

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1. Bidang Kerja

Informatika merupakan salah satu program studi yang ada di Universitas Pembangunan Jaya. Lulusan informatika di Universitas Pembangunan Jaya akan mendapatkan gelar sarjana komputer (S. Kom). Sarjana komputer memiliki dunia kerja yang luas dimana salah satu pekerjaannya adalah sebagai web *developer*. Pada kerja profesi kali ini, praktikan mendapatkan pekerjaan sebagai web *developer* di PT. Promo Literasi Prima. Web *developer* pada setiap industri memiliki pekerjaan yang berbeda. Tugas utama sebagai web *developer* di tempat praktikan bekerja adalah membuat *website* untuk klien, mulai dari desain *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX), optimasi, implementasi *Search Engine Optimization* dan *Search Engine Marketing* (SEM), *maintenance*, *report* harian, dan lainnya. Namun praktikan sebagai karyawan berstatus magang diberi kesempatan menjadi web *developer* untuk bekerja dengan melakukan pekerjaan berupa implementasi *Search Engine Optimization*, *maintenance*, dan *report* kata kunci untuk *website* klien, serta belajar membuat halaman web yang baik menggunakan WordPress.

Web *developer* merupakan pekerjaan yang memiliki keterkaitan pada bidang lainnya di PT. Promo Literasi Prima untuk memperoleh hasil bersama. Hal tersebut dikarenakan budaya kerja yang tersusun rapi dan berurutan sesuai bidang pekerjaannya. Berdasarkan pada sub bab 2.2 mengenai struktur organisasi yang telah dipaparkan sebelumnya, seluruh bidang pekerjaan tersebut saling bekerja sama untuk menghasilkan tujuan utama dari perusahaan dalam memberikan pelayanan yang prima. Misalnya praktikan tidak dapat menerapkan *Search Engine Optimization* sebelum adanya artikel yang dibuat oleh tim *content writer*. Begitu pula tim tersebut tidak dapat menyelesaikan pekerjaannya sebelum adanya bahan yang digunakan untuk menulis artikel. Namun, tugas praktikan tetap dapat dikerjakan dengan melakukan *maintenance* dan *report* kata kunci yang

sedang naik atau turun pada *website* klien. Setelah praktikan menyelesaikan pekerjaannya dengan baik, maka tim selanjutnya akan memproses hasilnya. Dengan demikian, kerja sama tim dan komunikasi yang baik diperlukan setiap harinya dalam bekerja.

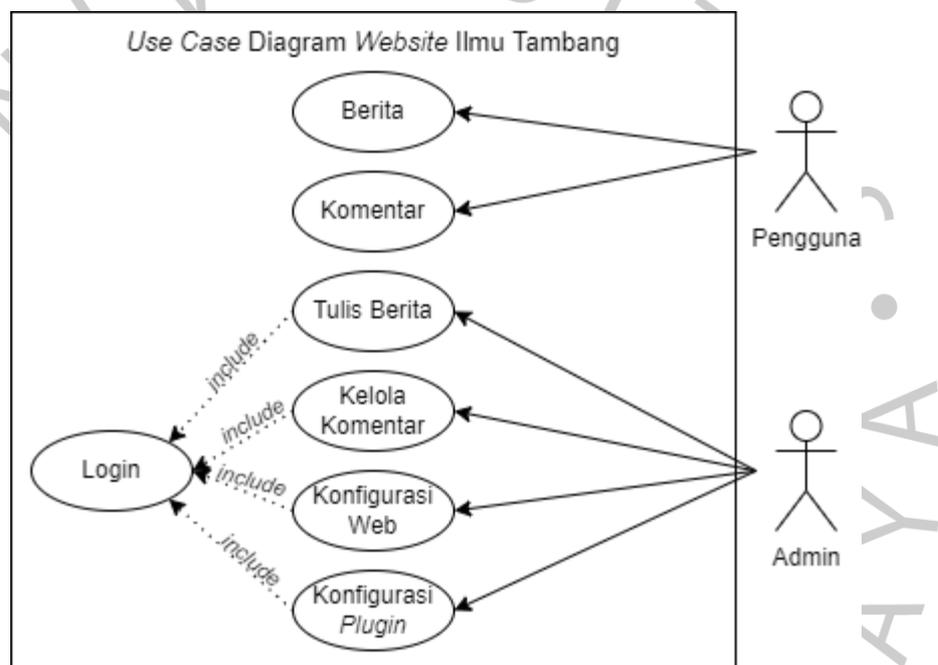
3.2. Pelaksanaan Kerja

Pada pelaksanaan kerja profesi sebagai web *developer* di PT. Promo Literasi Prima, praktikan melakukan berbagai tugas. Tugas atau pekerjaan utama praktikan selama melakukan kerja profesi adalah menerapkan *Search Engine Optimization* pada halaman web berita klien di PT. Promo Literasi Prima berbasis WordPress. *Search Engine Optimization* memiliki peran penting pada sebuah halaman web dalam penyebaran konten yang dipersonalisasi untuk mencerminkan kualitas baik dari sisi tampilan, esensi, maupun kecepatan (Drivas et al., 2020, p. 2). Implementasi *Search Engine Optimization* dilakukan dengan berbagai tahapan yang mudah namun perlu kecermatan, keahlian, ketelitian, dan pemahaman literasi yang baik. *Search Engine Optimization* dapat membantu halaman web yang baru dibangun untuk dapat eksis di pencarian Google.

Sebelum menerapkan *Search Engine Optimization* pada *Content Management System* (CMS) WordPress, terlebih dahulu dibangun halaman web yang sesuai dengan visi dan misi dari dirancangnya situs tersebut. Halaman web berbasis WordPress dibangun dengan menggunakan tema yang sesuai. Praktikan dalam melakukan kerja profesi ikut serta dalam memperbaiki tampilan web yang kurang sesuai dan terdapat *error* secara fungsionalitas. Seluruh halaman web yang praktikan kelola menggunakan tema Newspaper oleh tagDiv. Tema tersebut digunakan karena seluruh klien pada PT. Promo Literasi Prima saat ini bergerak dibidang portal berita yang berbeda – beda. Pada tema Newspaper, praktikan dapat memperbaiki fitur – fitur yang perlu diperbaiki. Selain itu, tema tersebut dapat mendukung penggunaan Google Ads yang responsif serta *plugin* untuk menerapkan *Search Engine Optimization*.

Pada halaman web berita berbasis WordPress yang dibangun dan dikelola oleh PT. Promo Literasi Prima dapat digunakan oleh admin dan

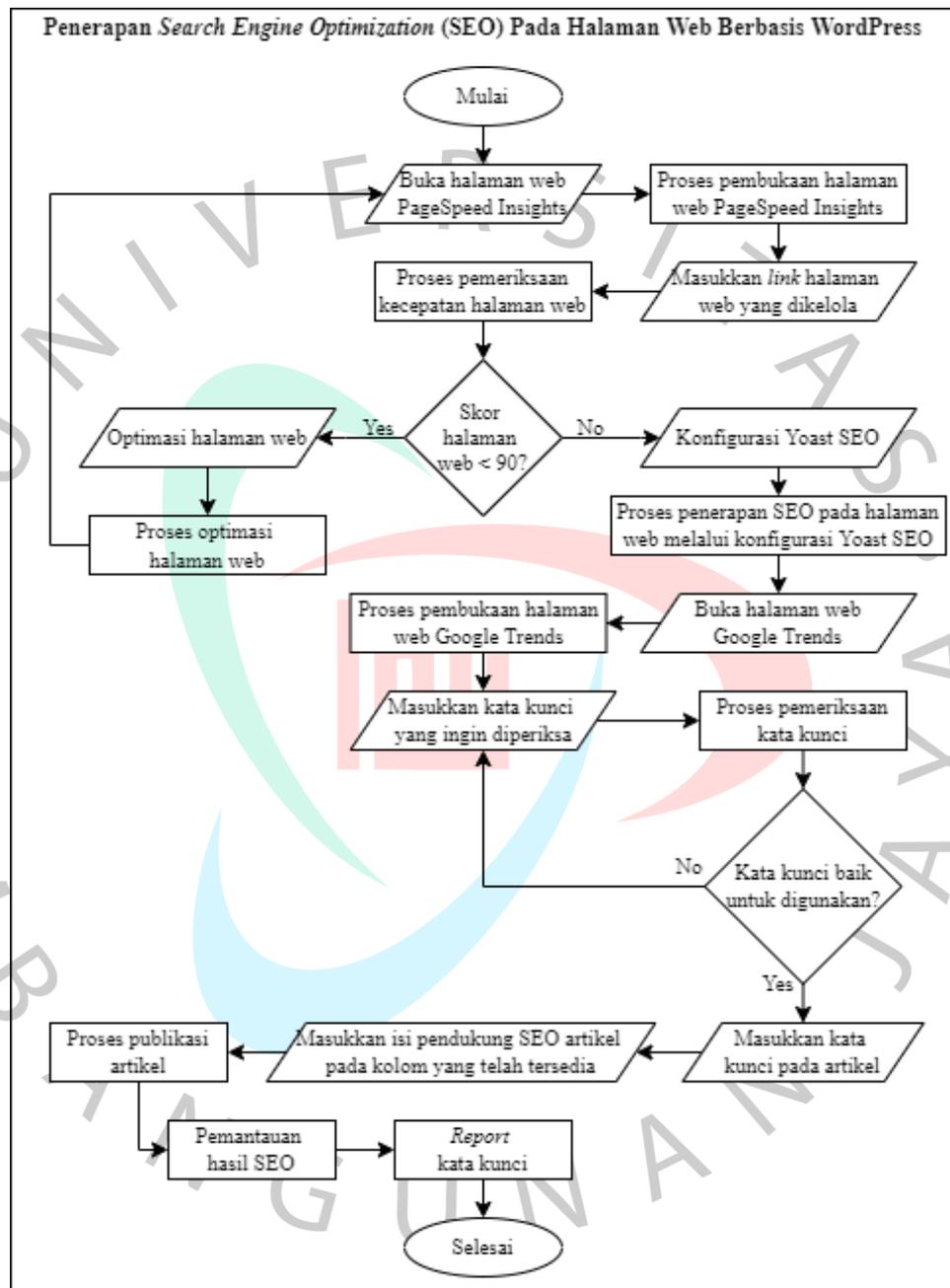
pengguna. Admin memiliki peran untuk melakukan pengelolaan situs baik secara dalam berupa konfigurasi maupun secara fisik luar yang disajikan kepada pembaca atau pengguna. Sedangkan, pengguna hanya memiliki peran untuk membaca dan memberikan komentar terhadap isi dari berita yang disajikan. *Unified Modelling Language* (UML) berupa *use case diagram* dibangun untuk mengetahui peran dari setiap aktor yang ada. Adapun salah satu contoh dari *use case diagram* pada salah satu halaman web klien yang dikelola PT. Promo Literasi Prima adalah sebagai berikut.



