

Tuomo Vitikainen

**Hakukoneoptimointi Javascript-viitekehyksellä toteutetussa
verkkosivustossa**

Tietotekniikan pro gradu -tutkielma

1. joulukuuta 2021

Jyväskylän yliopisto

Informaatioteknologian tiedekunta

Tekijä: Tuomo Vitikainen

Yhteystiedot: `tuomo.m.j.vitikainen@student.jyu.fi`

Ohjaajat: Lakanen, Antti-Jussi ja Zhidkikh, Denis

Työn nimi: Hakukoneoptimointi Javascript-viitekehyksellä toteutetussa verkkosivustossa

Title in English: Todo

Työ: Pro gradu -tutkielma

Opintosuunta: Kaikki opintosuunnat

Sivumäärä: 23+2

Tiivistelmä: Tiivistelmä

Avainsanat: SEO, SPA, Wordpress

Abstract: Tiivistelmä englanniksi

Keywords: SEO, SPA, Wordpress

Termiluettelo

Termi1

Termi1.

Termi2

Termi2

Taulukot

Taulukko 1. Komentomuutokset gradu2:sta gradu3:een	19
--	----

Sisältö

1	JOHDANTO	1
2	HAKUKONEET JA HAKUKONEOPTIMOINTI	2
3	HAKUKONEOPTIMOINTI	4
2.1	Hakukoneoptimointi	4
2.2	Hakukoneoptimoinnin keinot	4
2.2.1	Sisäinen	5
2.2.1	Ulkoinen	5
2.3	Sisäinen hakukoneoptimointi	5
3	WORDPRESS	6
2.1	Hakukoneoptimointi Wordpressissa	6
3	SPA-SOVELLUKSET	7
2.0.1	Avainsanojen optimointi	7
2.0.2	Sisältö	8
2.1	Ulkoinen hakukoneoptimointi	8
2.2	Tekninen hakukoneoptimointi	8
2.2.1	Robots.txt	8
2.2.2	Sivustokartta	9
2.2.3	Alt-attribuutti	9
2.2.4	Sisäinen linkitys	9
2.2.5	Sivuston nopeus	9
2.3	Wordpress	10
2.3.1	Hakukoneoptimointi Wordpressissä	10
2.4	Hakukoneoptimointi SPA-verkkosivuilla SPA-verkkosivut	10
2.5	Headless Wordpress	10
3	TUTKIMUS / HAKUKONEOPTIMOINTI SPA-VERKKOSIVUSTOLLA	11
4	HAKUKONEOPTIMOINTI SPA-VERKKOSIVUSTOLLA	12
3.1	Tutkimuksen rakenne Suunnittelutiede	12
3.2	Tekninen toteutus Tutkimusympäristö	13
3.3	Tulokset	13
4	TULOKSET/ANALYYSI	14
5	YHTEENVETO	15
	LÄHTEET	16
	LIITTEET	19
A	Siirtyminen gradu2:sta gradu3:een	19
B	Harvemmin tarvittavat ominaisuudet	20

1 Johdanto

Internet sisältää miljoonia eri verkkosivuja ja suuria määriä tietoja, ~~ovat~~ mistä johtuen hakukoneet pakollinen työkalu internetin käyttäjälle (Levene 2011). Hakukoneet ovat tärkeitä työkaluja internetin käyttäjien keskuudessa, sillä 93 prosenttia internetin liikenteestä tapahtuu hakukoneiden kautta (Egri ja Bayrak 2014). Hakukoneisiin liittyy olennaisesti myös verkkosivujen hakukoneoptimointi. Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan toimia, joilla verkkosivun näkyvyys paranee hakukoneissa Vuonna 2018 tehdyssä tutkimuksessa todettiin, että hakukoneoptimointi auttaa lisäämään yrityksen markkinaosuutta sekä parantamaan markkinoiden brändipääomaa, jolla taas on vaikutusta esimerkiksi tuotetietoisuuteen ja ostopäätöksiin (Bhandari ja Bansal 2018).

