



UNIVERSITAS INDONESIA

Analisis Keyword dan Page Ranking Website KUDO

LAPORAN KERJA PRAKTIK

AULIA CHAIRUNISA

1306381881

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER

DEPOK

SEPTEMBER 2016

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN MATA KULIAH KERJA PRAKTIK

Laporan ini diajukan oleh :
Nama : Aulia Chairunisa
NPM : 1306381881
Program Studi : Ilmu Komputer
Judul Kerja Praktik : Analisis *Keyword* dan *Page Ranking Website* KUDO

Telah berhasil diselesaikan laporan kerja praktik untuk fakultas dan dipresentasikan hasil kerja praktiknya dalam forum seminar kerja praktik sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam mata kuliah Kerja Praktik.

DOSEN MATA KULIAH KERJA PRAKTIK,

(Rahmad Mahendra, S.Kom., M.Sc.)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : [TANGGAL]

ABSTRAK

Dalam rangka memenuhi mata kuliah Kerja Praktik, penulis melaksanakan kerja praktik di PT Kudo Teknologi Indonesia sebagai *SEO intern*. Posisi kerja tersebut memberikan tanggung jawab kepada penulis untuk melakukan *off-page optimization* terhadap *website* KUDO yang sedang dilakukan oleh *SEO Specialist* PT Kudo Teknologi Indonesia. Di dalam laporan ini, akan dijelaskan proses pencarian kerja praktik yang dialami oleh penulis, profil perusahaan tempat kerja praktik, pekerjaan selama kerja praktik, analisis pelaksanaan kerja praktik, dan kesimpulan serta saran penulis setelah selesai melaksanakan kerja praktik.

Kata kunci: KUDO, *off-page*, SEO, *optimization*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN MATA KULIAH KERJA PRAKTIK	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Proses Pencarian Kerja Praktik.....	1
1.2. Tempat Kerja Praktik.....	2
1.2.1. Profil Tempat Kerja Praktik.....	2
1.2.2. Posisi Penempatan Pelaksana Kerja Praktik dalam Struktur Organisasi ..	3
BAB 2 ISI.....	4
2.1. Pekerjaan dalam Kerja Praktik	4
2.1.1. Latar Belakang Pekerjaan	4
2.1.2. Search Engine	5
2.1.3. Pengenalan Search Engine Optimization.....	6
2.1.4. Metode Pelaksanaan.....	8
2.1.4.1.Keyword Research	8
2.1.4.2 SEO On-Page	8
2.1.4.3 SEO Off-Page	9
2.1.5 Teknologi	10
2.1.5.1 Google Webmasters	10

2.1.5.2 Moz	10
2.1.5.3 Ahref	11
2.1.5.4 Slack.....	11
2.2 Analisis	11
2.2.1 Pelaksanaan Kerja Praktik	11
2.2.2 Relevansi dengan Perkuliahan di Fasilkom UI.....	14
BAB 3 PENUTUP	16
2.3 Kesimpulan	16
2.4 Saran	17
2.4.1 Saran Untuk Mahasiswa	17
2.4.2 Saran Untuk Dosen	17
DAFTAR REFERENSI	18
LAMPIRAN 1 KERANGKA ACUAN KERJA PRAKTIK	viii
LAMPIRAN 2 LOG KERJA PRAKTIK.....	ix

DAFTAR GAMBAR

[Daftar Gambar, ditulis serupa dengan daftar isi]

DAFTAR TABEL

[Daftar tabel, ditulis serupa dengan daftar isi]

DAFTAR LAMPIRAN

[Daftar Lampiran, ditulis serupa dengan daftar isi]

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Proses Pencarian Kerja Praktik

Sebagai mahasiswa, pelaksana kerja praktik menjadikan masa kerja praktik ini sebagai wadah untuk menggali lebih dalam potensi dan *passion* yang dimiliki di ranah teknologi. Oleh karena itu, pelaksana kerja praktik ingin mendapatkan lingkungan kerja yang mendukung untuk dapat belajar banyak hal, mulai dari cara berpikir hingga cara kerjanya seorang *computer scientist* yang sangat sistematis. Dengan dinamisnya cara kerja sebuah *startup*, pelaksana kerja praktik memilih untuk mencari pengalaman kerja di perusahaan seperti itu. Setiap *startup* umumnya memiliki dua divisi, yaitu Divisi Bisnis dan Divisi Teknologi. Dengan mempertimbangkan kapabilitas dan kapasitas untuk bekerja, Saya memilih divisi bisnis agar dapat mempelajari bagaimana teknologi terintegrasi di ranah bisnisnya sebuah *startup*.