Gambar 3.1. Use Case Diagram

Berdasarkan gambar *use case diagram* di atas, admin dapat menulis berita, mengelola komentar, serta mengkonfigurasi halaman web dan *plugin* dengan melakukan login terlebih dahulu. Jika admin tidak melakukan login, maka halaman web untuk administrator tidak dapat diakses. Pengguna dapat dengan bebas menjelajahi halaman web berita serta memberikan komentar tanpa perlu mendaftar dan login terlebih dahulu. Pada pelaksanaan kerja profesi, praktikan melakukan pekerjaannya melalui berbagai tahapan dalam menerapkan *Search Engine Optimization*. Untuk memudahkan pemahaman tahapan pekerjaan dalam menerapkan *Search Engine Optimization* pada tempat praktikan

melaksanakan kerja profesi, tahapan tersebut disajikan dalam bentuk *flowchart*. Adapun *flowchart* tersebut dipaparkan pada gambar di bawah ini.



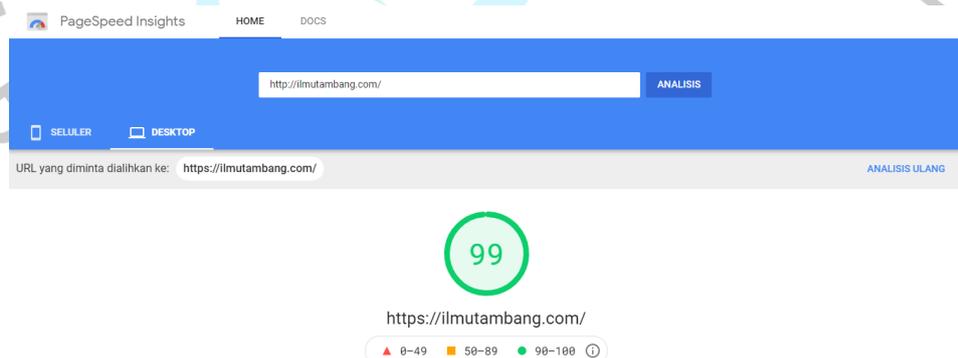
Gambar 3.2 *Flowchart* Implementasi S.E.O. Pada Web Berbasis WordPress

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa implementasi *Search Engine Optimization* dilakukan dengan mudah, namun diperlukan

ketelitian dan kecermatan dalam mengoptimasi halaman web berbasis WordPress dan menganalisis kata kunci dengan melakukan berbagai riset. Selain itu, pengaplikasian *Search Engine Optimization* penting untuk diperhatikan setiap detailnya supaya mendapatkan hasil yang maksimal. Adapun *flowchart* pada gambar di atas dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut ini.

3.2.1. Optimasi Website Berita Berbasis WordPress

Optimasi adalah proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan nilai fungsi suatu objek untuk mencari nilai terbaik. Optimasi dapat dikatakan sebagai peningkatan kinerja dari suatu objek dengan tujuan untuk mencapai hasil kerja yang tinggi (Anjasmara, 2019, p. 5). Optimasi dapat dilakukan pada halaman web yang telah selesai dibangun. Hal tersebut diperlukan supaya halaman web dapat berjalan dengan cepat tanpa adanya waktu lama dalam pemuatan situs. Kecepatan dari suatu halaman web dapat diperiksa menggunakan berbagai *platform*. Salah satu *platform* yang digunakan pada tempat praktikan bekerja yaitu Google PageSpeed Insights. Pada *platform* tersebut, web *developer* cukup menuliskan *Uniform Resource Locator* (URL) yang ingin dilihat kinerja kecepatannya. Terdapat dua data yang akan dimuat, yaitu kecepatan saat menggunakan *desktop* dan seluler.



Gambar 3.3 Tampilan Situs Google PageSpeed Insights

Skor yang dihasilkan pada Google PageSpeed Insights dibedakan menjadi tiga simbol warna. Hijau memiliki arti bahwa halaman web pada *Uniform Resource Locator* (URL) yang dimasukkan sudah berjalan dengan

baik sesuai dengan standar penilaian Lighthouse. Oranye berartikan halaman web perlu ditingkatkan kecepatannya melalui optimasi yang dibutuhkan. Jika skor yang dihasilkan berada pada warna merah, maka halaman web tersebut cukup lambat dan sangat diperlukannya optimasi. Kecepatan pemuatan pada halaman web dapat mempengaruhi kinerja *Search Engine Optimization*. Selain itu, kecepatan dapat memberikan umpan balik yang tinggi dari pengguna halaman web. Pada Google PageSpeed Insights tidak hanya memberikan hasil berupa angka, namun juga ditampilkan rangkuman dari berbagai skor yang dihitung. Adapun berbagai skor tersebut adalah sebagai berikut.

- (1) *First Contentful Paint* (FCP), merupakan skor waktu saat isi halaman web seperti teks dan gambar pertama kali di *paint* atau tampilkan.
- (2) *Largest Contentful Paint* (LCP), merupakan skor waktu saat isi halaman web seperti teks dan gambar terbesar yang ada di *paint* atau tampilkan.
- (3) *Time to Interactive*, merupakan skor waktu yang dihasilkan saat halaman web yang dimuat menjadi interaktif sepenuhnya.
- (4) *Total Blocking Time* (TBT), merupakan total waktu antara *First Contentful Paint* dengan *Time to Interactive*. Skor ini dikeluarkan dalam satuan milidetik (md) jika durasi tugas melebihi 50 md.
- (5) *Cumulative Layout Shift* (CLS), merupakan skor yang mengukur elemen untuk dapat terlihat dalam area pada halaman web.
- (6) *Speed Index*, merupakan skor dari keseluruhan isi halaman web saat terisi dengan lengkap secara sempurna.

Data Lab — Metrik didasarkan pada [data lab](#) yang dikumpulkan dan dianalisis oleh Lighthouse.

● First Contentful Paint	0,5 dtk	● Time to Interactive	0,5 dtk
● Speed Index	1,3 dtk	● Total Blocking Time	0 md
● Largest Contentful Paint	0,7 dtk	● Cumulative Layout Shift	0

Nilai adalah hasil perkiraan dan dapat bervariasi. Skor performa dihitung secara langsung dari metrik ini. [Lihat kalkulator](#).

Gambar 3.4 Rangkuman Skor Performa Halaman Web

Seluruh poin yang ditampilkan pada gambar di atas didasarkan pada data lab yang telah dianalisis oleh Lighthouse dan telah terintegrasi dengan Google PageSpeed Insights. Lighthouse merupakan alat bantu yang bersifat *open source* untuk dapat melakukan analisis kinerja pada halaman web dan menghasilkan suatu laporan dari performa kecepatan situs. Selain itu, Google PageSpeed Insights memberikan saran yang perlu diperbaiki disertai dengan *link* yang mengarah ke artikel singkat tentang bagaimana cara mengatasinya. Kemudahan tersebut memudahkan praktikan sebagai web *developer* dalam mencari solusi yang diperlukan pada halaman web yang dikelola.

Perkiraan Penghematan

0,72 s ^

Tayangkan gambar dalam format generasi berikutnya

Format gambar seperti WebP dan AVIF sering kali memberikan kompresi yang lebih baik daripada PNG atau JPEG, yang berarti proses download yang lebih cepat dan konsumsi data yang lebih sedikit. [Pelajari lebih lanjut.](#)

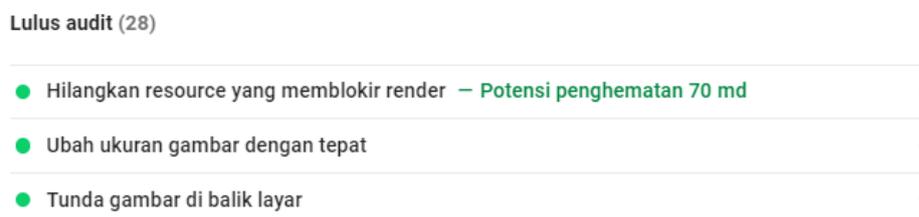
Consider using a [plugin](#) or service that will automatically convert your uploaded images to the optimal formats.

