan analisa yang lebih trending dimana mengikuti sesuai dengan seiringnya waktu untuk dapat menentukan kata kunci yang potensial didalam riset *keyword*.

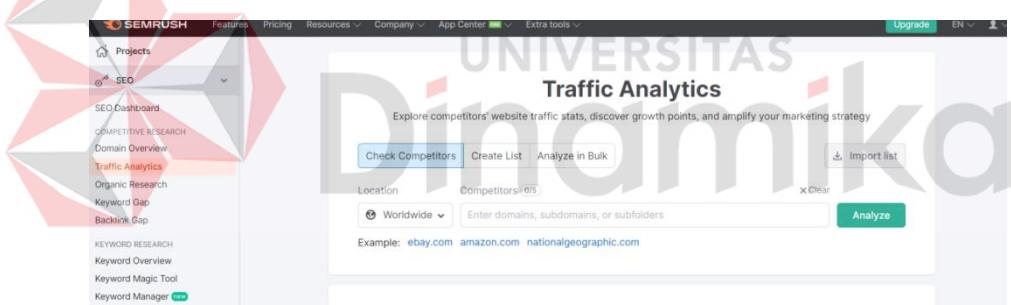
Dalam penelitian kata kunci, ada dua faktor yang harus diperhatikan. Faktor-faktor ini termasuk mencari kata kunci yang terkait dengan konten situs web dan memilih kata kunci berdasarkan analisis lalu lintas dan persaingan.



Gambar 4.1 Riset Kata Kunci

4.4 Meriset Kompetitor

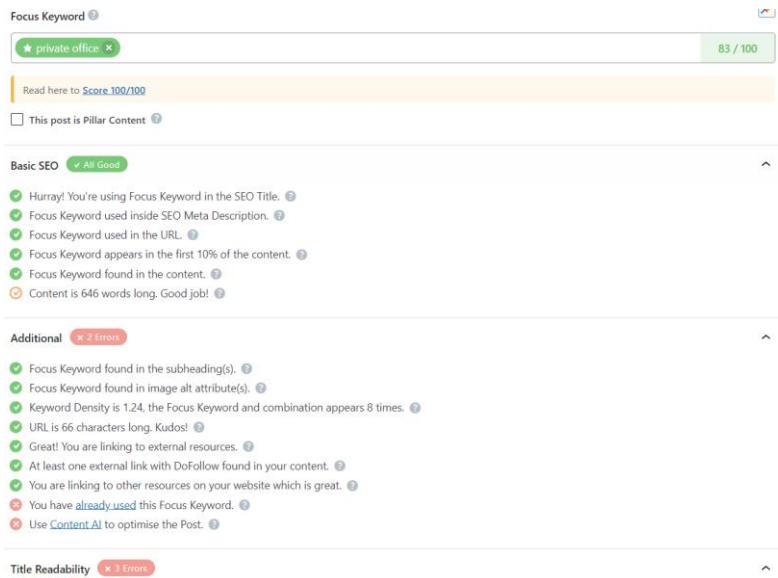
Melakukan penelitian pesaing untuk menentukan karakteristik situs web pesaing. Hal ini penting agar peneliti dapat melihat bagaimana kompetitor melakukannya.



Gambar 4.2 Riset Kompetitor

4.5 Internal SEO

On-page SEO adalah praktik SEO untuk mengoptimalkan konten yang diterbitkan. Langkah-langkah optimasi SEO *on-page* fokus pada faktor-faktor di dalam konten. Sederhananya, SEO *on-page* dapat dijelaskan sebagai langkah optimasi untuk meningkatkan kualitas konten agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca website atau blog.



Gambar 4.3 Internal SEO

4.6 Eksternal SEO

SEO *Off Page* merupakan langkah optimasi SEO yang banyak dilakukan secara eksternal konten situs web. Faktor eksternal yang dimaksud disini adalah dari *inbound link/backlink* hingga *share* di media sosial.