Karena kerja praktik ini bersifat wajib, pelaksana kerja praktik mendaftarkan diri ke perusahaan-perusahaan yang dapat dihubungi. Ketika sedang mencoba untuk mendaftarkan diri di berbagai macam perusahaan, pelaksana kerja praktik diajak salah seorang kolega untuk mengirimkan CV ke KUDO. Kebetulan di tahun sebelumnya, terdapat beberapa senior dan juga teman seangkatan yang magang di sana. Akhirnya pelaksana kerja praktik *subscribe* di websitenya perihal informasi terbaru mengenai karir di sana sambil mengirimkan email aplikasi pekerjaan disertakan CV terbaru pelaksana kerja praktik. Selama beberapa minggu aplikasi pekerjaan yang dikirimkan tidak mendapat balasan. Kemudian, pelaksana kerja praktik mendapat sebuah panggilan dari Nestlé Indonesia, salah satu perusahaan yang pelaksana kerja praktik kirimkan aplikasi. Sayangnya, perusahaan tersebut membutuhkan seorang karyawan magang untuk mulai bekerja sebelum masa magang pelaksana kerja praktik seharusnya dimulai.

Akhirnya pelaksana kerja praktik menolak tawaran tersebut. Keesokannya, pelaksana kerja praktik kembali mendapatkan panggilan dari perusahaan lain. Perusahaan itu ialah KUDO. Sebelumnya sempat dihubungi dua kali namun tidak sempat terangkat, akhirnya pelaksana kerja praktik terima dan pelaksana kerja praktik diminta datang ke kantor untuk *interview*. Pihak HC (*Human Capital* atau HRD) memberi kabar bahwa pelaksana kerja praktik diperbolehkan mengajak kolega pelaksana kerja praktik yang juga sedang mencari kesempatan magang sebanyak-banyaknya. Akhirnya pelaksana kerja praktik bersama kolega, sekitar 20 orang, mendatangi kantor KUDO. Tetapi, karena banyaknya jumlah yang datang ke kantor KUDO, proses *interview* pun ditunda. Akan ada seleksi berkas (CV dan berkas yang KUDO minta) yang nantinya lanjut ke tahap *interview*. Setelah *interview* selesai, para pendaftar yang diterima sebagai peserta magang di sana menjalani masa *boarding* (penerimaan karyawan baru).

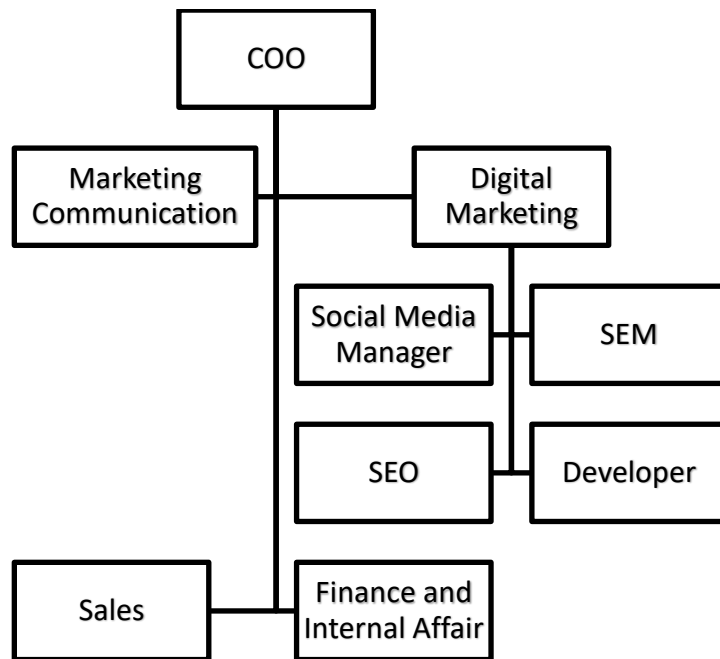
1.2. Tempat Kerja Praktik

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai profil tempat kerja praktik PT. KUDO TEKNOLOGI INDONESIA dan posisi penempatan pelaksana kerja praktik dalam struktur organisasi.