URL	Ukuran Resource	Potensi Penghematan
...t51.2885-15/242...jpg?_nc_cat=... (scontent-cgk1-1.cdninstagram.com)	220,4 KiB	126,4 KiB
...t51.2885-15/242...jpg?_nc_cat=... (scontent-cgk1-1.cdninstagram.com)	194,0 KiB	112,5 KiB

Gambar 3.5 Tampilan Saran Pada Google PageSpeed Insights

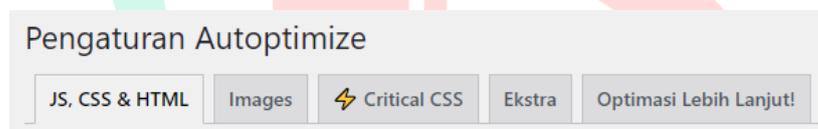
Halaman web berbasis WordPress dapat dengan mudah dioptimasi menggunakan *plugin*. Hampir seluruh saran yang diberikan oleh Google PageSpeed Insights dapat diselesaikan menggunakan *plugin* yang tepat dan telah dikonfigurasi sesuai dengan kebutuhan. Konfigurasi yang dilakukan hanya menyesuaikan dengan masalah yang ada. Jika skor hasil yang dikeluarkan sudah baik namun dilakukannya optimasi yang tidak sesuai, maka dapat mengakibatkan penurunan skor kecepatan. Tidak hanya menampilkan saran yang perlu diperbaiki, Google PageSpeed Insight memberikan informasi berupa fitur apa saja yang telah lulus dari audit performa kecepatan. Informasi tersebut juga disertai keterangan dan

artikel yang dapat dibaca mengenai setiap poin yang lulus audit oleh Google PageSpeed Insight.



Gambar 3.6 Tampilan Lulus Audit Pada Google PageSpeed Insights

Berbagai *plugin* yang tersedia di WordPress mempunyai fitur yang serupa dan dapat melakukan optimasi dengan teknik yang sama. Pada halaman web yang dikelola oleh praktikan, terdapat dua *plugin* yang digunakan untuk melakukan optimasi yaitu Autoptimize dan WP Rocket. Namun, kali ini praktikan membahas *plugin* bernama Autoptimize pada halaman web klien di PT. Promo Literasi Prima.



Gambar 3.7 Tampilan Menu Pada Autoptimize

Autoptimize merupakan *plugin* yang dibangun oleh Frank Goossens dengan tujuan untuk membuat pengoptimalan situs menjadi lebih mudah. Selain itu, fitur – fitur pada Autoptimize disediakan secara gratis. Autoptimize perlu dikonfigurasi terlebih dahulu sebelum dapat digunakan. Adapun poin – poin yang dapat dikonfigurasi menggunakan Autoptimize pada menu pengaturan adalah sebagai berikut.

(1) JavaScript

Halaman web yang telah dibuat menggunakan tema akan menyebabkan adanya baris kode JavaScript yang tidak berguna. Autoptimize dapat mengoptimalkan dan menggabungkan baris kode tersebut menjadi satu kesatuan dokumen agar memuat pemblokiran *non-render*. Selain itu, JavaScript dapat dimuat terlebih dahulu pada saat

halaman web dibuka pertama kali oleh pengguna. Setiap halaman web membutuhkan konfigurasi dan pengaturan yang berbeda – beda.

(2) CSS

Sama halnya dengan JavaScript, penggunaan tema pada WordPress dapat menyebabkan adanya baris kode CSS yang tidak digunakan. Oleh karena itu, baris kode CSS tersebut dapat dioptimalkan dan digabungkan dalam suatu dokumen yang menautkan ke dokumen CSS lainnya. CSS pada gambar juga dapat diatur supaya dapat bekerja lebih ringan.

(3) HTML

Baris kode HTML dapat dioptimalisasikan untuk memperoleh skor terbaik. Selain itu, komentar yang terdapat pada HTML dalam bentuk *tag comment* dapat disimpan atau dihapus dengan mengkonfigurasikannya menggunakan Autooptimize. Dengan demikian, *source code* HTML akan terlihat lebih rapi.

(4) Gambar

Optimalisasi gambar pada Autooptimize dapat terintegrasi dengan *plugin* ShortPixel Image Optimizer dimana *plugin* tersebut diharuskan untuk berlangganan terlebih dahulu. Autooptimize dapat mengoptimalkan kualitas gambar seperti memilih *lossy*, *glossy*, dan *lossless*, mengubah format gambar yang ditayangkan, dan *lazy-load image*. *Lazy-load image* merupakan teknik dimana gambar akan ditampilkan saat pengguna melakukan *scroll down* sampai terdapat gambar pada halaman web yang sedang dimuat. Dengan demikian, gambar tidak akan dimuat jika tidak terlihat pada layar kaca pengguna.

(5) Critical CSS

Critical CSS merupakan fitur yang dapat membantu menyelesaikan masalah pada *First Contentful Paint* (FCP). Fitur tersebut dapat menghapus CSS yang memblokir *render*. *Web developer* cukup memasukkan kunci *Application Programming Interface* (API) melalui Autooptimize untuk dapat menjalankannya. Kunci API dapat diperoleh dengan berlangganan melalui situs criticalcss.com.

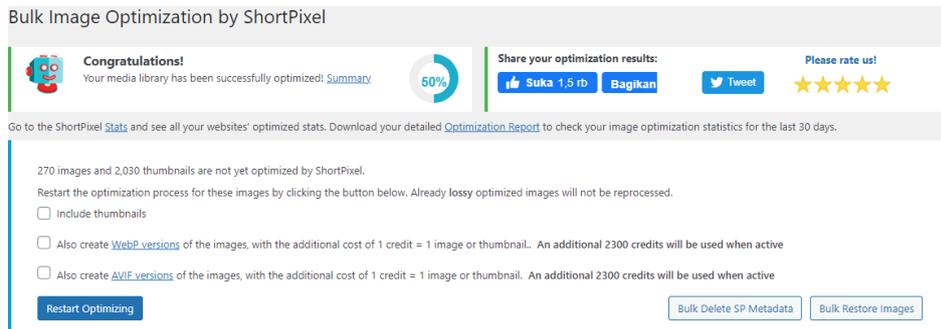
(6) *Font*

Web *developer* dapat melakukan optimalisasi pada *font* dengan mengatur apakah Google Fonts ingin dihapus, dibiarkan, atau dikombinasikan dengan berbagai tawaran pilihan yang disediakan. Selain itu, emoji yang masuk ke dalam CSS dan JavaScript dapat dihapus untuk mempercepat kinerja halaman web. Fitur ini tersedia pada pilihan menu ekstra di pengaturan *plugin* Autooptimize.

Selain poin – poin di atas, terdapat opsi pengaturan yang dapat dikonfigurasi. Opsi tersebut seperti memperkecil dokumen CSS dan JavaScript, mengatur cara optimalisasi dengan singkat, sampai dengan mencari baris kode yang telah dibuang dari *cache* pada dokumen dengan mengaktifkan fitur *404 fallback* yang difasilitasi oleh Autooptimize.

Plugin lain yang digunakan oleh praktikan dalam mengoptimasi halaman web berita berbasis WordPress adalah ShortPixel Image Optimizer. Pada *plugin* tersebut, gambar dalam format apapun dapat dikompres dan diubah menjadi generasi gambar selanjutnya atau yang dikenal dengan WebP. Web *developer* dapat memilih tipe kompres yang diinginkan. Adapun tipe kompres yang terdapat pada ShortPixel Optimizer adalah sebagai berikut.

- (1) *Lossy*, merupakan opsi yang disarankan oleh *plugin* dikarenakan akan menghasilkan gambar serupa dengan aslinya dimata manusia. Selain itu, ukuran gambar yang dikompres turun secara signifikan tanpa mengurangi kualitas.
- (2) *Glossy*, merupakan opsi yang dapat membuat gambar hampir identik dengan aslinya. Opsi tersebut cocok untuk halaman web yang bergerak dibidang fotografer dimana kualitas gambar tetap terjaga walaupun telah dilakukannya pengompresan.
- (3) *Lossless*, merupakan opsi yang akan menghasilkan piksel serupa dengan gambar aslinya. Tipe kompres gambar tersebut hanya mengurangi sedikit ukuran.



Gambar 3.8 Optimasi Gambar Pada ShortPixel Optimizer

Gambar dengan ukuran asli tetap disimpan pada *cloud* dan dapat digunakan kembali. Optimalisasi gambar dapat bermanfaat untuk menyimpan *bandwidth* yang dikeluarkan. Tidak hanya gambar yang dimuat pada artikel, ShortPixel Optimizer dapat mengoptimasi *thumbnails*. *Plugin* tersebut memerlukan perintah terlebih dahulu untuk mengoptimasi gambar pada halaman web. Hal tersebut dikarenakan setiap satu gambar akan mengambil kredit yang dimiliki. Setelah berlangganan, kunci *Application Programming Interface* (API) Global akan diberikan melalui *email* dan *web developer* perlu memasukkan kode tersebut pada halaman pengaturan. ShortPixel Optimizer memberikan *report* yang dapat diunduh melalui halaman pengaturan berupa rangkuman optimasi gambar yang telah dilakukan selama 30 hari terakhir dalam format *Comma Separated Values* (.CSV). Adapun sebagian isi dari *report* yang diunduh melalui ShortPixel Optimizer tersaji secara singkat melalui tabel sebagai berikut.