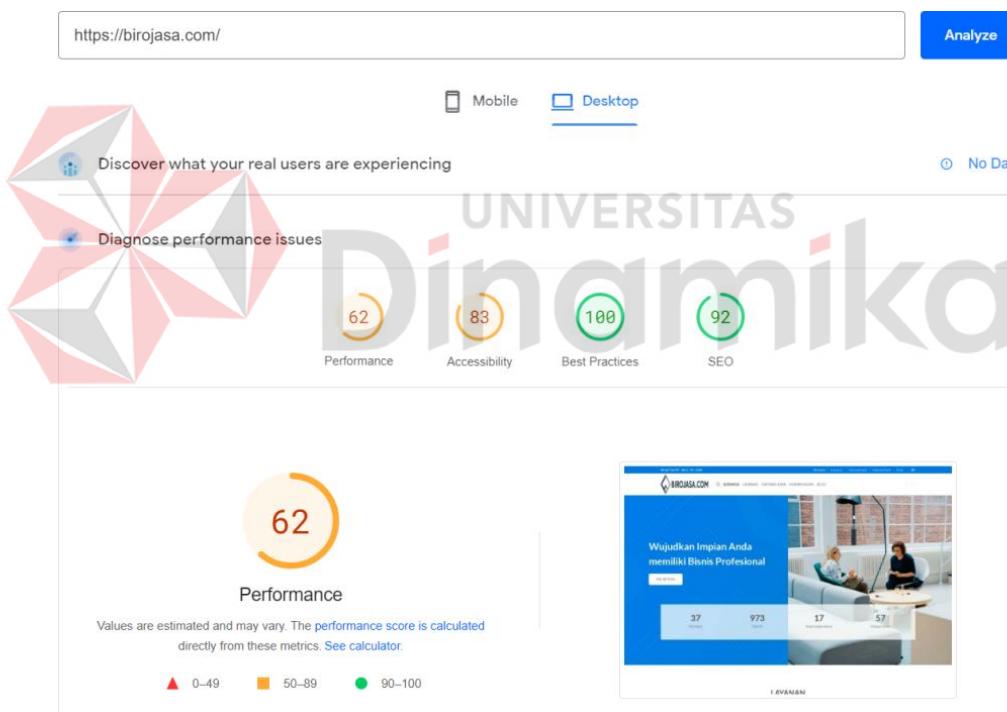
Gambar 4.4 Eksternal SEO

Jika SEO *on-page* hanya bergantung pada faktor internal *website*, maka SEO *off-page* bergantung pada faktor eksternal.

4.7 Pengoptimalan *Pagespeed Website*

Kecepatan kinerja situs web juga penting untuk pengoptimalan. Situs web waktu *loading* yang lama bisa membuat pengunjung bosan terlalu lama tunggu hingga selesai untuk memilih kembali ke hasil penelusuran Google. Ini tidak baik untuk reputasi situs web.

Langkah yang harus dilakukan untuk mengoptimalkan performa *website* antara lain dengan mengurangi *plugin* yang tidak perlu. Penulis harus memilih dengan bijak *plugin* mana yang akan digunakan. Tidak karena gratis dan *out-of-the-box*, tetapi juga dapat disesuaikan untuk kebutuhan yang efektif dan efisien.



Gambar 4.1 Optimasi *Pagespeed*

4.8 Hasil *Publish Artikel dan Kegiatan*

Artikel yang telah di *publish* mencapai 30 lebih sesuai dengan target yang ditentukan. Kegiatan didalam Kerja Praktik juga perlu dievaluasi karena mengawasi trending kata kunci yang efektif. Dengan demikian, *website* tersebut

akan mengalami kenaikan secara signifikan dan menempati posisi teratas dalam mesin pencarian untuk kata kunci yang ditentukan.

