

## PELATIHAN OPTIMASI SEO UNTUK KEYWORD NAVIGASIONAL PADA LANDING PAGE

A. R. Prasetyo<sup>1\*</sup>, C. R. Agrina<sup>2</sup>, M. O. O. Youhan<sup>3</sup>, D. D. Andhara<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Digitalisasi telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, termasuk dalam layanan kesehatan. Teknologi digital, seperti mesin pencari dan aplikasi, mempermudah masyarakat menemukan informasi medis, lokasi, layanan, hingga ulasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi optimasi mesin pencari (SEO) berbasis keyword navigasional pada landing page dalam meningkatkan visibilitas digital dan daya saing Sutarman Dental Care. Keyword navigasional, seperti "Dokter Gigi Samarinda," dipilih melalui riset dengan Google Keyword Planner berdasarkan volume pencarian tinggi dan tingkat persaingan rendah. Pelatihan dilakukan secara partisipatif, melibatkan tim klinik dalam pengembangan landing page yang efektif, optimasi on-page SEO, serta technical SEO. Strategi ini mencakup penempatan kata kunci pada judul, meta description, alt text, dan memastikan struktur URL yang efisien serta responsif di perangkat mobile. Hasil implementasi menunjukkan peningkatan peringkat keyword di mesin pencari, yang berdampak signifikan pada peningkatan traffic organik berkualitas dan konversi calon pasien. Studi ini menegaskan bahwa kombinasi desain landing page yang strategis dan optimasi SEO yang optimal dapat menjadi model efektif bagi penyedia layanan kesehatan. Studi ini memberikan manfaat bagi klinik gigi dalam memahami dan menerapkan strategi SEO yang tepat guna meningkatkan daya saing di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penyedia layanan kesehatan lainnya dalam mengoptimalkan visibilitas digital guna meningkatkan aksesibilitas dan kepercayaan pengguna. Dengan perencanaan matang dan evaluasi berkala, strategi ini memungkinkan klinik bersaing secara efektif dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci :** Landing Page, SEO Navigasional, Dental Care

### ABSTRACT

Digitalization has changed the way people access information, including in healthcare. Digital technologies, such as search engines and apps, make finding medical information, locations, services, and user reviews easier for people. This study analyses search engine optimization (SEO) strategies based on navigational keywords on the landing page to improve Sutarman Dental Care's digital visibility and competitiveness. Navigational keywords, such as "Dentist Samarinda," were selected through research with Google Keyword Planner based on high search volume and low competition. The training was conducted in a participatory, involving the clinic team in developing effective landing pages, on-page SEO optimization, and technical SEO. These strategies include keyword placement in the title, meta description, and alt text and ensuring efficient and responsive URL structure on mobile devices. The implementation results showed an increase in keyword rankings in

---

<sup>1</sup> Dosen Pemasaran Digital, Sekolah Vokasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, 45363, Kabupaten Sumedang, andreas@unpad.ac.id

<sup>2</sup> Dosen Pemasaran Digital, Sekolah Vokasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, 45363, Kabupaten Sumedang, camelia@unpad.ac.id

<sup>3</sup> Mahasiswa Pemasaran Digital, Sekolah Vokasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, 45363, Kabupaten Sumedang, muhammad20126@unpad.ac.id

<sup>4</sup> Mahasiswa Pemasaran Digital, Sekolah Vokasi, Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, 45363, Kabupaten Sumedang, dhruvatara20001@unpad.ac.id

search engines, which significantly impacted increasing quality organic traffic and conversion of prospective patients. This study confirms that combining strategic landing page design and optimal SEO optimization can be effective for healthcare providers. In addition, the results of this study can serve as a reference for other healthcare providers in optimizing digital visibility to increase user accessibility and trust. With careful planning and regular evaluation, this strategy enables clinics to compete effectively in an increasingly competitive digital ecosystem.