Tabel 3.1 Report ShortPixel Optimizer

Date	URL or Path (IP)	Original Size	Loss less Size	Glossy Size	Lossy Size	Percent Improvement	Details
6/17/2021 12:11	https:// ... 68.jpg	114.43 KB	93.54 KB	N/A	41.28 KB	63.93%	WebP conversion and optimization
6/17/2021 12:11	https:// ... _n.jpg	176.91 KB	108.22 KB	N/A	44.87 KB	74.64%	WebP conversion and optimization
6/17/2021 12:11	https:// ... 68.jpg	70.00 KB	58.89 KB	N/A	28.16 KB	59.77%	WebP conversion and optimization

Berdasarkan tabel di atas, *Uniform Resource Locator* (URL) disembunyikan sebagai wujud dari kerahasiaan perusahaan. Optimasi gambar yang dihasilkan oleh ShortPixel Optimizer berbeda – beda. Hal tersebut dikarenakan ukuran asli gambar yang berbeda – beda serta implementasi algoritma dengan memeriksa ukuran gambar dan tidak mengurangi kualitas saat dilihat secara langsung.

Jika seluruh proses konfigurasi *plugin* yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan untuk mengoptimalkan halaman web yang dibangun, maka skor terbaik pada Google PageSpeed Insights dapat dihasilkan. Selain itu, hal tersebut dapat mempengaruhi hasil dari *Search Engine Optimization* yang diterapkan pada halaman web tempat praktikan melakukan kerja profesi sebagai web *developer*.

3.2.2. Implementasi *Search Engine Optimization Website* Berita Berbasis WordPress

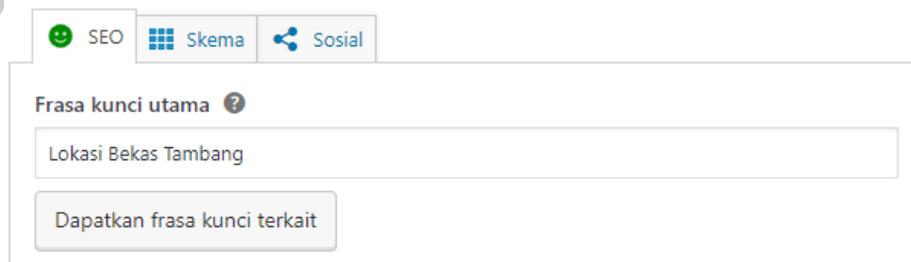
Kriteria *website* yang baik mempunyai pengunjung yang menjelajahi berbagai keseluruhan isi mulai dari fitur, menu, maupun artikel. Pengunjung tersebut kembali setiap waktunya ke halaman web itu sebagai sumber yang dipercayainya. Berbagai cara dapat ditempuh untuk menarik pengunjung, seperti desain web yang responsif dan menarik, proses pemuatan yang cepat, dan artikel atau konten yang menarik. Artikel atau konten yang dibuat dapat mengandung unsur – unsur yang menarik dan mudah dipahami oleh orang awam. Hal tersebut didukung dengan menerapkannya *Search Engine Optimization* pada setiap artikel. Artikel pada halaman web yang diterapkan *Search Engine Optimization* akan memiliki kredibilitas lebih baik daripada artikel biasa.

Pada tempat praktikan melaksanakan kerja profesi, halaman web berita berbasis WordPress menerapkan *Search Engine Optimization* dengan memasang *plugin* yang dapat mendukung peningkatan kunjungan. Salah satu *plugin* tersebut adalah Yoast SEO yang dapat membantu halaman web khususnya artikel atau konten untuk berada di peringkat atau indeks teratas pada pencarian Google. Yoast SEO memberikan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh web *developer* dalam membangun citra publik. Adapun fitur – fitur yang diberikan untuk

dapat dikonfigurasi oleh web *developer* pada *plugin* tersebut dalam mode gratis sebagai berikut.

(1) *Focus Keyphrase*

Pada sebuah artikel yang ditulis menggunakan teks editor seperti *plugin* Classic Editor membutuhkan pemberian kata kunci. Kata kunci dapat mendukung perolehan indeks teratas pada pencarian Google. Kata kunci merupakan susunan kata yang menjadi gagasan utama pada keseluruhan isi artikel. Susunan kata tersebut perlu tertuang dalam teks pada artikel dengan porsi yang sesuai dengan panjangnya keseluruhan isi. Yoast SEO dapat membantu memberitahukan berapa jumlah kata kunci yang optimum tertuang dalam artikel sesuai dengan banyaknya kata yang tertulis.



Gambar 3.9 Tampilan *Focus Keyphrase* pada Yoast SEO

Focus keyphrase pada Yoast SEO memiliki peran yang penting karena sistem akan memberikan emotikon tersenyum berwarna hijau jika kata kunci yang dimasukkan sudah sesuai. Namun jika masih terdapat masalah yang terindikasi mengurangi kualitas kata kunci, maka emotikon akan berwarna oranye. Emotikon berwarna merah akan diberikan Yoast SEO jika terdapat banyak masalah yang terindikasi mengurangi kualitas kata kunci. Oleh karena itu, dalam membuat kata kunci dibutuhkan berbagai hal pendukung untuk dapat memberikan hasil *Search Engine Optimization* yang terbaik. Hubungan antar artikel dengan kata kunci sangat melekat dengan *trend* serta isu terkini yang sedang hangat dan layak untuk diperbincangkan. Yoast SEO memiliki kompleksitas pada pembuatannya di setiap baris kode. Adapun pada fitur *focus keyphrase* memiliki sebagian baris kode sebagai berikut.

```

return (
  o()(e, [
    {
      key: "register",
      value: function () {
        analysisWorker.registerMessageHandler(
          "updateKeywordUsage",
          this.updateKeywordUsage.bind(this),
          "used-keywords-assessment"
        ),
        analysisWorker.registerMessageHandler(
          "initialize",
          this.initialize.bind(this),
          "used-keywords-assessment"
        );
      },
    },
    {
      key: "initialize",
      value: function (e) {
        (this._plugin = new u(analysisWorker, e)),
        this._plugin.registerPlugin(),
        (this._initialized = !0);
      },
    },
  ]),
  e
);

```

Gambar 3.10 Potongan Baris Kode *Focus Keyphrase* (1)

```

{
  key: "updateKeywordUsage",
  value: function (e) {
    if (!this._initialized)
      throw new Error(
        `UsedKeywordsAssessment must be
        initialized before keyphrases can be updated.`
      );
    this._plugin.updateKeywordUsage(e),
    analysisWorker.refreshAssessment(
      "usedKeywords",
      "previouslyUsedKeywords"
    );
  },
},
]),
e
);

```

Gambar 3.11 Potongan Baris Kode *Focus Keyphrase* (2)

Berdasarkan potongan baris kode pada gambar di atas, dapat diuraikan secara singkat bahwa fungsi tersebut dijalankan untuk memproses masukkan di fitur *focus keyphrase* Yoast SEO. Pertama yaitu pada *key: "register"*, dilakukannya proses pemasukkannya kata kunci dari admin ke Yoast SEO. Selanjutnya, kata kunci tersebut dikirim ke Yoast SEO melalui *initialize*. *Key: "initialize"* akan menganalisis kata kunci tersebut untuk diberikan kepada fitur *Search Engine Optimization*. *analyst* yang diprogram pada file lain. Pada *key: "updateKeywordUsage"*, dilakukannya pembaharuan setiap masukkan kata kunci yang dilakukan oleh admin untuk dikelola oleh Yoast SEO. Potongan baris kode pada gambar di atas merupakan sebagian kecil dari kompleksitasnya *plugin* Yoast SEO.

(2) Google Preview

Fitur pada *plugin* Yoast SEO ini dapat memperlihatkan bagaimana artikel akan ditampilkan pada pencarian Google baik dari sisi *mobile* maupun *desktop*. Fitur ini dapat memudahkan pengguna sebelum membuka ke halaman utama berita yang dituju.



Gambar 3.12 Google Preview Mobile

Berbagai keterangan pendukung dituliskan supaya pembaca dapat mengetahui isi singkat dari artikel atau konten yang dipublikasikan. Keterangan tersebut dapat berupa judul SEO (judul yang ditampilkan pada pencarian Google dan merupakan judul artikel), *slug* (teks yang ditulis setelah nama domain pada halaman web dan menjadi bagian dari *permalink* serta dapat mengarahkan pengguna kepada artikel yang dituju),

dan *meta description* (*caption* berupa gambaran singkat dari isi paragraf pertama pada artikel).



Gambar 3.13 Google Preview Desktop

Perbedaan yang terlihat antara versi *mobile* dengan *desktop* adalah dari sisi gambar atau *thumbnail* yang tidak diperlihatkan pada versi *desktop*. Selain itu, *slug* pada pencarian *desktop* tidak ditampilkan secara keseluruhan. Masing – masing *preview* memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat dinilai oleh setiap pengguna halaman web. Penglihatan setiap pengguna dapat beragam, sehingga pengguna dapat menentukan sendiri melalui perangkat atau mode apa yang akan digunakan dalam menjelajahi pencarian Google.