| A | B | C | D | E | F | G | H |
|---------------|---|---|------------------|--------------|---------------|------|---|
| NO TANGGAL | LINK ARTIKEL | KEYWORD UTAMA | PROGRESS ARTIKEL | STATUS INDEX | JENIS ARTIKEL | SERP | |
| 1 13/04/2023 | https://brojasa.com/6-alasan-sewa-kantor-di-graha-office/ | alasan sewa kantor | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 2 13/04/2023 | https://brojasa.com/7-tips-cermat-sewa-virtual-office-surabaya/ | tips cermat dalam menyewa virtual office | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 3 14/04/2023 | https://brojasa.com/6-manfaat-utama-sewa-kantor-bagi-perusahaan/ | manfaat sewa kantor untuk perusahaan | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 4 14/04/2023 | https://brojasa.com/6-manfaat-sewa-virtual-office-dalam-perusahaan/ | manfaat sewa virtual office | Done | Done | STANDART | 3-4 | |
| 5 17/04/2023 | https://brojasa.com/cara-meningkatkan-virtual-office-dalam-peningkatkan/ | caranya virtual office dapat meningkatkan produktivitas | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 6 17/04/2023 | https://brojasa.com/mengapa-sewa-kantor-dari-pada-proptech-kantor/ | kenapa sewa kantor daripada membeli kantor? | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 7 18/04/2023 | https://brojasa.com/5-tren-sewa-virtual-office-menjadi-hal-terbaru/ | kenapa tren sewa virtual office menjadi hal yang terbaru? | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 8 28/04/2023 | https://brojasa.com/5-keuntungan-sewa-virtual-office-bagi-bisnis-online/ | keuntungan virtual office bagi bisnis online | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 9 03/05/2023 | https://brojasa.com/7-jenis-bisnis-untuk-virtual-office-yang-cocok/ | jenis bisnis yang cocok virtual office | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 10 08/05/2023 | https://brojasa.com/private-office-definisi-dan-cara-kerjanya/ | definisi & cara kerja Private Office | Done | Done | PILAR | 1-2 | |
| 11 09/05/2023 | https://brojasa.com/sewa-virtual-office-apa-termasuk-legal/ | apakah legal sewa virtual office? | Done | Done | PILAR | 1-2 | |
| 12 09/05/2023 | https://brojasa.com/perbedaan-antara-virtual-office-dan-kantor-bisnis/ | bedanya virtual office & kantor bisnis | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 13 10/05/2023 | https://brojasa.com/virtual-office-apa-yang-tidak-bisa-menggunakanannya/ | usaha apa saja tidak cocok untuk virtual office | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 14 12/05/2023 | https://brojasa.com/virtual-office-apa-saja-penerapan-dan-kekurangannya/ | penerapan & kekurangan virtual office | Done | Done | PILAR | 1-2 | |
| 15 15/05/2023 | https://brojasa.com/apa-beda-virtual-office-dan-service-office/ | bedanya virtual office & service office | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 16 16/05/2023 | https://brojasa.com/jasa-pembuatan-pt-cv-guna-legalitas-bisnis-yang-jelas/ | jasa pembuatan PT/CV untuk legalitas | Done | Done | PILAR | >6 | |
| 17 16/05/2023 | https://brojasa.com/kelebihan-dan-kekurangan-menggunakan-private-office/ | kelebihan/kekurangan private office | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 18 22/05/2023 | https://brojasa.com/mengenal-potensi-dan-manfaat-dengan-shared-office/ | definisi & manfaat shared office | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 19 24/05/2023 | https://brojasa.com/6-alasan-utama-memilih-shared-office/ | kenapa memilih shared office & alasannya | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 20 26/05/2023 | https://brojasa.com/shared-office-8-lingkungan-kerja-kantor-bersama/ | apa saja lingkungan kerja didalam shared office | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 21 30/05/2023 | https://brojasa.com/7-ciri-ciri-virtual-office-apa-yang-wajib-diketahui/ | ciri-ciri virtual office | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 22 05/06/2023 | https://brojasa.com/jasa-pembuatan-pt-cv-definisi-dan-manfaat/ | definisi dan manfaat dari jasa pembuatan PT/CV | Done | Done | PILAR | 1-2 | |
| 23 05/06/2023 | https://brojasa.com/jasa-pembuatan-pt-cv-keuntungan-dan-kekurangannya/ | keuntungan dan kekurangan jasa pembuatan PT atau CV | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 24 07/06/2023 | https://brojasa.com/tren-virtual-office-yang-berkembang-di-tahun-2023/ | tren virtual office 2023 | Done | Done | PILAR | 1-2 | |
| 25 07/06/2023 | https://brojasa.com/5-tips-bisnis-online-sukses-menggapai-keberhasilan/ | 5 tips bisnis online untuk gapai keberhasilan | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 26 08/06/2023 | https://brojasa.com/pentingnya-virtual-office-untuk-kinerja-perusahaan/ | apa pentingnya virtual office untuk kinerja | Done | Done | STANDART | 1-2 | |
| 27 08/06/2023 | https://brojasa.com/kaitannya-virtual-office-dengan-digital-marketing/ | apa kaitannya virtual office dan digital marketing? | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 28 12/06/2023 | https://brojasa.com/apa-beda-antara-virtual-office-dan-coworking-space/ | bedanya virtual office dan coworking space | Done | Done | STANDART | >6 | |
| 29 14/06/2023 | https://brojasa.com/mengapa-perlu-membuat-cv-dan-apa-saja-keuntungannya/ | kenapa perlu membuat CV dan keuntungannya? | Done | Done | PILAR | 1-2 | |
| 30 15/06/2023 | https://brojasa.com/pentingnya-v mendirikan-pt-dan-apa-keuntungannya/ | kenapa mendirikan PT dan apa keuntungan dari PT? | Done | Done | PILAR | 1-2 | |