**Keywords :** Landing Page, Navigational SEO, Dental Care

## **1. PENDAHULUAN**

Digitalisasi telah merubah cara masyarakat dalam mendapatkan informasi, di mana hampir setiap individu kini mampu menggunakan perangkat digital untuk mengakses informasi secara lebih luas dan praktis (Hidayat, 2023), tidak terkecuali dalam aspek pelayanan kesehatan. Pentingnya keselarasan antara digitalisasi dan strategi utama perusahaan menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing di era Industri 4.0, di mana teknologi mendorong masyarakat untuk semakin akrab dengan penggunaannya, salah satunya di sektor kesehatan (Ghobakhloo & Fathi, 2019). Aplikasi kesehatan digital, seperti mobile health, tidak hanya menyediakan informasi medis tetapi juga mendorong peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat. Adopsi teknologi tersebut tentunya dapat memberikan dampak yang positif dalam segi aspek manajemen bisnis (Azieva et al., 2021). Dengan ketersediaan yang luas dan aksesibilitas yang mudah, aplikasi ini menjadi sarana edukasi kesehatan yang efektif bagi masyarakat (Permatasari, 2021). Dalam konteks klinik gigi, kehadiran digital melalui situs web, media sosial, dan aplikasi mempermudah calon pasien untuk mengetahui lokasi, layanan, hingga ulasan dari pengguna lain. Data menunjukkan bahwa lebih dari 70% masyarakat di seluruh dunia memanfaatkan mesin pencari, aplikasi, atau media sosial untuk mencari informasi kesehatan. Hal ini menandakan adanya perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Dengan tingginya penggunaan internet dan perangkat mobile, akses terhadap informasi kesehatan menjadi lebih cepat dan praktis, sehingga mendukung individu dalam membuat keputusan yang lebih bijak terkait kesehatan mereka (Prasastin et al., 2023). Dengan demikian, optimalisasi digital menjadi kebutuhan penting untuk memastikan klinik seperti Sutarman Dental Care dapat menjangkau calon pasien secara efektif.

Salah satu elemen penting dalam strategi digital adalah landing page, yang berfungsi sebagai pintu masuk pertama bagi pengguna saat mengunjungi situs web. Landing page adalah salah satu elemen penting dalam strategi digital yang berperan sebagai titik awal interaksi pengguna saat mengakses sebuah situs web. Dengan desain yang baik, landing page tidak hanya menciptakan kesan pertama yang positif, tetapi juga efektif dalam mengonversi pengunjung menjadi pengguna atau pelanggan. Halaman ini dirancang khusus untuk menerima pengunjung dari berbagai sumber, seperti iklan, email, atau media sosial, dengan tujuan utama mendorong tindakan tertentu yang disebut "call to action" (CTA). Penelitian menunjukkan bahwa landing page yang dioptimalkan dapat meningkatkan konversi hingga 300% (Rahmatul Ilmi, 2021). Agar lebih efektif, landing page harus didukung oleh strategi optimisasi mesin pencari (SEO), khususnya untuk keyword navigasional. Keyword navigasional adalah kata kunci yang digunakan oleh pengguna untuk menuju ke situs web tertentu atau mencari informasi spesifik tentang merek atau produk. Biasanya, kata kunci ini mencakup nama merek, nama produk, atau istilah yang berkaitan dengan layanan yang ditawarkan. Pengguna yang menggunakan jenis kata kunci ini umumnya sudah mengenal merek atau produk yang dicari, sehingga memiliki potensi konversi yang lebih tinggi (Permatasari et al., 2023). Hal tersebut diharapkan dapat menarik perhatian calon pasien.

Optimalisasi SEO untuk keyword navigasional menjadi langkah strategis yang memungkinkan Sutarman Dental Care tampil di hasil pencarian teratas, sehingga mempermudah calon pasien menemukan informasi yang mereka butuhkan. Dengan mengoptimalkan penggunaan keyword ini, klinik dapat meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari seperti Google (Sukmana et al., 2023). Selain itu, strategi ini memberikan transparansi dan kemudahan akses, yang pada akhirnya dapat

meningkatkan pengalaman pengguna dan membangun kepercayaan terhadap layanan yang ditawarkan (Harahap et al., 2023).