SPA-toteutuksia on kuitenkin moitittu huonosta hakukonenäkyvyydestä, ja esimerkiksi suomalainen webkehitysyhteisö vierityspalkki.fi on huomionnut asian artikkelissaan. Siksi onkin tärkeää tutkia, kuinka SPA-verkkosivustoissa hakukoneoptimointi kuuluisi tehdä, jotta sivu sijoittuisi hyvin hakukoneissa. SPA-sivustojen toteutustavan erotessa perinteisestä se tuo mukanaan myös eroavaisuuksia hakukoneoptimointiin, sillä esimerkiksi dynaaminen sisältö ei ole aina suoraan näkyvissä hakuboteille (Hammer, Bratterud ja Fagernes 2013). Muita käsiteltäviä erikoistapauksia on esimerkiksi 404-virhesivun näyttäminen. Pehmeäksi 404 sivuksi kutsutaan sivua, joka kertoo että sisältöä ei löydy mutta palauttaa silti 200 OK -statuskoodin (Prieto, Álvarez ja Cacheda 2013). Tämä aiheuttaa ongelmia hakukoneoptimoinnin kanssa.

Olen työssäni havainnut, että SPA-toteutukset ovat yleistyneet myös verkkosivustoissa, joihin useimmiten päädytään hakukoneiden kautta.

2 Hakukoneet ja hakukoneoptimointi

- Mitä hakukoneet tarkoittaa

Hakukoneella tarkoitetaan web-ohjelmaa, joka hakee käyttäjän hakusanojen perusteella verkkosivuja internetistä. Hakukoneilla on omat tietokantansa, joiden avulla ne palauttavat hakutuloksia. Internetin alkuaikoina ennen hakukoneita ylläpidettiin käsin listaa internetin palvelimista. Kuitenkin palvelinten yleistettyä ajantasaisen listan ylläpitäminen muuttui vaikeammaksi, joten tarve hakukoneille oli syntynyt. Ensimmäinen hakukone, nimeltään Archie, kehitettiin vuonna 1990 Alan Emtagen, Bill Heelan ja J. Peter Deutschin toimesta. Sen jälkeen hakukoneita on kehitetty kymmeniä. (Seymour, Frantsvog, Kumar ym. 2011) Googlen hakukone kehitettiin vuonna 1998, ja statcounter.com sivuston mukaan sillä on 86 prosentin markkinaosuus kaikista hakukoneista vuonna 2021. Toisena on hakukone nimeltään Bing 7.2 prosentin markkinaosuudella. (Desktop Search Engine Market Share Worldwide, statcounter.com)

- ~~Eri hakukoneita~~ – Toimintaperiaate

Hakukoneen toimintaperiaate perustuu internetissä olevien verkkosivustojen läpikäyntiin ja niistä löytyvän datan indeksointiin. Hakukone koostuu neljästä eri pääkomponentista, jotka ovat:

- Ryömiä (eng. crawler)
- Hakuindeksi (eng. search index)
- Kyselymoottori (eng. query engine)
- Käyttöliittymä

Käyttäjälle näkyvä osa hakukoneesta on käyttöliittymä. Käyttäjä voi syöttää hakukoneeseen yhden tai useampia hakusanoja. Kun kysely on tehty, hakutulokset ilmestyvät käyttöliittymään hakukoneen päättämässä järjestyksessä.

Ryömiällä (eng. crawler) tarkoitetaan järjestelmää, joka joukkolataa verkkosivustoja. Niillä on monia käyttötarkoituksia, mutta erityisen tärkeitä ne ovat hakukoneissa. Ryömiät toimivat automaattisesti niille annetun algoritmin perusteella, jonka perusajatuksena on ladata annettujen URL-osoitteiden sivut ja sivujen sisältämät hyperlinkit ja jatkaa **hyperlinkin**

[hyperlinkkien](#) osoittamille sivuille. (Olston ja Najork 2010)