Gambar 4.2 Hasil Posting Artikel

Table 4.2 Tabel hasil kegiatan Kerja Praktik

| Minggu/Tgl | Kegiatan |
|---------------------------------|---|
| 16 - 17 Feb 2023 Minggu ke-1 | Mempelajari dan berdiskusi mengenai planning konten, riset <i>keyword</i> (SEO), dan <i>sharing</i> materi seputar platform <i>digital marketing</i> . Membangun <i>team support building</i> dan berdiskusi tentang <i>product knowledge</i> PT Otak Kanan. |
| 20 - 24 Feb 2023 Minggu ke-2 | Mempelajari dan memahami terlebih dahulu bagaimana cara menggunakan blogger, wordpress, dan tumblr untuk <i>digital marketing</i> . Cara melakukan riset <i>keyword</i> dengan platform aplikasi dan membuat artikel untuk di upload ke <i>website</i> . Membuat artikel informational pada <i>website</i> tier 2 dengan <i>backlink</i> tier 1. Riset <i>keyword</i> dengan dikaitkan Virtual Office dan membuat 1 artikel informational mengenai virtual office bagi UMKM. Riset <i>keyword</i> dengan dikaitkan " <i>personal branding</i> " dan membuat artikel informational pada <i>website</i> tier 2 dengan <i>backlink</i> tier 1. |
| 27 Feb - 03 Mar 2023 | Memperdalam dalam meriset <i>keyword</i> yang berkaitan virtual office dan membuat 1 artikel informatif untuk kemudian diupload di <i>website</i> wordpress premium atau PBN (<i>Private Blog Network</i>). Membuat artikel turunan dengan tema yang sama seperti artikel |