Namun, efektivitas landing page dan strategi SEO bergantung pada perencanaan dan implementasi yang matang. Landing page harus dirancang tidak hanya untuk estetika, tetapi juga untuk mendukung kebutuhan informasi calon pasien. Dengan memadukan desain landing page yang fungsional dan implementasi SEO yang tepat, Sutarman Dental Care dapat meningkatkan peringkat pencariannya di mesin pencari, menarik lebih banyak pasien, dan memperkuat daya saingnya di era digital (Tsabita & Sugandi, 2022). Strategi ini diharapkan dapat menjadi kunci dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor layanan kesehatan.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan pada Sutarman Dental Care yang merupakan bagian dari Tugas Akhir ini dirancang untuk mengoptimalkan strategi digitalisasi dan pemasaran dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing klinik. Kegiatan pelatihan ini mencakup beberapa tahapan, yaitu rancangan re-branding, pengelolaan content marketing, media advertising, panduan penggunaan dasbor iklan digital, pengembangan landing page serta implementasi SEO, hingga implementasi Meta Ads dan Google Ads. Setiap tahapan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, melibatkan tenaga profesional klinik dalam proses pelatihan agar mereka dapat memahami dan mengaplikasikan teknologi serta strategi pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan klinik. Pelatihan ini juga difokuskan pada peningkatan kemampuan tracking dan measurement untuk memastikan efektivitas dari seluruh strategi yang diterapkan.

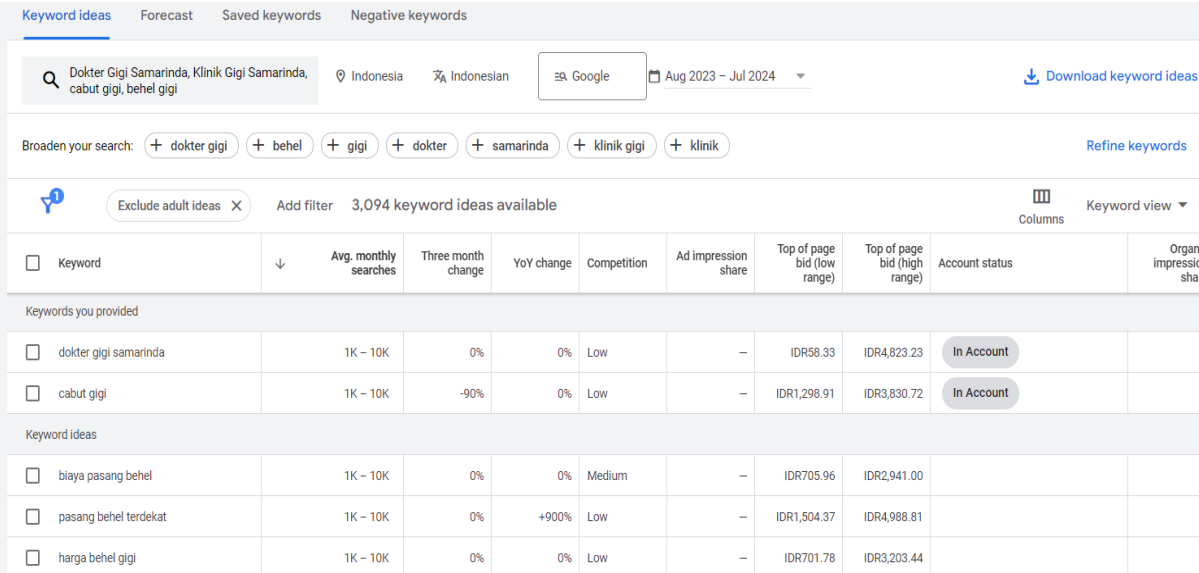
Metode Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan ini dilaksanakan secara bertahap selama empat bulan, dari Maret hingga Juni, dengan pembagian kegiatan mingguan yang terstruktur. Pada tahap awal, peserta mengikuti orientasi dan penyusunan strategi digital, termasuk analisis kondisi online Sutarman Dental Care dan pemetaan target audiens. Minggu berikutnya difokuskan pada pengembangan platform digital, seperti pembuatan dan optimalisasi landing page berbasis UX/UI serta penerapan SEO on-page untuk meningkatkan visibilitas. Selanjutnya, peserta mendalami strategi peningkatan trafik organik dan branding melalui pembuatan konten edukatif, pengelolaan media sosial, optimalisasi Google My Business, serta penerapan SEO off-page melalui backlink berkualitas. Pada tahap akhir, peserta mempelajari implementasi iklan digital melalui Google Ads dan Meta Ads, menyusun strategi iklan berbayar, serta melakukan A/B testing untuk menentukan format iklan yang optimal. Evaluasi performa dilakukan dengan menganalisis data trafik dan konversi guna menyusun strategi keberlanjutan. Pelatihan ditutup dengan presentasi hasil implementasi serta penyusunan rencana jangka panjang untuk digital marketing Sutarman Dental Care. Dengan metode ini, peserta dapat memahami, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi pemasaran digital secara bertahap, meningkatkan keterjangkauan layanan bagi masyarakat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi SEO untuk *keyword* navigasional pada landing page Sutarman Dental Care menunjukkan dampak yang signifikan dalam meningkatkan visibilitas digital dan menarik lebih banyak calon pasien. Landing page dirancang secara strategis untuk menjadi penghubung utama antara iklan digital dan tindakan yang diinginkan, seperti menghubungi klinik melalui WhatsApp. Struktur landing page mencakup elemen-elemen penting seperti heading dengan *call-to-action* (CTA), layanan yang ditawarkan, dokumentasi visual, lokasi klinik melalui Google Maps, testimoni pelanggan, serta artikel atau blog yang dioptimalkan untuk mendukung SEO. Struktur ini dirancang tidak hanya untuk memberikan informasi yang relevan, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan calon pasien terhadap klinik (Hasyim, 2024).