[Ryömiöiden lataamien verkkosivujen hakusanat tallennetaan, eli niistä luodaan tietokanta eli hakuindeksi. Hakuindeksia tarvitaan, jotta kyselyt voivat palauttaa relevantteja, parametrien mukaisia hakutuloksia. Hakuindeksi sisältää kaikki verkkosivuilta löytyvät sanat aakkosjärjestyksessä, ja tätä tiedostoa kutsutaan indeksitiedostoksi. Jokainen sana sisältää viitteen sivustoihin, joilta kyseinen sana löytyy. Tätä tiedostoa taas kutsutaan postituslistaksi. \(eng. posting list\). Hakuindeksi sisältää myös erillisen linkkitietokannan. Linkkitietokannan avulla voidaan hahmottaa webin rakennetta ja lisäksi päätellä sen kattavuutta. Linkkien avulla tehtävä analyysi voi vaikuttaa sivuston sijoitukseen hakukoneissa.](#) (Levene 2011)

[Hakumoottori sisältää algoritmit, jonka avulla verkkosivuja haetaan indekseistä. Niiden tarkat toimintaperiaatteet eivät ole yleisesti julkaistua tietoa, sillä tällöin hakukonesijoitusta voisi manipuloida paremmaksi optimoimalla sivusto erityisesti hakukoneen algoritmia varten \(Levene 2011\). Googlen käyttämä verkkosivujen arvostelualgoritmi on nimeltään PageRank, jonka on raportoitu sisältävän yli 100 muuttujaa. \(Krrabaj, Baxhaku ja Sadrijaj 2017\). Esimerkiksi eräs keino on sivuston aihepiiriin liittymättömien sanojen viljely sisällössä tai metatiedoissa paremman hakukonesijoituksen toivossa. Useat hakukoneet kuitenkin tarkistavat tämän ja saattavat rankaista siitä poistamalla sivuston hakuindeksistä. Tällaista toimintaa kutsutaan Black Hat hakukoneoptimoinniksi.](#) (Enache ym. 2014)

- Orgaaniset hakutulokset vs mainonta

[Hakukonenäkyvyydellä on tärkeä rooli yritysten markkinoinnissa. Katseentunnistusjärjestelmiä hyödyntäen on tutkimuksissa pystytty osoittamaan, että ihmiset mieluiten klikkaavat ensimmäisiä tuloksia](#) (Lewandowski ym. 2018). On todettu, että noin 94 prosenttia ihmisistä katsovat vain ensimmäisen sivun hakutulokset läpi. 63 prosenttia ihmisistä taas katsoo vain 3 ensimmäistä hakutulosta. Ihmiset lähtökohtaisesti ennemmin muuttavat hakusanoja ja hakevat uudestaan, sen sijasta että etsisivät tuloksia toiselta sivulta. (Sharma ym. 2019)

3 Hakukoneoptimointi

2.1 Hakukoneoptimointi

- Optimoinnin käsite ja miksi tärkeää

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan verkkosivulle tehtyjä toimia, joilla voidaan parantaa sivun sijoitusta ja näkyvyyttä hakukoneissa. Sijoitukseen vaikuttavat monet eri tekijät, joista valtaosaan sivuston ylläpitäjä pystyy itse vaikuttamaan joko sivuston sisällön tai teknisen toteutuksen kautta.

Kaikki sivustolle tehtävät muutokset eivät kuitenkaan ole hyväksyttyjä, vaan hakukone saattaa rankaista vääristä toimista. Esimerkiksi Google saattaa poistaa selkeästi vilpillisiä tekniikoita käyttäneen sivuston hakemistostaan, ja lievemmistä rikkeistä antaa varoituksen. Tällaisia ei-suositulta keinoja kutsutaan black hat -tekniikoiksi. White hat tekniikat ovat sallittuja tekniikoita, jotka ovat kyseisen hakukoneen ohjeiston mukaisia. Black hat tekniikoista useimmiten käytetty on avainsanojen viljely, jossa sivustolle sijoitetaan suuri määrä hakusanoja paremman näkyvyyden toivossa. Hakusanat ovat sijoiteltu siten, että ne ovat vain hakukoneen nähtävissä, esimerkiksi jonkin muun elementin takana tai sijoiteltuna kuvien alt-tageihin. Hakukoneet kuitenkin nykyään erottavat sisällön jotka eivät selkeästi ole normaalin käyttäjän nähtävissä. (Malaga 2010) Toinen esimerkki tällaisesta tekniikasta on luoda ylimääräisiä sivustoja vain siinä käyttötarkoituksessa, että niistä lähtee linkkejä kohdesivustolle. (Sharma ym. 2019)