| | |
|---|--|
| Minggu ke-3 | utama pada <i>website</i> PBN, namun dengan gaya dan bahasa yang berbeda dan upload/koneksikan di web1000 serta <i>backlink</i> ke artikel utama. Kemudian <i>sharing</i> materi berupa akses ke Motionfx.id untuk belajar membuat video beranimasi Canva. Riset <i>keyword</i> yang berhubungan ChatGPT dan membuat artikel mengenai ChatGPT dengan judul, gaya, bahasa yang berbeda yang didalamnya berisi ChatGPT menurut Noam Chomsky, Fungsi dan Manfaat ChatGPT, dan Kelebihan serta Kekurangan ChatGPT bagi siswa belajar. Lalu upload di <i>website</i> utama (PBN). <i>Sharing</i> dan diskusi tentang mapping digital <i>E-Course: Good Class</i> dalam hal mengenai <i>digital marketing</i> pada produk <i>E-Course: Good Class</i> . Lalu membuat artikel mengenai tantangan puasa di bulan ramadhan dengan riset <i>keyword</i> "puasa". Briefing mengenai content planner untuk minggu-minggu kedepannya dan mencari-cari referensi ide konten tentang produk <i>E-Course: Good Class</i> untuk upload pada 3 media sosial yaitu TikTok, Instagram, dan Youtube dengan target/goal minimal 3 <i>post</i> per hari. <i>Sharing knowledge</i> untuk <i>website</i> voiceover, akses canva pro, dan tools konten planner untuk video konten yang direncanakan sesuai dengan materi konten yang nantinya akan dibuat. |
| 06 - 10 Mar 2023  | Mapping serta berdiskusi tentang konten planner untuk produk utama yang nantinya di upload di TikTok, Instagram, dan Youtube. Membuat postingan dan upload di media sosial pada tanggal 6 maret. Take video dan mengedit video dengan menggunakan 2 orang talent bertema "5 kesalahan digital marketer" serta mengaitkan produk <i>E-Course: Good Class</i> , yang mana kemudian di upload di TikTok untuk menggapai perkembangan insight goal pada konten planner bulan maret. Bikin/take video dengan waktu yang direncanakan untuk di upload tanggal 9 maret bertema tentang tools mempermudah hidup digital marketer. Edit video dengan penambahan improvisasi dari upload video melalui TikTok pada tanggal 7 maret untuk tanggal 8 maret pada sosial media Youtube. Upload video short youtube, instagram, dan tiktok mengenai tools mempermudah hidup digital marketer untuk upload tanggal 9 maret. Merencanakan ide konsep mengenai konten sosial media tanggal 13 maret serta bikin atau take video singkat yang isinya mengenai ekspektasi vs realita untuk upload tanggal 13 maret dengan menggunakan beberapa talent dengan diupload pada beberapa sosial media seperti Youtube, Instagram, TikTok. |
| 13 - 17 Mar 2023 Minggu ke-5 | Melakukan editing video yang telah di bikin/take pada hari jumat tanggal 10 Maret dengan tema yang diambil adalah Ekspektasi vs Realita Digital Marketer. Kemudian setelah selesai dilakukan editing, lalu diupload pada 3 media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube pada jam 14.00 beserta caption menarik. Melakukan editing video yang telah di bikin/take pada hari selasa tanggal 14 Maret dengan tema yang diambil adalah Sertifikasi |

| | |
|-------------------------------------|--|
| | Digital Marketing Gratis. Kemudian setelah selesai dilakukan editing, lalu diupload pada 3 media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube pada jam 14.00 beserta dengan caption menarik. Melakukan editing video yang telah di bikin/take pada hari selasa tanggal 15 Maret dengan tema yang diambil adalah Website Untuk Portofolio Online. Kemudian setelah selesai dilakukan editing, lalu diupload pada 3 media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube pada jam 14.00 - 15.00 beserta dengan diberi caption menarik. Bikin konten planner atau mapping mengenai envipro untuk goal/tujuan ke 3 sosial media yang dituju sesuai dengan tema konten yang didiskusikan. Merancang konten planner sampai dengan 31 maret dengan tema topic berbeda-beda sesuai dengan tujuan produk yang dituju oleh envipro dan memaksimalkan ide konten untuk hari berikutnya. |
| 20 - 24 Mar 2023 Minggu ke-6 | Berdiskusi content planner. Take video tentang selamat menunaikan ibadah puasa. Upload konten hari raya nyepi dan menyambut bulan suci ramadhan. Take video tentang promosi menggunakan tools AI dan diupload di 3 sosial media seperti Instagram, TikTok, dan Youtube. |
| 27 - 31 Mar 2023 Minggu ke-7 | Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website TikStore dan upload di beberapa post seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal. Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website Olzhop dan upload di beberapa post seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal. Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website Diztro dan upload di beberapa postingan seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal. Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website Afiliamart dan upload di beberapa postingan seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal, lalu membuat artikel mengenai 5 tips toko online dan diunggah di hobibagibagi.com. Memposting di beranda facebook dengan bertemakan quotes "semangat" pada hari jumat. |
| 03 - 07 Apr 2023 Minggu ke-8 | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website IndoStore dan upload di beberapa postingan seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal. - Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website bagi tour and travel agen WiZATA dan upload di beberapa postingan seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal. - Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website khusus mobil dan motor |