1.2.1. Profil Tempat Kerja Praktik

KUDO merupakan sebuah *e-commerce* dengan model bisnis b2c dan juga c2c. Dengan aplikasi KUDO, pengguna dapat membeli barang apa pun dari toko (*e-commerce*) mana pun. Pengguna tidak hanya dapat membeli barang untuk dirinya sendiri melainkan juga memiliki kesempatan untuk berwirausaha dengan menjadi *reseller* jutaan produk dari berbagai *merchant* ternama. Hingga saat ini, aplikasi KUDO dapat dijalankan di dua jenis *platform*, yaitu *web* dan Android. Aplikasi *web* KUDO dapat diakses melalui halaman <https://shop.kudo.co.id>.

Struktur Singkat Organisasi PT Kudo Teknologi Indonesia (untuk divisi bisnis) dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Struktur Perusahaan PT Kudo Teknologi Indonesia

Secara struktural, divisi bisnis dibawah oleh seorang COO yang memantau langsung perkembangan kerja subdivisi di bawahnya. Subdivisi yang ada adalah *Sales*, *Finance and Internal Affair*, *Marketing Communication*, dan *Digital Marketing*. Selebihnya dapat dilihat pada Gambar 1.

1.2.2. Posisi Penempatan Pelaksana Kerja Praktik dalam Struktur Organisasi

Pelaksana kerja praktik ditempatkan di divisi bisnis, secara khusus subdivisi *Digital Marketing*. Pada divisi ini, pelaksana kerja praktik dibawah langsung oleh *Digital Marketing Lead*. Penjelasan mengenai pekerjaan pelaksana kerja praktik akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian selanjutnya.

BAB 2

ISI

2.1. Pekerjaan dalam Kerja Praktik

Pelaksana kerja praktik menempati posisi sebagai *SEO Specialist intern* dan ditempatkan pada subdivisi Digital Marketing. Dalam pelaksanaannya, pelaksana kerja praktik tidak bekerja sendirian. Terdapat dua orang yang berperan sebagai mentor untuk mengarahkan pekerjaan yang pelaksana kerja praktik akan selesaikan. Salah satu mentor merupakan seorang *SEO Specialist* yang baru dipekerjakan perusahaan, satu mentor lagi merupakan karyawan lama yang juga turut membantu pekerjaan *SEO* di perusahaan ke depannya. Tidak seperti divisi teknologi yang bekerja dengan metodologi *scrum*, divisi bisnis tidak memiliki metodologi khusus dalam menyelesaikan setiap pekerjaannya. Hanya ada *meeting* per subdivisi dan juga *meeting* seluruh divisi bisnis (kecuali subdivisi *Sales* dan *Finance and Internal Affair*) bersama COO setiap minggunya. Pada pertemuan berkala ini, masing-masing anggota menyampaikan *progress* kerja selama seminggu yang lalu dan apa yang akan dilaksanakan selanjutnya, juga kendala yang dihadapi (seperti konten *daily meeting scrum* namun dalam hitungan minggu).

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai Latar Belakang, Tinjauan Pustaka, Teknologi, Teknis, dan Non-Teknis dari pekerjaan pelaksana KP.

2.1.1. Latar Belakang Pekerjaan

PageRank adalah sebuah algoritma milik Google yang menentukan posisi sebuah halaman dalam *Search Engine Rank Page* (SERP) (Sullivan, 2007). Posisi ini menentukan *web* mana yang lebih penting atau relevan dengan sebuah *query* yang diketikkan oleh *user* pada *search engine*. Semakin meningkatnya jumlah halaman yang ada di internet, Google semakin memperbaharui algoritma dalam menentukan posisi sebuah halaman pada SERP (Sullivan, 2007). Dengan kebutuhan untuk

memosisikan halaman *website* pada *rank* pertama, terdapat teknik yang kita kenal dengan istilah *Search Engine Optimization* (SEO).

SEO merupakan sebuah teknik yang dapat membantu meningkatkan peringkat halaman *website* secara organik (Nisha & singh, 2014). Namun, butuh waktu dan keuletan untuk mencapai target posisi. Selain itu, terdapat fase-fase yang harus dilalui saat implementasi SEO agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal. SEO adalah teknik investasi agar halaman *website* dapat bertahan pada peringkat tertentu. Dengan mengeluarkan biaya untuk keperluan *backlink* di awal, peringkat *website* yang didapat akan bertahan cukup lama (Saravanakumar, Ramnath, Ranjitha, & V.G.Gokul, 2012).