2.2 Hakukoneoptimoinnin keinot

Hakukoneoptimointi jaetaan usein kahteen eri osa-alueeseen, sivun sisäiseen ja sivun ulkoiseen hakukoneoptimointiin. Sivun sisäinen hakukoneoptimointi kattaa kaikki ne keinot, jotka sivuston ylläpitäjä itse pystyy tekemään hakukonenäkyvyytensä hyväksi. Tähän lukeutuu sivuston tekninen toteutus sekä kaikki sisältö, kuten teksti, kuvat ja hakusanat. (Sharma ym. 2019). Sivuston tekninen toteutus ratkaisee myöskin sivuston nopeuden. Vuodesta 2010 lähtien nopeus on ollut arvostelutekijä Googlen hakukoneella tehdyissä työpöytähaui-

sa, ja vuodesta 2018 lähtien myöskin mobiililaitteella tehdyissä hauissa (Osmani ja Grigorik 2019).

2.2.1 Sisäinen

2.2.1 Ulkoinen

2.3 Sisäinen hakukoneoptimointi

3 Wordpress

2.1 Hakukoneoptimointi Wordpressissa

Sisäistä hakukoneoptimointia pidetään tärkeimpänä osa-alueena, sillä se on pohja kaikelle optimoinnille ja siihen pystyy parhaiten itse vaikuttamaan.

3 SPA-sovellukset

2.0.1 Avainsanojen optimointi

Sisällönsuunnittelun alkuvaiheissa tulisi ottaa huomioon käytettävät avainsanat. Sivuston tulisi sisältää teemaan ja sivuston aihepiiriin sopivia avainsanoja, sillä käyttäjät käyttävät niitä hakukoneissa verkkosivustoja hakiessaan. Onkin huomioitava, että avainsanat on liitettävä verkkosivuston muuhun sisältöön. Avainsanoja mietittäessä on hyvä kiinnittää huomiota että ne eivät olisi liian laajoja, eivätkä kuitenkaan liian vaikeita. (Hui ym. 2012) Krrabajin, Baxhakun, Fesalin ja Dukagjin vuonna 2017 tekemässä tutkimuksessa saatiin hyviä tuloksia hakukonenäkyvyyden suhteen käyttämällä todennäköisiä hakufraaseja, jotka samalla sopivat sivuston aihepiiriin. (Krrabaj, Baxhaku ja Sadrijaj 2017).

Avainsanoja ei myöskään saa olla liikaa määrällisesti sivustolla, sillä se voidaan tulkita avainsanojen viljelyksi, jolloin sivuston sijoitus hakukoneissa voi jopa laskea. Avainsanatiheys määritetään yleensä prosentteina suhteessa muuhun sisältöön. Huin, Shigangin, Jinguan ja Janlin mukaan sopiva tiheys olisi noin 3-8 prosenttia.

Avainsanojen sijoittelulle on myös syytä kiinnittää huomiota. Olennaisia paikkoja hakukoneoptimoinnin kannalta on muun muassa sivuston otsikko, metatiedot ja metakuvaus, HTML-otsikot ja linkkitekstit. (Hui ym. 2012). HTML-merkintäkielessä on kuusi eri otsikkotyyppiä, joista H1-tagin on sivun pääotsikko, joka on merkitsevin ja joita kuuluu olla vain yksi per sivu. H6-tagilla taas merkataan vähiten merkitsevä otsikko. Otsikkojen käyttö luo myös sivun rakenteeseen hierarkiaa ja selkeän rakenteen. (Gupta ym. 2016) Tärkeä informaatio kannattaa aina kirjoittaa tekstinä kuvien sijasta, jolloin sisältö on myös hakukonebottien luettavissa (Davis 2006).