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <p>"WPdealer" dan upload di beberapa postingan seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat postingan berbentuk hard selling pada akun facebook mengenai jasa pembuatan website agen properti yang disebut VROPERTY dan upload di beberapa postingan seperti beranda fb, fb marketplace, fb grup, dan story fb personal. |
| 10 - 14 Apr 2023 Minggu ke-9 | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat artikel untuk di upload di website pribadi yang berkaitan dengan graha office yang untuk di tangani yaitu BiroJasa. Selanjutnya di save untuk di upload ketika website tersebut telah siap dipakai - Membuat artikel untuk di upload di website pribadi yang berkaitan dengan graha office yang untuk di tangani yaitu BiroJasa. Selanjutnya di save untuk di upload ketika website tersebut telah siap dipakai dan membuat konten presentation slide informatif untuk di upload sebagai konten youtube. - Membuat artikel untuk di upload di website pribadi yang berkaitan dengan graha office yang untuk di tangani yaitu BiroJasa. Selanjutnya di save untuk di upload ketika website tersebut telah siap dipakai dan membuat konten caraousell slide informatif untuk di upload sebagai konten youtube. - Upload artikel yang di save sesuai konten planner yang telah disiapkan sejak hari senin untuk di upload per hari 2 artikel dan 1 konten youtube shorts. - Upload artikel yang di save sesuai konten planner yang telah disiapkan sejak hari senin untuk di upload per hari 2 artikel dan 1 konten youtube shorts. |
| 17 - 21 Apr 2023 Minggu ke-10 | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat artikel untuk di upload di website pribadi yang berkaitan dengan sewa virtual office surabaya dan sewa kantor di surabaya kemudian diupload di beberapa blog website seperti BiroJasa, kopibisnis, dan lovestory. - Membuat artikel untuk di upload di website pribadi yang berkaitan dengan sewa virtual office surabaya dan sewa kantor di surabaya kemudian diupload di beberapa blog website seperti BiroJasa, kopibisnis, dan lovestory. Selanjutnya membuat konten youtube short bertema 5 tren sewa virtual office terbaru 2023. |
| 24 - 28 Apr 2023 Minggu ke-11 | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten ide artikel serta melakukan riset keyword yang nantinya di save lalu di upload dikemudian hari untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube. - Membuat konten ide artikel serta melakukan riset beberapa |