## Pelatihan Optimasi Seo Untuk Keyword Navigasional Pada Landing Page

Sebagai bagian dari proses optimalisasi SEO, langkah pertama yang dilakukan adalah riset kata kunci untuk menentukan *keyword* navigasional yang paling relevan. Riset ini menggunakan alat seperti Google *Keyword Planner* dan analisis XML Sitemap dari situs kompetitor. Hasilnya, *keyword* seperti “Dokter Gigi Samarinda,” “Klinik Gigi Samarinda,” “Behel Gigi,” dan “Cabut Gigi” dipilih berdasarkan volume pencarian yang tinggi dan tingkat persaingan yang rendah. Kata kunci ini dinilai strategis karena relevan dengan layanan yang ditawarkan oleh Sutarman Dental Care dan dapat meningkatkan traffic organik yang berkualitas.



The screenshot shows the Google Keyword Planner interface. The search query is "Dokter Gigi Samarinda, Klinik Gigi Samarinda, cabut gigi, behel gigi" for Indonesia. It displays a table of keyword ideas with columns for Keyword, Avg. monthly searches, Three month change, YoY change, Competition, Ad impression share, Top of page bid (low range), Top of page bid (high range), Account status, and Organi impressio shar.

Keyword	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account status	Organi impressio shar
Keywords you provided									
<input type="checkbox"/> dokter gigi samarinda	1K - 10K	0%	0%	Low	-	IDR58.33	IDR4,823.23	In Account	-
<input type="checkbox"/> cabut gigi	1K - 10K	-90%	0%	Low	-	IDR1,298.91	IDR3,830.72	In Account	-
Keyword ideas									
<input type="checkbox"/> biaya pasang behel	1K - 10K	0%	0%	Medium	-	IDR705.96	IDR2,941.00		-
<input type="checkbox"/> pasang behel terdekat	1K - 10K	0%	+900%	Low	-	IDR1,504.37	IDR4,988.81		-
<input type="checkbox"/> harga behel gigi	1K - 10K	0%	0%	Low	-	IDR701.78	IDR3,203.44		-