Dewasa ini, kita ketahui jumlah *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat, persaingan *page ranking* pada *search engine* Google pun tak dapat dielakkan. Hal ini menyebabkan para penggiat *startup*/perusahaan untuk membentuk sebuah tim yang terdiri dari SEO *Specialist*. Teknik yang digunakan kebanyakan adalah SEO dan SEM (*Search Engine Marketing*). Begitu juga dengan KUDO, startup yang mendukung masyarakat Indonesia untuk berwirausaha ini memaksimalkan SEM dan SEO dalam “mengenalkan” dirinya di dunia SERP Google.

2.1.2. Tinjauan Pustaka

2.1.2.1. Search Engine

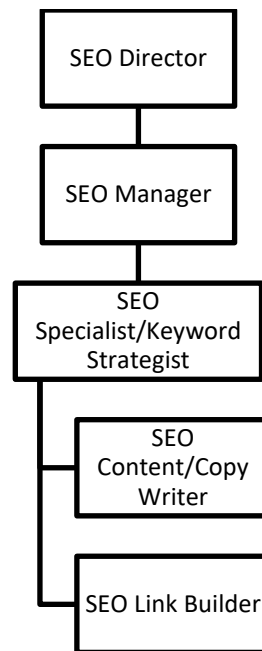
Search engine adalah sebuah mesin yang dapat membantu kita dalam mencari informasi yang relevan dengan query yang kita ketikkan pada *search bar* (Search Engine, t.thn.). Utamanya, fungsi mesin pencari ini ialah *crawling and building an index*, dan menyediakan daftar halaman (*web*) dengan urutan tertentu yang dianggap paling relevan (How Search Engine Works, t.thn.). Dalam menampilkan dokumen-dokumen yang relevan, *search engine* umumnya berasumsi bahwa dokumen atau halaman yang lebih relevan dapat dilihat dari tingkat “popularitas”nya. Asumsi ini tidak berdasarkan tebakan tetapi berdasarkan perhitungan

persamaan matematis (Sobek, 2003). Search engine juga turut memperbaharui algoritmanya agar dapat menyajikan hasil pencarian yang lebih relevan dengan maksimal. Bisa jadi, algoritma yang digunakan di tahun ini akan berbeda dengan algoritma yang akan digunakan di tahun depan (Sullivan, 2007).

2.1.2.2. *Search Engine Optimization*

Dengan terus berkembangnya algoritma yang digunakan *search engine*, para SEO *Specialist* harus terus memperbaharui informasi dan pengetahuannya dalam memahami cara kerja sebuah *search engine* agar dapat menyusun strategi yang maksimal. Seorang SEO *specialist* bertanggung jawab untuk meningkatkan “popularitas” halaman *website* dari sebuah *startup*/perusahaannya. Oleh karena itu, kebanyakan tim SEO ditempatkan di divisi *marketing*. Walaupun saat bekerja, ia akan tetap berkoordinasi dengan tim *web developer*.

Sebuah tim SEO terdiri dari beberapa bagian. Idealnya, tim SEO memiliki bagian seperti pada Gambar 2 di bawah.



Gambar 2. Struktur tim SEO

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa sebuah tim SEO terdiri dari **SEO Director** yang bertugas untuk mengatur seluruh strategi yang akan tim SEO lakukan. Kemudian di bawahnya terdapat seorang **SEO Manager** yang bertugas untuk memperhatikan *rank website*, *traffic*, dan hal lain yang harus dipertahankan setelah strategi SEO dijalankan dan juga turut berkatat dalam menentukan *keyword*. Selanjutnya dibutuhkan **SEO Specialist/Keyword Strategist** bertugas untuk menyusun strategi dalam melakukan optimisasi *on-page* dan *off-page*. Posisi **SEO Content/Copy Writer** dalam tim bertugas untuk membuat artikel yang memenuhi kriteria agar dapat terindeks oleh *search engine* dan juga “ramah dibaca” oleh manusia. Kemudian tim SEO juga memiliki **SEO Link Builder** yang bertugas untuk “menyebarkan” *link* halaman di *website-website* tertentu. Untuk saat ini, KUDO hanya memiliki seorang *SEO Specialist*.

2.1.3. Metodologi Pelaksanaan

Pada praktiknya, SEO bekerja dalam tiga fase, yaitu *keyword research*, *SEO on-page*, dan *SEO off-page*. Pada bagian ini akan dibahas tiap fase pekerjaan seorang *SEO specialist*.