(3) Search Engine Optimization Analyst

Yoast SEO membantu web *developer* dalam menentukan apakah kata kunci yang dimasukkan sudah sesuai dengan aturan – aturan untuk diterapkannya *Search Engine Optimization* pada sebuah artikel atau konten. Fitur tersebut dapat memeriksa kata kunci secara otomatis dan memberikan rangkuman analisis yang dihasilkan.

Analysis results

^ Problems (1)

- [Keyphrase in meta description](#): The meta description has been specified, but it does not contain the keyphrase. [Fix that!](#)

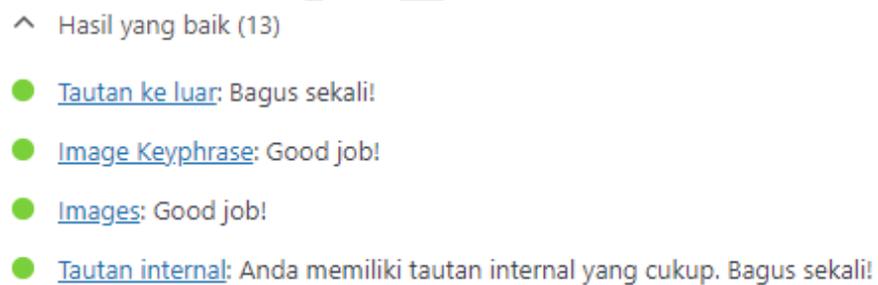
^ Improvements (2)

- [Meta description length](#): The meta description is too short (under 120 characters). Up to 156 characters are available. [Use the space!](#)

Gambar 3.14 Contoh Hasil Analisis Yoast SEO yang Perlu Diperbaiki

Berdasarkan hasil analisis tersebut, web *developer* dapat memperbaiki apa saja kekurangan yang ada pada artikel sebelum

dipublikasikan. Artikel yang belum mendapatkan emotikon tersenyum berwarna hijau maka artikel tersebut belum layak untuk dipublikasikan. Selain itu, Yoast SEO memberikan artikel pendukung berupa cara – cara memperbaiki masalah atau hal yang perlu ditingkatkan pada artikel atau konten. Artikel tersebut dapat dijelajahi dengan menekan *hyperlink* yang terdapat pada setiap hasil analisis oleh Yoast SEO.

- 
- ^ Hasil yang baik (13)
 - [Tautan ke luar](#): Bagus sekali!
 - [Image Keyphrase](#): Good job!
 - [Images](#): Good job!
 - [Tautan internal](#): Anda memiliki tautan internal yang cukup. Bagus sekali!

Gambar 3.15 Contoh Hasil Analisis Yoast SEO yang Baik

Tidak hanya menampilkan analisis yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, Yoast SEO memberikan hasil berupa apa saja yang sudah sesuai pada implementasi *Search Engine Optimization* dalam sebuah artikel. Hal tersebut perlu diketahui web *developer* sebagai wujud informasi bahwa artikel telah berhasil mengikuti ketentuan yang dapat memberikan peringkat teratas pada pencarian Google.

(4) *Search Appearance*

Yoast SEO memfasilitasi tampilan pencarian pada Google supaya terlihat lebih baik. Pada fitur tersebut, web *developer* dapat menentukan berbagai pilihan yang diberikan untuk dapat menarik pengguna mengunjungi halaman web yang dibangun. Pilihan tersebut berupa pemilihan *separator* pada judul, memasukkan variabel secara otomatis pada judul . dan *meta description* melalui halaman *post*, kategori, *archives*, dan *tag*, serta mengatur *breadcrumbs* pada berbagai halaman web yang dipublikasikan.

(5) *Integrations*

Yoast SEO dapat mengintegrasikan kata kunci yang dituliskan ke pihak ketiga. Pada hal tersebut, pihak ketiga yang dimaksud adalah SEMrush dan Ryte pada pengguna Yoast SEO tidak berbayar. Namun

pada pengguna premium atau berbayar, Yoast SEO dapat terintegrasi dengan Zapier dan Algolia.



Fasa kunci terkait		
lokasi jual mobil 4x4 bekas tambang di kalimantan	0	<div style="width: 0%;"></div>
pemanfaatan lokasi bekas pertambangan	0	<div style="width: 0%;"></div>
wisata digunung kidul bekas lokasi tambang	0	<div style="width: 0%;"></div>

[Dapatkan insight lebih banyak di Semrush](#)

Gambar 3.16 Tampilan Saran Kata Kunci untuk Terhubung dengan SEMrush

Pada tempat praktikan melaksanakan kerja profesi, Yoast SEO diintegrasikan dengan SEMrush karena dapat menyarankan kata kunci terkait *focus keyphrase* yang dimasukkan. Terintegrasinya SEMrush pada halaman web dapat memudahkan web *developer* dalam menguji kata kunci tanpa perlu membuka *website* SEMrush terlebih dahulu.

(6) *Social*

Fungsi dari fitur *social* adalah sebagai informasi kepada mesin pencari terkait media sosial dari halaman web yang dipublikasikan. Data – data media sosial yang diberikan berupa nama pengguna maupun *Uniform Resource Locator* (URL). Berbagai media sosial yang dapat dimasukkan yaitu Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn, MySpace, Pinterest, dan Wikipedia. Dengan menautkan media sosial menggunakan Yoast SEO, pratinjau halaman web juga akan ditampilkan saat melakukan penambahan artikel atau konten. Pengunjung dapat bertambah dengan diunggahkannya artikel ke media sosial pada halaman web yang dibuat.

3.2.3. Riset Kata Kunci

Kata kunci merupakan suatu kata utama berupa topik yang terkandung dalam sebuah artikel. Topik tersebut merupakan pandangan penulis terhadap isi artikel yang ditulis. Sebelum membuat suatu artikel atau konten, terlebih dahulu menentukan topik besar apa yang akan ditulis. Kata kunci dapat memudahkan pembaca dalam melakukan pencarian suatu topik. *Search Engine Optimization* mempunyai hubungan erat dengan kata kunci dari suatu artikel yang dimuat pada halaman web.

Sebelum menentukan kata kunci pada *Search Engine Optimization*, praktikan terlebih dahulu melakukan riset. Adapun hal yang harus diperhatikan dalam melakukan riset kata kunci pada halaman web menurut (Mubarak, 2018) adalah sebagai berikut.

- (1) Volume pencarian, merupakan total banyaknya kata kunci yang dicari pada mesin pencari dalam waktu tertentu. Jumlah kata kunci yang dihasilkan oleh Google biasanya dalam waktu satu bulan terakhir. Dengan demikian, web *developer* dapat mengetahui apakah kata kunci tersebut sudah banyak digunakan dalam kurun waktu terdekat atau tidak.
- (2) Tingkat kesulitan kata kunci, merupakan skor yang dihasilkan untuk dapat berada di halaman pertama pada pencarian Google. Semakin tinggi skor yang dihasilkan, maka kata kunci semakin sulit untuk dapat meraih indeks teratas. Hal tersebut dikarenakan tingginya persaingan setiap halaman web yang menggunakan kata kunci serupa. Namun, hal tersebut dapat diatasi dengan menambahkan *backlink* yang relevan pada artikel.
- (3) Saran kata kunci, merupakan saran yang dihasilkan oleh *keyword tool*. Saran yang dihasilkan dapat berupa *long tail keyword* dimana kata kunci tersebut mengandung tiga kata atau lebih. *Long tail keyword* banyak digunakan oleh setiap halaman web karena dinilai lebih baik untuk diterapkan.
- (4) *Search Engine Result Page* (SERP), merupakan hasil pencarian yang menunjukkan halaman web teratas pada mesin pencari berdasarkan kata kunci yang dimasukkan. Fungsi dari SERP adalah sebagai fitur untuk melihat kualitas dari halaman web. Dengan mengetahui kualitas halaman web pada indeks teratas, maka web *developer* dapat meriset kembali apa saja yang menjadikan halaman web tersebut berada di posisi terbaik pada pencarian Google.

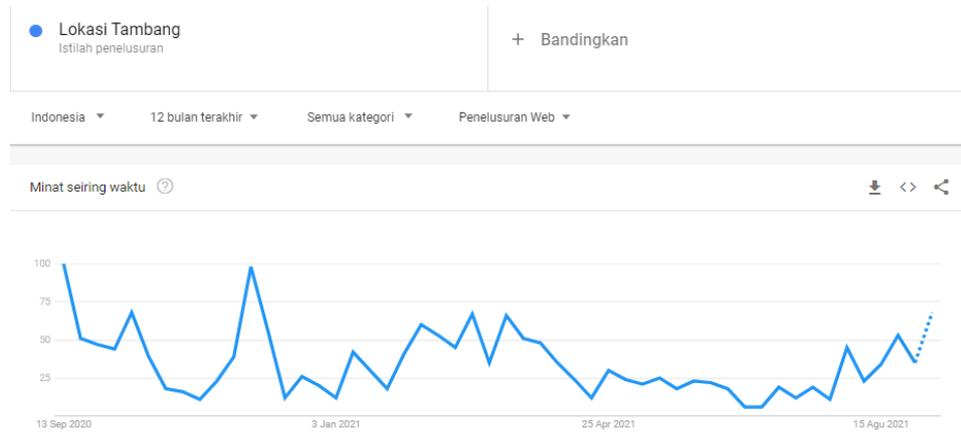
Halaman web dapat dikatakan sempurna jika berisi berbagai hal yang berkualitas, berbobot, dan sesuai dengan fakta di lapangan. Pada tempat praktikan melakukan kerja profesi, halaman web yang dikelola menghasilkan artikel – artikel terbaik dan layak untuk diperbincangkan kepada masyarakat umum. Namun, hal tersebut tidak akan ada artinya jika

kata kunci yang dimasukkan tidak tepat. Oleh karena itu, pemilihan kata kunci harus melalui riset dan pertimbangan yang matang. Pada era digitalisasi saat ini, banyak *platform* yang telah menyediakan wadah untuk melakukan riset kata kunci. *Platform* untuk melakukan riset kata kunci disebut *keyword tool*. Berbagai *keyword tool* yang dapat digunakan dalam menentukan kata kunci adalah Ubersuggest, Google Trends, SEMrush, KWFinder, dan lain – lain.