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <p>keyword yang nantinya di save lalu di upload dikemudian hari untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten ide artikel serta melakukan riset beberapa keyword yang nantinya di save lalu di upload dikemudian hari untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube. |
| 01 - 05 Mei 2023 Minggu ke-12 | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat konten ide artikel serta melakukan riset beberapa keyword yang nantinya di save lalu di upload pada hari selanjutnya untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Kemudian lapor melalui grup telegram mengenai artikel yang telah diupload tersebut untuk rating dan memberikan komen dari rekan sesama magang. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube. - Membuat konten artikel serta melakukan riset beberapa keyword yang nantinya di save lalu di upload pada hari itu untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Kemudian lapor melalui grup telegram mengenai artikel yang telah diupload tersebut untuk rating dan memberikan komen dari rekan sesama magang. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube. - Membuat konten artikel serta melakukan riset beberapa keyword yang nantinya di save lalu di upload pada hari itu untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Kemudian kirim link artikel dan youtube melalui grup telegram mengenai artikel yang telah diupload tersebut untuk rating dan memberikan komen dari rekan sesama magang. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube. - Membuat konten artikel serta melakukan riset beberapa keyword yang nantinya di save lalu di upload pada hari selanjutnya pada website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Kemudian kirim link artikel dan youtube melalui grup telegram mengenai artikel yang telah diupload tersebut untuk rating dan memberikan komen dari rekan sesama magang. Memplanning konten youtube untuk di upload dikemudian hari dengan riset keyword dan dikaitkan dengan artikel mana saja untuk ditaruh di deskripsi video youtube. |
| 08 - 12 Mei | <ul style="list-style-type: none"> - Membuat beberapa konten artikel serta melakukan riset beberapa keyword seperti Sewa Virtual Office Surabaya dan Private Office |

| | |
|--------------------------------------|---|
| 2023 Minggu ke-13 | <p>yang nantinya di save lalu di upload pada hari itu untuk di website biro jasa, kopibisnis, dan lovestory. Melakukan cek pada traffic website utama dan PBN untuk evaluasi apa saja untuk dikembangi.</p> <p>- Kemudian membuat laporan melalui spreadsheet untuk link artikel dan youtube yang telah diupload tersebut untuk rating dan diberikan komen dari rekan sesama magang ataupun mentor. Serta membuat progress konten youtube Graha Office yang nantinya di upload untuk hari yang ditentukan.</p> |
| 15 - 19 Mei 2023 Minggu ke-14 | Membuat beberapa konten artikel untuk meningkatkan index website yang di handle dengan upload artikel tersebut ke beberapa website utama dan website PBN serta membuat ide konten youtube dengan ber backlink ke artikel yang dibahas sesuai dengan poin utama yang tengah dibahas tersebut. |
| 22 - 26 Mei 2023 Minggu ke-15 | Membuat beberapa konten artikel untuk meningkatkan index website utama dan melaporkan link artikel dan youtube pada spreadsheet untuk selanjutnya dengan tim internal dari mitra backlink artikel tersebut untuk bisa mencapai di halaman 1 google. Melakukan pengecekan index pada website utama guna untuk evaluasi apa yang dapat dikembangkan untuk peningkatan website utama supaya mencapai target. |
| 29 Mei - 02 Jun 2023 Minggu ke-16 | Membuat beberapa konten artikel yang telah di publish selama 1 minggu ini dan dilakukan pengecekan serta evaluasi untuk website utama pada index apakah ada peningkatan atau tidak, maka dari itu tetap dilakukan pengembangan pada website tersebut dan mengunggah lebih banyak artikel dan youtube untuk meningkatkan index website secara drastis dan baik untuk laporan yang maksimal. |
| 05 - 09 Jun 2023 Minggu ke-17 | <p>Membuat 6 konten artikel yang telah di upload tentunya pada website utama dan PBN dan meng copy link artikel tersebut ke dalam spreadsheet untuk tersimpan dengan baik sekaligus untuk laporan progress artikel dengan SERP dan Progress artikel telah terposting secara publik.</p> <p>Kemudian, untuk hari selanjutnya tengah progress mempersiapkan beberapa konten artikel untuk diupload juga pada website utama yang dihandle dan website PBN untuk backlink artikel-artikel tersebut agar bisa memasuki halaman google 1 - 2.</p> |
| 12 - 16 Jun 2023 Minggu ke- | Membuat beberapa konten artikel yang telah di upload tersebut dan melakukan evaluasi pada artikel dan index website untuk pengecekan apa terdapat peningkatan atau tidak. Selanjutnya, melakukan cek pada google trend dan keyword untuk mempersiapkan konten artikel selanjutnya pada hari berikutnya. Dengan demikian, artikel dapat dideteksi melalui SERP atau |