2.1.3.1. Keyword Research

Dalam mengoptimasi sebuah *website*, kita tidak hanya memikirkan bagaimana meningkatkan jumlah pengunjung serta *traffic* pada *website*, tetapi juga bagaimana mendapatkan pengunjung yang tepat. Pada fase ini, *SEO Specialist* menyusun dan menentukan siapa target “pasar” pada *search engine* dan apa *keyword* yang potensial yang akan digunakan oleh *si* target. *Keyword* yang akan ditentukan bergantung pada jenis *user* kita. KUDO memiliki jenis *user* “agen” dan “pelanggan”. Oleh karena itu, KUDO harus menyiapkan *keyword* yang tepat untuk masing-masing jenis *user*. Selama kerja praktik, pelaksana kerja praktik turut membantu dalam membuat beberapa *keyword*.

2.1.3.2. SEO On-Page

Fase selanjutnya ialah *SEO on-page*. Pada dasarnya, apa yang SEO lakukan ialah membuat *website* lebih teroptimasi dan “terkenal” di kalangan jenis *user*-nya. Untuk mengoptimasi sebuah *website*, kita dapat melakukan perbaikan atau memaksimalkan *website* dari bagian internal atau juga eksternal. Pada fase ini, SEO melakukan “pengecekan” dan improvisasi pada internal *website* yang akan “dipopulerkan” sehingga nantinya akan ada banyak koordinasi dengan *web developer* yang memiliki wewenang dalam mengembangkan *website* perusahaan secara langsung. Improvisasi yang dimaksud ialah perbaikan pada struktur *website*, seperti metadata dsb. Di sini, pelaksana kerja praktik mencoba untuk melakukan koreksi pada struktur metadata yang ada pada *website shop.kudo.co.id*. metadata yang dikoreksi ialah pada bagian *meta description* dan *meta title*. Dalam proses koreksi, pelaksana kerja praktik

melakukan *benchmarking* kepada *website-website e-commerce* yang sudah memiliki struktur meta data yang baik dan benar, seperti Zalora, Tokopedia, dsb.

2.1.3.3. SEO Off-Page

Jika kita sudah memiliki “kualitas” struktur *website* yang baik, maka sudah saatnya kita “pamerkan” atau populerkan kepada khalayak agar pengunjung dan juga pengguna yang kita targetkan meningkat. SEO *off-page* dapat dilakukan setelah fase SEO *on-page*. Namun pada praktiknya, tidak ada aturan baku yang mengatur mengenai hal ini sehingga boleh saja SEO *on-page* dan *off-page* dilakukan secara paralel seperti yang KUDO lakukan. SEO *off-page* dapat dilihat hasilnya dari peringkat pada SERP Google.

Pada dasarnya, mengoptimasi sebuah *website* ialah dengan memperkaya konten yang ada di dalam *website* itu sendiri (Perayapan & Pengindeksan, t.thn.). Kemudian “sebar” *link website* kita agar Google semakin “mengenalinya”. Istilah untuk pekerjaan tersebut ialah *link building*. Selama masa kerja praktik, pelaksana mengerjakan *link building* dengan mengumpulkan *website* dengan tema, nilai *Domain Authority* (DA), dan nilai *Page Authority* (PA) tertentu. *Link building* dilakukan dengan *backlink* melalui artikel di *website* yang sesuai kriteria tim SEO untuk implementasi strategi SEO-nya (Link Building - How to Build Links for Free, t.thn.). Proses pertama yang dilakukan ialah dengan mengumpulkan *website-website* tersebut, kemudian menghubungi pengelola untuk melakukan kerjasama dalam memberikan *backlink*. Setelah pihak *partner* memberikan *backlink* melalui artikel yang ia *post* pada websitenya, kita cek *url* postingan tersebut untuk memastikan bahwa artikel telah terindeks di dalam Google SERP dengan menggunakan Google Webmaster. Jika artikel tidak terindeks, artikel tidak akan masuk ke dalam SERP sehingga *backlink* tidak akan terhitung.

2.1.4. Teknologi

Dalam melakukan *keyword research*, *on-page*, dan *off-page*, SEO memerlukan *tools* yang dapat digunakan untuk menunjang hasil kerjanya. Beberapa *tools* tersebut ialah Google Webmasters, Moz, dan Ahref. Dalam berkoordinasi untuk menyelesaikan pekerjaan, digunakan Slack. Fungsi dari setiap *tools* akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.

2.1.4.1. Google Webmasters

Google Webmasters adalah sebuah produk dari Google yang membantu kita para *web developer* atau pemilik *website* untuk *keep in track* performa *website* kita (Google Webmasters, t.thn.). Selama kerja praktik, pelaksana menggunakan Google Webmasters untuk mengecek apakah artikel yang memuat *backlink* terhadap *website* sudah terindeks atau belum. Selain itu, pelaksana kerja praktik juga melakukan permintaan kepada Google untuk *crawl website* yang diinginkan agar “cepat” terindeks.