Gambar 3.17 Tampilan Google Trends

Pada umumnya setiap *keyword tool* memberikan hasil yang sama. Namun, praktikan dalam melakukan kerja profesi menggunakan dua *keyword tool* yaitu Google Trends dan SEMrush. SEMrush digunakan oleh praktikan sebagai tempat untuk melakukan pemantauan indeks dari kata kunci yang telah dimasukkan. Pada Google Trends, *web developer* dapat melakukan riset berdasarkan negara, durasi, kategori, dan jenis penelusuran. Dengan menentukan hal tersebut, maka akan dihasilkan suatu *traffic* pergerakan *trend* dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Selain itu terlihat juga di daerah mana saja yang sering melakukan pencarian melalui Google pada kata kunci yang dimasukkan. Data wilayah ini dapat membantu dalam menentukan lokasi untuk membuat promosi artikel pada halaman web.



Gambar 3.18 Pencarian Pada Google Trends

Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa kata kunci 'lokasi tambang' mengalami naik dan turun dalam satu tahun terakhir. Namun, dalam dua minggu terakhir terlihat mengalami kenaikan, oleh karena itu, kata kunci tersebut dapat dibuatkan menjadi sebuah artikel yang menarik untuk saat ini. Pada penentuan kata kunci dalam sebuah halaman web berita berbasis WordPress diperlukan data terbaru setiap saatnya. Hal tersebut dikarenakan isu yang berkembang selalu mengalami perubahan dalam setiap waktu, sehingga hasil riset lampau belum tentu akan memberikan performa serupa jika dilakukan saat ini. Membaca dapat memperkaya kosa kata dalam ilmu pengetahuan dan menjadikan pembacanya sebagai sumber daya manusia yang berwawasan luas dan berdaya saing tinggi (Sari, 2018, p. 206).

3.2.4. Pengaplikasian *Search Engine Optimization* Pada *Website* Berita Berbasis WordPress

Website berita merupakan sumber informasi terkini untuk mengetahui berbagai isu yang sedang terjadi serta dapat dilihat dimana dan kapan saja. Dengan diberikannya berbagai informasi pada halaman web berita ini, diharapkan pembaca dapat sadar akan permasalahan yang dekat dengan kehidupan sehari – hari. Namun, banyaknya portal berita yang dimuat pada mesin pencari menjadikan sulitnya berita yang ditulis dapat terlihat oleh publik. Oleh karena itu diperlukannya pengaplikasian

Search Engine Optimization pada suatu halaman web untuk dapat meningkatkan *traffic* pengunjung secara organik.

Berbagai tahapan telah dijelaskan pada sub sub bab sebelumnya mengenai bagaimana cara menerapkan *Search Engine Optimization* dengan membangun halaman web berbasis WordPress. Setelah tahapan tersebut, sekarang akan dibahas cara mengaplikasikan *Search Engine Optimization* pada halaman web berita berbasis WordPress. Menurut (Hayaty & Meylasari, 2018, p. 296), *Search Engine Optimization* dibedakan menjadi dua macam yaitu antara lain sebagai berikut.

(1) *Search Engine Optimization on Page*

Teknik yang digunakan pada halaman web dengan cara memodifikasi elemen – elemen yang ada seperti teks artikel, *internal link*, kata kunci, gambar, judul *Search Engine Optimization*, dan *meta description*. Teknik tersebut dilakukan pada halaman administrator WordPress.



Gambar 3.19 Artikel *Search Engine Optimization Friendly*

Tujuan dari *Search Engine Optimization on page* adalah untuk dapat mengoptimalkan artikel yang ditayangkan supaya dapat terdeteksi oleh mesin pencari dan menjadi *Search Engine Optimization friendly*. *Search Engine Optimization friendly* yang dimaksudkan adalah artikel berhasil berada pada indeks teratas pada pencarian Google.

(2) *Search Engine Optimization off Page*

Teknik yang dikerjakan di luar dari halaman web seperti membuat promosi situs melalui Google Ads dan media sosial, *share* dan *like* pada artikel, serta kualitas domain. Tujuan dari *Search Engine Optimization off*

page adalah membuat halaman web mempunyai kredibilitas tinggi pada pencarian Google melalui iklan yang ditayangkan.



Gambar 3.20 Iklan Artikel Melalui Media Sosial

Wadah periklanan yang digunakan oleh tempat praktikan melakukan kerja profesi adalah sosial media berupa Facebook, Twitter, dan Instagram. Periklanan melalui sosial media digunakan karena pada era digitalisasi ini banyak yang telah menjadi pengguna aktif dari media sosial. Setiap artikel yang telah berhasil dipublikasikan, praktikan melakukan *reporting* berupa *link* dan waktu unggah. *Report* tersebut diberikan kepada divisi media sosial untuk dibuatkan iklan seperti pada gambar di atas.

Berdasarkan dua macam tipe *Search Engine Optimization* tersebut, diperlukan kerja sama antar tipe untuk memperoleh hasil yang maksimal. Pada penulisan artikel berita berbasis WordPress, terdapat berbagai teknik untuk memperoleh peringkat indeks terbaik pada mesin pencari. Teknik tersebut dapat didukung oleh *plugin* bernama Yoast SEO. Adapun berbagai poin penting yang dapat diterapkan pada setiap artikel berita berbasis WordPress dan telah terintegrasi dengan Yoast SEO antara lain sebagai berikut.

(1) Artikel

Panjang kata dari sebuah artikel yang disarankan adalah 300 kata. Namun, jika seluruh poin selanjutnya dapat diterapkan dengan baik, maka kata kunci tetap dapat diterima oleh Yoast SEO walaupun artikel tidak lebih dari 300 kata. Artikel yang ditulis lebih dari 350 kata, sebaiknya dibagi menjadi dua halaman. Hal tersebut dikarenakan supaya pembaca tidak merasa bosan membaca artikel yang panjang.

(2) Judul

Penulisan judul yang menarik dapat memuat padanan kata yang sesuai dengan isi artikel. Kriteria judul yang baik adalah dapat menarik minat dan perhatian pembaca, merangkum paragraf pertama pada tulisan, serta menggambarkan keseluruhan isi artikel. Judul dituliskan secara singkat dengan batas aman yaitu 6 – 7 kata. Namun, semakin banyaknya kata yang ditulis pada artikel, maka panjang judul dapat menyesuaikan hingga 8 – 9 kata. Judul ditulis dalam bahasa yang jelas, padat, dan dapat membuat calon pembaca tertarik untuk membuka artikel.

(3) Gambar

Gambar yang dimuat pada mesin pencari berupa *thumbnail* maupun halaman artikel dapat meningkatkan minat pembaca untuk menjelajahi halaman web tersebut. Gambar yang dimasukkan merupakan gambar yang relevan dengan judul artikel serta memiliki kualitas resolusi yang baik. Pada tempat praktikan melakukan kerja profesi, ukuran gambar minimum yang diterapkan yaitu 400 x 300 piksel. Ukuran tersebut memberikan kualitas minimum terbaik yang dapat memikat pembaca. Selain itu, gambar diberikan teks berupa judul, teks *alt*, keterangan, dan deskripsi. Hal tersebut diperlukan supaya pembaca mengetahui gambar apa yang sedang dimuat pada halaman web. Gambar dapat memberikan pemahaman lebih lanjut kepada pembaca terkait dengan artikel yang dipublikasikan.

(4) Slug

Judul artikel yang dibuat dijadikan *permalink* yang dapat mengarah kepada artikel yang dibuka. *Slug* dituliskan setelah nama *domain* yang telah di *hosting* dengan tanda pemisah *forward slash* '/'. *Slug* ditandai dengan simbol '-' untuk menyambungkan antar kata pada judul.



Gambar 3.21 Contoh Slug Pada URL

(5) *Internal Link*

Penulisan artikel yang baik dapat didukung dengan adanya artikel lainnya yang relevan untuk dapat dibaca setelahnya. Artikel tersebut berasal dari halaman web yang sama. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai *internal link*.

Dengan semakin banyaknya perempuan yang bekerja di sektor tambang, dapat memberikan banyak manfaat.

Baca Juga : [Simak Cerita Inspiratif Wanita Tangguh di Pertambangan!](#) } *Internal link*

Kesetaraan gender di sektor pertambangan Indonesia juga semakin membuktikan bahwa perempuan berhasil menunjukkan kinerja yang tak kalah mumpuni dengan laki-laki.