**Gambar 3.1** Pemilihan Target Keyword Menggunakan Google Keyword Planner di Lokasi Kegiatan Sutarman Dental Care

Gambar 3.1 merupakan pemilihan target keyword menggunakan Google *Keyword Planner*. Setelah menentukan keyword, langkah selanjutnya adalah mengelompokkannya berdasarkan tema atau kategori. Pendekatan ini mempermudah perencanaan konten yang relevan dan terarah, sekaligus mendukung pengoptimalan SEO pada berbagai halaman. Proses ini dapat dilakukan dengan bantuan Google Keyword Planner untuk memilih target keyword yang paling sesuai dengan tujuan dan audiens (Hasyim, 2024). Optimasi SEO pada landing page dilakukan melalui pendekatan on-page SEO. Teknik ini mencakup penempatan kata kunci pada judul (*title tag*), meta description, subjudul, dan awal paragraf, serta memastikan keyword muncul di 10% konten awal. Selain itu, gambar dan video pada landing page dioptimalkan dengan teks alternatif (*alt text*) yang mengandung kata kunci untuk meningkatkan peringkat di hasil pencarian gambar. Struktur konten juga dirancang menggunakan paragraf pendek, subjudul relevan, dan penggunaan angka dalam judul untuk meningkatkan keterbacaan dan daya tarik pengguna. Penerapan SEO tidak hanya terbatas pada konten landing page tetapi juga meluas ke artikel atau blog yang diterbitkan di situs web. Artikel seperti “Dokter Gigi Samarinda Terekomendasi” berhasil mendapatkan nilai SEO tinggi (90/100) dan jumlah views tertinggi, membuktikan bahwa konten berbasis keyword navigasional dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik calon pasien. Strategi ini juga melibatkan penggunaan blog sebagai sarana untuk memperkenalkan layanan tambahan sekaligus mendukung optimalisasi mesin pencari.

Selain on-page SEO, optimasi teknis atau technical SEO juga dilakukan untuk meningkatkan performa landing page. Langkah-langkah seperti memastikan panjang URL tidak melebihi 75 karakter, menambahkan tautan internal dan eksternal, serta memastikan tampilan situs responsif di perangkat mobile menjadi prioritas utama. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman

pengguna sekaligus memastikan bahwa landing page memenuhi standar algoritma mesin pencari seperti Google dan Bing. Setelah konten dan teknis SEO diterapkan, proses selanjutnya adalah memastikan halaman terindeks dengan baik di mesin pencari. Alat seperti Google Search Console dan Bing Webmaster Tools digunakan untuk melakukan crawling dan mengidentifikasi potensi masalah teknis yang dapat menghambat proses indexing. Hasilnya, landing page dan artikel-artikel blog berhasil diindeks dengan baik, meningkatkan peluang untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian.

Data hasil optimasi menunjukkan bahwa keyword navigasional seperti “Sutarman Dental Care” dan “Klinik Gigi Samarinda” berhasil menduduki peringkat yang baik di Google dan Bing. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan traffic organik yang signifikan ke situs web, yang juga berdampak pada peningkatan jumlah prospek dan konversi. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi keyword navigasional dengan desain landing page yang terstruktur memberikan hasil yang optimal. Selain itu, strategi ini membantu meningkatkan pertimbangan calon pasien terhadap Sutarman Dental Care. Dengan menyediakan informasi yang lengkap, terstruktur, dan mudah diakses, landing page berhasil menjadi alat pemasaran yang efektif. Testimoni pelanggan dan dokumentasi fasilitas klinik juga menambah elemen kepercayaan, yang menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan calon pasien. Secara keseluruhan, penerapan SEO untuk keyword navigasional pada landing page Sutarman Dental Care berhasil memberikan dampak positif yang nyata. Melalui perencanaan yang matang, implementasi terukur, dan evaluasi berkelanjutan, strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas digital tetapi juga daya saing klinik di tengah persaingan sektor layanan kesehatan. Pendekatan ini menjadi model yang relevan bagi penyedia layanan kesehatan lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan aksesibilitas dan kepercayaan konsumen.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **KESIMPULAN**

Penerapan strategi SEO berbasis keyword navigasional pada landing page Sutarman Dental Care terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas digital dan daya saing klinik. Riset kata kunci seperti "Dokter Gigi Samarinda" dan "Klinik Gigi Samarinda" berhasil mendongkrak peringkat di mesin pencari, yang berkontribusi pada peningkatan traffic organik yang relevan. Selain itu, struktur landing page yang mencakup call-to-action (CTA), testimoni pelanggan, dan artikel SEO-friendly berhasil menarik calon pasien serta membangun kepercayaan. Optimasi teknis, seperti responsivitas mobile dan struktur URL yang efisien, juga turut meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

##### **SARAN**

Agar strategi ini tetap optimal, evaluasi berkala perlu dilakukan untuk menyesuaikan dengan perubahan algoritma mesin pencari. Penyedia layanan kesehatan lainnya dapat mengadopsi model ini untuk meningkatkan aksesibilitas dan kualitas layanan mereka melalui digitalisasi, dengan memastikan penerapan SEO yang berkelanjutan dan relevan dengan tren pencarian pengguna.

##### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Sutarman Dental Care yang telah berkenan menjadi objek penelitian dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini. Dukungan dan informasi yang diberikan sangat membantu dalam memperkaya data serta mendukung analisis yang dilakukan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Padjadjaran atas kesempatan yang diberikan untuk

melaksanakan penelitian ini sebagai bagian dari tugas akademik. Fasilitas dan bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir sangat berperan penting dalam keberhasilan penelitian ini. Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Sutarman Dental Care dan pihak-pihak terkait lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Azieva, R. K., Tayamaskhanov, H. E., & Zelimkhanova, N. Z. (2021). *Assessing The Readiness Of Oil And Gas Companies For Digital Transformation*. 1852–1862. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2021.11.244>
- Ghobakhloo, M., & Fathi, M. (2019). Corporate survival in Industry 4.0 era: The enabling role of lean-digitized manufacturing. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(1), 1–30. <https://doi.org/10.1108/JMTM-11-2018-0417>
- Harahap, S. G., Ellynia, E., & Widjaja, A. (2023). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi intention masyarakat menggunakan platform telehealth pasca pandemi Covid-19. *Holistik Jurnal Kesehatan*, 17(2), 102–113. <https://doi.org/10.33024/hjk.v17i2.9155>
- Hidayat, A. (2023). UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN PUBLIK MELALUI DIGITALISASI PADA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PANDEGLANG. *JURNAL SATYA INFORMATIKA*, 8(01), 21–30. <https://doi.org/10.59134/jsk.v8i01.233>
- Muhammad Hasyim. (2024). Tantangan dan Peluang Pendidikan Kesehatan di Era Digital: Membangun Kesadaran Kesehatan Online. *Oshada*, 1(2), 16–24. <https://doi.org/10.62872/4kd2xy97>
- Permatasari, A. A., Lolita, D. C., & Chotimah, C. C. (2023). PERAN MEDIA DIGITAL DALAM UPAYA PROMOSI KESEHATAN UNTUK MENINGKATKAN KESEHATAN MASYARAKAT: TINJAUAN LITERATUR. *Zaitun (Jurnal Ilmu Kesehatan)*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.31314/zijk.v11i1.2033>
- Prasastin, O. V., Noor, F. A., Prastyoningsih, A., Gita, A. P. A., Surya, N. T., Pinto, S., & Moreira, A. (2023). Socialization of Android-Based Health Service System Application (Good Care) at Clinic of Wijaya Kusuma, Surakarta, Central Java, Indonesia and Becora Primary Health, Dili Province, Timor Leste. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 6(7), 2794–2804. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i7.10040>
- Rahmatul Ilmi, L. (2021). PEMANFAATAN MOBILE HEALTH GUNA Mendukung Edukasi Kesehatan Reproduksi Keluarga di Dusun Mejing Lor, Ambarketawang, Gamping, Sleman: Kegiatan ini memperkenalkan aplikasi reproduksi berbasis Android untuk meningkatkan pengetahuan tentang kesehatan reproduksi pada remaja dan keluarga di Dusun Mejing Lor, Ambarketawang, Gamping. *Indonesian Journal of Health Information Management Services*, 1(1). <https://doi.org/10.33560/ijhims.v1i1.6>
- Sukmana, M., Hamka, H., Muldani, A., Yuninda, D., Sonia, E., & Indah, M. S. (2023). Penguatan Pelayanan Kesehatan Nci Centre Kalimantan melalui Digitalisasi Pemasaran pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 6(4), 1335–1343. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v6i4.8867>
- Tsabita, R., & Sugandi, M. S. (2022). Analisis Kesenjangan Kepuasan dalam Pemanfaatan Situs Layanan Kesehatan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 321. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i3.4228>