2.1.4.2. Moz

Sebuah produk yang relatif lengkap dalam menunjang pekerjaan seorang SEO. Dengan Moz, kita dapat mengukur nilai Page Authority, Domain Authority, Spam, dan hal lainnya sebuah *website* (MOZ, t.thn.). Dengan fitur ini, pelaksana kerja praktik melakukan “penilaian” terhadap *website* yang akan diajak “kerja sama” untuk melakukan *link building*. Moz juga menyediakan wadah untuk para SEO belajar lebih dalam mengenai dunia SEO beserta perkembangannya. Moz merupakan produk *freemium* sehingga jika kita ingin melakukan “lebih” banyak hal dengan fitur-fitur yang ada, kita harus membeli lisensi. Kita juga dapat melihat seberapa banyak domain *website* yang memberikan *backlink* kepada *website* kita dengan fitur *backlink research*.

2.1.4.3. Ahref

Ahref merupakan sebuah produk yang memiliki seperangkat alat untuk menunjang kerja SEO (ahrefs, t.thn.). Kelebihannya, kita dapat mengetahui prediksi posisi kita pada SERP dengan melihat nilai *URL Rating* (UR) *website* kita. Nilai UR didapatkan dari *algoritma-mirip-Page-Rank-Google* yang Ahref buat. UR ini menunjukkan seberapa kuat *url website* yang kita miliki. Dengan ini pelaksana kerja praktik mendapatkan gambaran perkiraan posisi *website* perusahaan pada SERP Google.

2.1.4.4. Slack

Slack adalah sebuah aplikasi kategori produktivitas yang dapat menunjang komunikasi antar anggota tim dalam sebuah divisi atau perusahaan (Slack, t.thn.). Pelaksana kerja praktik gunakan untuk berkomunikasi dengan anggota divisi lainnya.

2.2. Analisis

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai apa yang berbeda dengan KAKP, apa yang pelaksana kerja praktik lakukan serta mata kuliah yang relevan dengan pekerjaan pelaksana kerja praktik.

2.2.1 Pelaksanaan Kerja Praktik

Perbedaan yang terdapat dengan KAKP ialah masa berakhirnya kerja praktik. Pelaksana kerja praktik lebih dahulu menyelesaikan masa kerja praktiknya satu minggu lebih awal dari yang direncanakan karena pelaksana kerja praktik kurang memperhitungkan dengan baik antara waktu kerja praktik dan waktu liburan yang ada. Berhubung pelaksana kerja praktik tidak terikat pada sebuah proyek, maka masa kerja praktik dapat dipercepat tanpa masalah.

Selama melaksanakan kerja praktik, pelaksana mempelajari bagaimana struktur sebuah *web* yang baik karena SEO *Specialist* memberikan

SEO *Recommendation* terlebih dahulu kepada tim *web developer* di KUDO sebelum mengimplementasikan strategi SEO. Dari rekomendasi yang diberikan, dapat dilihat bahwa sebuah *web* yang baik harus memiliki setidaknya *tag h1*, meta data untuk *title* dan *description* yang representatif pada *landing page*, terdapat *keyword* dari hasil riset di fase *keyword research* pada *meta description*, menempatkan segala direktori dalam satu domain (tidak ada lagi subdomain yang digunakan, hal ini ditujukan untuk membuat optimasi lebih efisien), memiliki SEO *textbox* untuk memperkaya konten pada halaman produk, *url* yang bersih (link dalam bentuk yang dapat dibaca dengan mudah, misalnya <http://kudo.co.id/nama-produk>), memasang SSL pada *url*, dan hal lain yang berhubungan dengan teknis dalam pengembangan sebuah *website*.

Pada fase *on-page optimization*, pelaksana kerja mempelajari bagaimana melengkapi sebuah *meta description* dan juga *meta title* sebuah halaman *web*. Peran kedua meta data ini sangat penting karena ini salah satu faktor yang dapat mengarahkan *user* untuk membuka halaman *website* tersebut. Ilustrasi mengenai *meta description* dan *meta title* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Ilustrasi tampilan meta description dan meta title pada SERP

SEO *Specialist* memiliki kriteria tersendiri untuk *website* yang akan memberikan *backlink*. Pelaksana membantu untuk menilai *website* yang akan memberikan *backlink* pada fase *off-page optimization*. Penilaian dilakukan menggunakan *tools* bernama ahrefs dan moz. Dari kedua *tools* ini akan diambil nilai *Page Authority* (PA) dan *Domain Authority* (DA) yang merupakan salah satu komponen penilaian *web* untuk *backlink*.