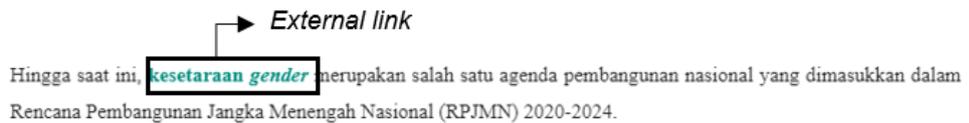
Gambar 3.22 Contoh Penerapan *Internal Link*

Dengan adanya *hyperlink* berdasarkan judul artikel yang relevan tersebut, secara langsung artikel telah dipromosikan melalui artikel lainnya. Membuat *internal link* pada artikel yang ditulis dapat meningkatkan indeks peringkat pencarian Google. Pembaca juga dapat menyambung bacaannya setiap waktu dengan adanya pembubuhan *internal link* di setiap artikel yang dipublikasikan pada halaman web berbasis WordPress. Pada tempat praktikan melakukan kerja profesi, *internal link* merupakan kewajiban yang perlu dimasukkan pada setiap artikel klien di PT. Promo Literasi Prima.

(6) *External Link*

Artikel yang ditulis akan semakin baik jika diperkaya dengan memberikan pengertian dari satu atau dua istilah yang berasal dari sumber luar. *External link* atau yang disebut sebagai *backlink* mempunyai arti berupa *link* halaman web luar disematkan ke dalam teks pada halaman web yang dikelola.

Hingga saat ini, **kesetaraan gender** merupakan salah satu agenda pembangunan nasional yang dimasukkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024.



Gambar 3.23 Contoh Penerapan *External Link*

Pada tempat praktikan melakukan kerja profesi, sumber yang digunakan sebagai referensi adalah Wikipedia Indonesia. Dengan adanya *backlink* pada naskah artikel, pembaca dapat memperluas wawasannya mengenai berbagai istilah yang awam bagi masyarakat umum.

(7) *Focus Keyphrase*

Kata kunci yang sesuai naskah artikel dan telah di riset sebelumnya dituliskan pada *focus keyphrase*. Kata kunci yang disarankan adalah 2 – 5 kata tanpa tanda baca. Namun, tidak menutup kemungkinan jika kata kunci yang digunakan hanya satu kata.

(8) *Meta Description*

Kata kunci yang dimasukkan pada *focus keyphrase* digambarkan dalam uraian singkat. *Meta description* dibuat untuk menarik minat dan menjual hasil karya tulisan kepada pembaca (Patel & Gaharwar, 2018, p. 300). Uraian tersebut memberikan gambaran kepada pembaca tentang isi paragraf pertama pada artikel secara singkat. Pada kolom *meta description*, *web developer* dapat memasukkan variabel berupa judul halaman web, pemisah, dan kategori yang dipilih pada artikel.

(9) *Tags dan Kategori*

Tags dan kategori dapat membantu pembaca dalam mencari minat bacaan pada halaman web yang dijelajahi. *Tags* dibuat menyesuaikan dengan sub topik yang dibahas sedangkan kategori merupakan topik utama yang diuraikan pada artikel.

<https://energibaik.id> > tag > gurun-pasir

Gurun Pasir Archives | Energi Baik

Potensi teriknya sinar matahari dan angin kencang, **gurun pasir** disinyalir akan jadi **sumber energi baru dunia**, khususnya **sumber energi** surya dan energi angin ...

Gambar 3.24 Pencarian *Tags* Pada Google

Tags yang simpel dan bagus dapat membuat hal tersebut berada pada pencarian halaman pertama Google. Hal tersebut tersaji pada gambar di atas yang memperlihatkan bahwa setiap *tags* disimpan secara *default* ke menu *archives* atau penyimpanan. Hadirnya *tags* dapat dijadikan sebagai wujud dari promosi artikel – artikel yang relevan dengan *tags* yang dipilih.

Pada implementasi *Search Engine Optimization* di halaman web berita berbasis WordPress digunakan *plugin* bernama G Meta Keywords yang dikembangkan oleh Sinan Yorulmaz. Berbeda dengan *focus keyphrase* pada Yoast SEO, G Meta Keywords menekankan kepada kata kunci yang akan ditulis oleh pengguna melalui situs Google. Dengan demikian, web *developer* dapat menuliskan berbagai kata kunci yang memiliki lebih dari tiga susunan kata. Kata kunci tersebut dikatakan berhasil jika mendapatkan indeks teratas pada mesin pencari seperti Google.



Gambar 3.25 Hasil Kata Kunci Pada G Meta Keywords

Kata kunci yang dituliskan pada G Meta Keywords dapat dikembangkan dari judul artikel yang dipublikasikan. Cara menuliskan kata kunci pada *plugin* tersebut adalah dengan memposisikan sebagai pencari berita yang akan mencari menggunakan Google. Semakin detail kata kunci yang unik dituliskan, maka peringkat teratas dapat diperoleh pada pencarian Google. Namun, hal tersebut perlu dukungan dari responsifnya

halaman web dan memiliki kredibilitas baik yang telah dibahas sebelumnya.

3.2.5. Pemantauan Hasil *Search Engine Optimization*

Pengunjung pada halaman web berita berbasis WordPress dapat diperoleh dengan adanya artikel dan konten menarik, serta desain *User Interface* (UI) yang nyaman dilihat. Hal tersebut perlu didukung oleh implementasi *Search Engine Optimization* baik secara *on page* maupun *off page*. Strategi *marketing* pun diterapkan untuk menaikkan *traffic* seperti mengiklankan melalui media sosial dan Google Ads. Hasil *traffic* pada halaman web dibedakan menjadi berbagai tipe. Adapun tipe hasil *traffic* menurut (Prakash, 2020, pp. 1–2) adalah sebagai berikut.

- (1) Organik adalah hasil perolehan pengunjung yang berasal dari mesin pencari seperti Google secara alami. Pengunjung menjelajahi halaman web yang dikelola oleh praktikan atas dasar keinginan sendiri.
- (2) Iklan berbayar adalah halaman web yang diiklankan untuk dapat berada di indeks teratas pada pencarian Google. Pencarian tersebut berkaitan dengan kata kunci pada halaman web yang diiklankan.

Iklan · <https://www.niagahoster.co.id/> ▾

Web Hosting Indonesia Terbaik - Dapatkan Diskon upto 75%

Dipercaya lebih dari 52.000+pelanggan di seluruh Indonesia. Beli **Web Hosting** & Free **Domain**. Sesuaikan Server **Web Hosting** dengan kebutuhanmu. Garansi 100% uang...

Domain .COM Rp 115.000

Domain Murah untuk Anda
Temukan Banyak Promo

Website Instan Siap Pakai

Mulai dari Rp 60rb-an/bln
Pilih Tema Langsung Online

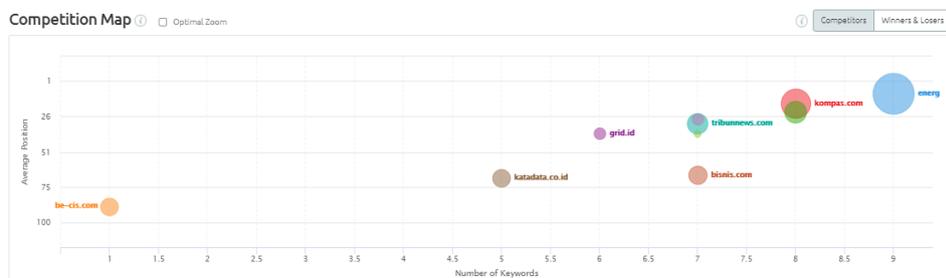
Gambar 3.26 Penerapan Iklan Pada Google

Pada halaman pencarian akan dituliskan bahwa artikel tersebut merupakan situs yang diiklankan kepada Google seperti yang terlihat pada gambar di atas.

- (3) *Blended* merupakan hasil perolehan secara langsung oleh mesin pencari berdasarkan lokasi, *tags*, maupun minat dari setiap akun pengguna yang tersimpan otomatis oleh Google.

Search Engine Optimization bertujuan untuk mendapatkan peningkatan *traffic* secara organik. Semua klien pada tempat praktikan

melakukan kerja profesi menekankan bahwa halaman web yang dikelola mendapatkan *traffic* organik lebih banyak daripada *traffic* lainnya. Praktikan sebagai web *developer* di PT. Promo Literasi Prima melakukan *report* kata kunci pada halaman web klien. Selain itu, praktikan juga memantau halaman web kompetitor yang bergerak dibidang portal berita. SEMrush merupakan *tools Search Engine Optimization* yang dapat digunakan untuk memantau dan melakukan riset kata kunci, menjalankan audit *Search Engine Optimization*, melihat strategi kompetitor, dan lain – lain. SEMrush digunakan oleh praktikan untuk memantau hasil *Search Engine Optimization* dan kompetitor pada setiap halaman web.



Gambar 3.27 Competition Map Pada Halaman Web Melalui SEMrush

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada tingkat ke berapa halaman web berada diantara kompetitornya. Kompetitor tersebut dimasukkan secara manual oleh web *developer* untuk dapat dianalisis oleh SEMrush dan dibuatkan dalam bentuk *competition map*. SEMrush dapat melakukan *site audit* untuk mengetahui kesehatan pada halaman web dengan dapat mengetahui *error* atau *warning* yang ada di *website*. Kesehatan pada halaman web perlu diketahui supaya kata kunci yang dihasilkan dapat bekerja dengan baik. Kesehatan pada halaman web dapat dimuat ulang setiap satu bulan sekali melalui halaman *site audit* SEMrush.