| | |
|--------------------------------------|---|
| 18 | halaman berapa artikel yang telah di upload tersebut itu masuk di halaman google 1 sampai 6. |
| 19 - 23 Jun 2023 Minggu ke-19 | Meupload beberapa konten artikel di website utama seperti Biro Jasa, Kopibisnis, dan Lovestory serta dilakukan cek untuk SERP artikel pada halaman google berapa yang masuk dengan menggunakan pencarian manual pada setiap artikel yang telah diposting secara publik tersebut. Lalu, dengan menggunakan GSC (Google Search Console) untuk mengetahui CTR dan lain-lain pada website utama untuk evaluasi agar tetap mengalami kenaikan lebih baik. |
| 26 - 30 Jun 2023 Minggu ke-20 | Mempelajari lagi mengenai skill copywriting dan SEO serta membuat konten video tentang pentingnya skill copywriting dan SEO bagi kerja yang tentu dibidang tersebut, tujuannya untuk setelah magang supaya lebih maksimal hasilnya. Evaluasi pada website yang di handle saat itu dan menyimpan atau mengarsipkan link artikel tersebut beserta progress, SERP, dll dengan baik di spreadsheet. Selanjutnya, mengikuti serangkaian acara penutupan dari mitra magang serta memberikan kesan, pesan, dan mengisi survey untuk mitra tersebut agar kedepannya dapat dijadikan evaluasi yang baik bagi mitra tersebut. |



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Jadi kesimpulan yang didapatkan dari pelaksanaan Kerja Praktik ini sebagai berikut:

- 1) Saya mendapatkan banyak sekali ilmu dan pengalaman baru pada saat menjadi *digital marketer*.
- 2) Meningkatnya kemampuan di dalam hal *hardskill* dan *softskill*, terutama pada saat berdiskusi dan *brainstorming* untuk menyelesaikan *project* yang diberikan baik secara berkelompok maupun individu.
- 3) Hasil *project* dari website birojasa.com mendapatkan *leads*, *traffic*, dan *index* yang baik dan mencapai target yang menunjukkan bahwa hasil *project* tersebut telah memenuhi syarat *SEO-friendly*.

5.2 Saran

Penulis merangkum hal tersebut ke dalam beberapa poin-poin. Adapun poin-poin tersebut yaitu sebagai berikut.

- 1) Materi tentang *Copy Writing & Story Telling* perlu diperjelas lagi guna memberikan pemahaman yang lebih detail lagi supaya terimplementasi dengan baik.
- 2) Penempatan kerja sebaiknya tidak terlalu jauh dari pusat kota Surabaya yang aman dan strategis serta tidak memakan biaya transportasi yang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (2015). Analisis Pengaruh Kata Kunci Kompetitif Pada *Search Engine Optimization* (SEO) Terhadap Pemasaran *Online* Untuk Produk Notebook. *Jurnal Ilmiah Informatika Komputer*, 19 No. 3.
- Hayaty, M, & Meylasari. D. (2018). Implementasi *Website* Berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika*, 5 No. 2, 295-300.
- Ilmar Alamsyah, M. Pramono, D. Mursito, Y T. (2019). Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) Pada Situs Rentalmobilmalang.com Menggunakan Metode *Off Page* SEO. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3 No. 9, 8439-8447.
- Prayudita, R. (2018). Peningkatan Trafik *Website* Dengan Pendekatan *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page* (Studi Kasus : www.materikuliahifunpas.blogspot.co.id). Universitas Pasundan.
- Setiawan, Asep & Noviyanto, Fiftin. (2018). Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) *White Hat* Menggunakan Metode Link Kontekstual Untuk Meningkatkan Serp di *Website* Infonasa.com. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, 6 No. 1, 26-37.
- Santoso, J. (2010). Analisis Dan Penerapan Metode Seo (*Search Engine Optimization*) *Image* Untuk Meningkatkan Serp (*Search Engine Result Page*). *Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer AMIKOM*.