Kendala yang dihadapi ialah pekerjaan yang kurang tinggi tingkat kesulitannya. Karena KUDO baru menerapkan SEO, maka untuk SEO *Specialist* masih terdapat banyak pekerjaan rumah (PR) sehingga masih sulit juga untuk “berbagi” tugas dengan pelaksana kerja praktik. Untuk menanganinya, SEO *Specialist* menerangkan serta mencontohkan dan mengizinkan pelaksana kerja praktik untuk melakukan beberapa pekerjaannya.

KUDO merupakan sebuah tempat yang sangat menyenangkan untuk belajar. Lingkungan yang mendukung untuk berkembang serta feedback yang didapat sangat konstruktif. Selain itu, KUDO juga tidak membedakan perlakuan para pekerja magang dengan pekerja tetap.

2.2.2 Relevansi dengan Perkuliahan di Fasilkom UI

Search Engine Optimization merupakan sebuah pekerjaan yang membutuhkan pengetahuan dasar yang dipelajari oleh mahasiswa ilmu komputer. Untuk melakukan pekerjaan ini, seorang *SEO Specialist* dan posisi dalam tim SEO lainnya harus memiliki pengetahuan dalam hal *web programming*. Ketika melakukan *SEO on-page*, kita akan “membedah” struktur *internal website* yang kemudian memberikan rekomendasi kepada *web developer* untuk diperbaiki sebelum mengimplementasi strategi SEO. Hal ini sulit dilakukan jika *SEO Specialist* tidak memiliki pengetahuan dasar mengenai pemrograman *web*.

Selain itu, seorang SEO juga harus dapat mengerti cara sebuah *search engine* bekerja. Hal ini dapat dipelajari pada mata kuliah *Information Retrieval* karena salah satu aplikasinya ialah *search engine*. Keuntungan yang didapatkan ialah seorang *SEO specialist* dapat dengan mudah memahami dan mempelajari bagaimana ide Google melakukan pengindeksan terhadap dokumen. Google menggunakan algoritma *PageRanking* dalam melakukan pengurutan *website*. Asumsikan halaman A memiliki halaman T1...Tn. Parameter d adalah angka probabilitas seseorang untuk masuk ke halaman selanjutnya yang bernilai antara 0 dan 1 (The Google Pagerank Algorithm and How It Works, 2002). Biasanya ditentukan nilai d sebesar 0.85. C(A) adalah sejumlah eksternal link yang ada di halaman A. *PageRank* dari halaman A terlihat pada Tabel 1:

Tabel 1. Rumus algoritma PageRank (*The Google Pagerank Algorithm and How It Works, 2002*)

$PR(A) = (1-d) + d (PR(T1)/C(T1) + \dots + PR(Tn)/C(Tn))$ <p>PR = Page Rank</p>
--

PageRank atau PR dapat dihitung menggunakan algoritma iteratif sederhana, dan berhubungan dengan prinsip eigenvector dari matriks *link web* yang telah dinormalisasi.

Selain itu, mata kuliah Jaringan Komputer dan Sistem Terdistribusi juga berguna untuk mengetahui tentang penggunaan URL dan *redirection* sebuah *url*.

Mungkin masih ada beberapa mata kuliah lainnya yang belum pelaksana kerja praktik ketahui, yang mempelajari mengenai bagaimana sebuah *website* bekerja pada *search engine*.

BAB 3

PENUTUP

2.3 Kesimpulan

Kerja praktik dilaksanakan selama sembilan minggu. Pada kesempatan kali ini, pelaksana kerja praktik untuk pertama kalinya mendapatkan pengalaman kerja langsung di dalam sebuah perusahaan yang sedang berkembang. Pelaksana kerja praktik ditempatkan di divisi Digital Marketing sebagai *SEO Specialist intern*. SEO memiliki tiga fase kerja. Pelaksana kerja praktik turut membantu pekerjaan dalam setiap fasenya, mulai dari fase *keyword research*, *off-page optimization*, hingga *on-page optimization*. Pada tahap *keyword research*, pelaksana kerja praktik melakukan riset untuk *keyword* yang akan digunakan di pada fase *off-page optimization*. *Keyword* tersebut akan dimuat di dalam meta data.