Gambar 3.28 Site Health Pada SEMrush

Praktikan dalam melakukan kerja profesi sebagai web *developer* juga melakukan *report* kata kunci pada halaman web klien secara harian dan *site audit* setiap satu bulan sekali. *Report* diberikan kepada pembimbing kerja untuk dianalisis apakah kata kunci yang digunakan masih sesuai dengan kondisi saat ini atau perlu diganti. Dengan demikian, penting bagi web *developer* untuk dapat memantau hasil *Search Engine Optimization* (kata kunci) pada halaman web yang dikelola. *Report* yang dapat dihasilkan dari SEMrush berupa peringkat kata kunci pada mesin pencari.

Rankings Overview 1 - 9 (9) ⓘ

+ Add keywords Actions Positions Estimated traffic Visibility All For energibaik.id

Keyword	SERP	SERP Features	Pos. Aug 6	Pos. Aug 12
manfaat energi panas	📄	👑 ⭐ 📺 ?	👑 1	👑 1
apa manfaat energi panas	📄	👑 ⭐ 📺 ?	👑 1	👑 1

Gambar 3.29 Peringkat Kata Kunci Pada SEMrush

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa kata kunci tersebut berada pada indeks pertama. Namun, seiring berjalannya waktu, peringkat tersebut dapat turun dan hilang dari pencarian Google. Sehingga, artikel yang berjalan pun harus mengikuti isu atau *trend* terkini. Selain itu, SEMrush memberikan hasil rangkuman kata kunci dalam kurun waktu tertentu melalui media visual grafik. Hal tersebut dapat memudahkan web *developer* dalam menyimpulkan bahwa apakah keseluruhan kata kunci masih layak digunakan atau perlu direvisi.



Gambar 3.30 Grafik Pemantauan Kata Kunci Pada SEMrush

Pemantauan kinerja hasil *Search Engine Optimization* perlu dilakukan sebagai upaya peningkatan *traffic* pengunjung pada halaman web. Menurut artikel (Adieb, 2020) terdapat berbagai kesalahan yang harus dihindari dari implementasi *Search Engine Optimization* pada WordPress. Kesalahan tersebut antara lain sebagai berikut.

(1) Salah Memilih Kata Kunci

Kunci dari implementasi *Search Engine Optimization* adalah pemberian kata kunci pada artikel atau konten. Kata kunci yang detail dan penggunaan kata – kata tidak umum merupakan kata kunci yang salah untuk dipilih. Hal tersebut dikarenakan publik mencari artikel yang ada pada bahasa sehari-hari. Oleh karena itu penting untuk melaksanakan riset kata kunci terlebih dahulu.

(2) Tidak Membuat *Tags* dan *Meta Description*

Tags dan *meta description* dapat membantu untuk mengajak pengguna mengunjungi halaman web yang terlihat pada pencarian Google. *Tags* dapat membantu menyimpan artikel yang relevan secara bersamaan pada menu *archives*.

(3) Menggunakan *Internal Link* yang Tidak Tepat

Kesalahan yang dapat terjadi yaitu meletakkan *internal link* yang tidak relevan dengan isi artikel. Hal tersebut dapat menurunkan daya tarik pembaca karena tidak adanya artikel lain yang relevan untuk dibaca.

(4) Halaman Web Tidak *Mobile Friendly*

Berdasarkan data yang dirilis oleh Statcounter Globalstats pada Agustus 2020 – Agustus 2021, pengguna perangkat *mobile* mencapai 56.94%, sedangkan *desktop* 40.3%, dan sisanya *tablet*. Oleh karena itu, halaman web yang *mobile friendly* akan dapat memikat pengunjung lebih banyak. *Mobile friendly* merupakan salah satu syarat dari implementasi *Search Engine Optimization* pada Google.

(5) Tidak Melakukan Analisis *Search Engine Optimization*

Performa dari sebuah kata kunci penting untuk diketahui, karena jika tidak melakukan riset dan analisis, maka kata kunci tersebut belum tentu menjadi isu utama untuk dapat berada pada peringkat teratas di pencarian Google.

3.3. Kendala Yang Dihadapi

Praktikan dalam melakukan kerja profesi di PT. Promo Literasi Prima sebagai web *developer* bekerja sama antar setiap divisi kerja untuk memperoleh hasil utama. Hasil utama tersebut yaitu memberikan pelayanan yang prima kepada klien dengan merujuk pada visi dan misi perusahaan. Pada proses realita dilakukannya pekerjaan, praktikan mengalami berbagai kendala yang dialami baik dari dalam diri sendiri maupun faktor luar atau pihak lainnya. Adapun kendala – kendala yang dialami oleh praktikan selama melakukan kerja profesi sebagai web *developer* adalah sebagai berikut.

- (1) Pertama kalinya bagi praktikan untuk menerapkan *Search Engine Optimization* pada halaman web berita berbasis WordPress. Hal tersebut disebabkan karena di perguruan tinggi tidak mengajarkan cara menerapkan *Search Engine Optimization*.
- (2) Kurangnya pemahaman tentang *Search Engine Optimization*. Hal tersebut terjadi karena *Search Engine Optimization* tidak dipelajari pada perguruan tinggi tempat praktikan berkuliah.
- (3) Keahlian Bahasa Inggris yang minim menyebabkan sulitnya memahami cara melakukan optimasi halaman web berbasis WordPress. Hal tersebut disebabkan oleh praktikan yang kurang mampu dalam berbahasa Inggris baik tertulis maupun lisan.
- (4) Kurangnya berkomunikasi dengan pembimbing kerja saat *Work from Home* (WFH). Tingginya kasus Covid-19 di Indonesia khususnya Jakarta menyebabkan praktikan melakukan kerja dari rumah sehingga cara berkomunikasi virtual pun dirasa kurang efektif dilakukan antara praktikan dengan pembimbing kerja.
- (5) Lamanya proses yang dilakukan sebelum pekerjaan sampai ke praktikan. Pekerjaan dadakan yang dilakukan oleh divisi lain menyebabkan terhambatnya praktikan untuk melakukan pekerjaan utama selain *report* dan *maintenance* halaman web.
- (6) Minimnya gambar yang relevan dengan isi artikel. Praktikan mencari gambar pendukungnya melalui Google dalam rangka implementasi *Search Engine Optimization* pada artikel yang akan dipublikasikan.

Namun, pada berbagai artikel yang bersifat khusus, gambar sulit untuk dicari dari berbagai sumber.

3.4. Cara Mengatasi Kendala

Kendala yang dialami praktikan selama melaksanakan kerja profesi dapat diatasi dengan berbagai solusi yang diperoleh dengan adanya dukungan dari pihak lain. Adapun cara mengatasi berbagai kendala yang telah disebutkan sebelumnya antara lain sebagai berikut.

- (1) Belajar secara mandiri melalui berbagai halaman web yang relevan dengan kendala yang terjadi. Berbagai hal yang dipelajari yaitu *Search Engine Optimization*, WordPress, dan optimasi halaman web berbasis WordPress.
- (2) Pembimbing kerja melakukan pengajaran dan membagikan pemahaman serta pengalamannya dalam melakukan pekerjaannya sehingga dapat memotivasi praktikan untuk mempertajam ilmu dengan belajar secara mandiri.
- (3) Ekstensi Google Translate digunakan oleh praktikan pada Google Chrome untuk mempermudah dalam proses penerjemahan Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia.
- (4) WhatsApp digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi antara praktikan dengan pembimbing kerja. Fitur *chat* dan *voice call* dimanfaatkan dengan sebaik mungkin dalam pembagian tugas kerja dan mengirimkan laporan pekerjaan.
- (5) Jika divisi yang seharusnya mengirimkan artikel atau *task* lain kepada praktikan terlambat, maka praktikan menegur divisi tersebut untuk mempercepat prosesnya karena divisi lain sudah menunggu.
- (6) Pencarian gambar dalam Bahasa Inggris dilakukan oleh praktikan supaya mendapatkan gambar yang relevan dengan isi artikel. Tidak sedikit gambar berupa animasi digunakan sebagai pendukung dari implementasi *Search Engine Optimization* pada artikel yang akan dipublikasikan.

3.5. Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi

Kerja profesi yang dilakukan praktikan sebagai web *developer* di PT. Promo Literasi Prima memberikan berbagai pembelajaran baik ilmu pengetahuan maupun kehidupan dalam dunia industri. Adapun pembelajaran yang diperoleh praktikan dalam melakukan kerja profesi antara lain sebagai berikut.

- (1) Mampu belajar secara mandiri untuk dapat memperoleh pengetahuan tentang *Search Engine Optimization*, WordPress, dan optimasi halaman web berbasis WordPress.
- (2) Mengasah keterampilan praktikan sebagai calon lulusan Informatika yang berdaya saing tinggi.
- (3) Mengetahui kualitas sumber daya manusia di industri nyata khususnya di dunia pemasaran digital.
- (4) Melatih keterampilan dalam berkomunikasi dengan rekan kerja baik saat formal maupun non formal.
- (5) Belajar bagaimana cara bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan.
- (6) Memahami tentang lingkungan pekerjaan yang dilakukan oleh PT. Promo Literasi prima.