Pada tiap fase, pelaksana kerja praktik menggunakan *tools* untuk mempermudah pekerjaannya, seperti Moz, ahrefs, dan Google Webmasters. Masing-masing *tools* digunakan untuk tujuan yang berbeda.

Pelaksana kerja praktik mendapatkan banyak hal yang belum pernah didapatkan bahkan tidak dapat ditemukan di kampus. Hal-hal berkaitan dengan cara bekerja dengan profesional, belajar untuk mempertanggungjawabkan semua yang menjadi pekerjaannya, bagaimana cara mempertahankan pendapat ketika sedang berdiskusi di dalam forum dalam suasana kerja yang profesional, dan hal menarik lainnya.

Dari kesempatan kerja praktik kali ini juga, pelaksana teryakinkan bahwa SEO adalah sebuah pekerjaan yang dapat ia nikmati ke depannya sehingga kini pelaksana kerja praktik sudah terbilang menemukan kecintaannya pada pekerjaan SEO.

2.4 Saran

2.4.1 Saran Untuk Mahasiswa

Mahasiswa calon pelaksana kerja praktik harus terus memperbaharui informasi mengenai kesempatan magang. Tidak hanya mencari-cari melalui website perusahaan, namun juga sebaiknya aktif bertanya kepada senior yang bekerja pada perusahaan yang “diincar” agar tidak tertinggal informasi. Selain itu, mahasiswa harus menjadikan kesempatan kerja praktik ini untuk menemukan *passionnya* dalam berkarya. Jangan sampai “asal” mendaftar suatu posisi tanpa mempertimbangkan kompetensi yang dimiliki.

2.4.2 Saran Untuk Dosen

Sebaiknya dosen memfasilitasi mahasiswa untuk berkonsultasi dalam menentukan posisi yang hendak dicari. Agar nantinya, mahasiswa dapat lebih yakin dan mudah dalam menentukan posisi apa yang akan ia jalani selama masa kerja praktik. Selain itu, kejelasan mengenai dokumentasi-dokumentasi yang dibutuhkan sebelum kerja praktik dimulai juga sangat penting. Jangan sampai hal ini menjadi kendala bagi para mahasiswa untuk memulai masa kerja praktiknya.

DAFTAR REFERENSI

- (n.d.). Retrieved from Google Webmasters:
https://www.google.com/webmasters/#?modal_active=none
- (n.d.). Retrieved from MOZ: <https://moz.com/products>
- (n.d.). Retrieved from ahrefs: <https://ahrefs.com>
- (n.d.). Retrieved from Slack: <https://slack.com>
- How Search Engine Works.* (n.d.). Retrieved from Computer Hope:
<http://www.computerhope.com/jargon/s/searengi.htm>
- Link Building - How to Build Links for Free.* (n.d.). Retrieved from WordStream:
<http://www.wordstream.com/link-building>
- Nisha, & singh, D. P. (2014). A Review Paper on SEO based Ranking of Web Documents. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 1136-1140.
- Perayapan & Pengindeksan.* (n.d.). Retrieved from Google Di Balik Penelusuran:
<https://www.google.com/insidesearch/howsearchworks/crawling-indexing.html>
- Saravanakumar, D. S., Ramnath, K., Ranjitha, R., & V.G.Gokul. (2012). A New Methodology for Search Engine Optimization without getting Sandboxed. *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering*, 472-476.
- Search Engine.* (n.d.). Retrieved from searchmetrics:
<http://www.searchmetrics.com/glossary/search-engine/>
- Sobek, M. (2003). *The PageRank Algorithm*. Retrieved from eFactory:
<http://pr.efactory.de/e-pagerank-algorithm.shtml>

Sullivan, D. (2007, April 26). *What Is Google PageRank? A Guide For Searchers & Webmasters*. Retrieved from Search Engine Land:
<http://searchengineland.com/what-is-google-pagerank-a-guide-for-searchers-webmasters-11068>

The Google Pagerank Algorithm and How It Works. (2002). Retrieved from
<http://www.sirgroane.net/google-page-rank/>

LAMPIRAN 1

KERANGKA ACUAN KERJA PRAKTIK

[Selipkan KAKP pada halaman-halaman setelah halaman ini.

**Gunakan PDFMerge atau lainnya untuk melakukan hal
tersebut/*rearrange* halaman-halaman pada PDF]**

LAMPIRAN 2

LOG KERJA PRAKTIK

[Selipkan LOG KP pada halaman-halaman setelah halaman ini.

**Gunakan PDFMerge atau lainnya untuk melakukan hal
tersebut/*rearrange* halaman-halaman pada PDF]**