Verkkosivuston domain ja sen päätte vaikuttavat myös hakukonenäkyvyyteen. Esimerkiksi sana "video"domainin nimessä tuo etuja, kun käyttäjät hakevat verkkosivustoja liittyen videoihin. Yleiset domain-päätteet kuten .org, .net ja .en voivat vaikuttaa hakukonenäkyvyyteen positiivisesti. (Hui ym. 2012)

2.0.2 Sisältö

Verkkosivujen sisällön tulisi olla uniikkia, eikä muualta kopioitua tekstiä. Jos hakukoneen ryömiäjät löytävät selkeästi muualta kopioitua sisältöä, verkkosivuston sijoitus saattaa tipua. Optimaalinen tekstin suhde HTML-merkkintäkieleen tulisi olla 25 ja 75 prosentin välissä. (Mittal, Kirar ja Meena 2018)

Yleinen uskomus on, että sivuston sisältöjen päivittäminen auttaa hakukonesijoitukseen. On kuitenkin todettu, että sivusto voi sijoittua korkealle hakutuloksissa vaikka sisältöä ei aktiivisesti päivitetäisikään. Sisällön uudistuminen voi kuitenkin auttaa sivustoa saavuttamaan paremman hakukonenäkyvyyden, mutta sijoituksen pitäminen ei välttämättä vaadi tuoretta sisältöä. (Malaga 2010)

2.1 Ulkoinen hakukoneoptimointi

Hakukoneet ottavat huomioon sivustoon osoittavat linkit, jotka ovat olennainen osa hakukoneoptimointia kun tavoitellaan hyvää sijoitusta. Kuitenkaan pelkkä osoittavien linkkien määrä ei ole tärkein tekijä, vaan hakukoneista ainakin Googlen on todettu ottavan huomioon myös linkkien laatu. Google arvioi verkkosivustoja Page Rank -algoritmillä, ja arvostaa enemmän linkityksiä jotka tulevat verkkosivustoilta joilla on korkea Page Rank -pisteytys. (Malaga 2010). Ulkoisten linkitysten määrä yhdessä muodostavat linkkisuosion, ja suuresta suosiosta voidaan päätellä kyseessä olevan tärkeä sivu. Ulkoiset linkitykset esimerkiksi bannerien tai mainosten muodossa eivät ole algoritmien mielestä niin arvostettavia kuin tekstiviittaukset. (Patil Swati, Pawar ja Patil Ajay 2013)

2.2 Tekninen hakukoneoptimointi

Teknisillä optimointitekniikoilla tarkoitetaan toimia, jotka liittyvät verkkosivuston tekniseen toteutukseen. Laadukkaalla teknisellä toteutuksella varmistetaan muun muassa se, että hakukonebotit löytävät kaikki sivut jotka halutaan indeksoida.

2.2.1 Robots.txt

Robots.txt on palvelimelle asetettava tiedosto, joka asetetaan hakemiston juureen. Sen avulla voidaan kertoa hakukoneboteille, mitkä tiedostot niiden tulisi indeksoida ja mitkä ei. Esimerkiksi CSS-tyylitiedostoja, kuvakansioita tai käyttäjähallintasivuja ei usein haluta indeksoitavan, jotta ne eivät tulisi vastaan hakutuloksissa tavallisille käyttäjille. (Kumar 2013)

2.2.2 Sivustokartta

Sivustokartalla tarkoitetaan XML-muotoista tiedostoa, joka sisältää sivuston sisäisen rakenteen, kuten sivujen väliset linkitykset. Sivustokartan voi itse luoda ja sen jälkeen toimittaa hakukoneelle, jotta sivuston indeksointi nopeutuu. (Kumar 2013)

2.2.3 Alt-attribuutti

Alt-attribuutilla tarkoitetaan kuvan tekstivastinetta, jonka tulisi olla lyhyt selostus kuvan sisällöstä. Hakukoneet eivät näe kuvia, mutta alt-attribuutit ovat niiden indeksoitavissa. Alt-attribuuttien käyttö on erityisen tärkeää varsinkin silloin, kun kuvaa käytetään linkkinä. Attribuutin käyttö on tärkeää myöskin sivuston saavutettavuuden kannalta, sillä sen avulla myös ruudunlukuohjelmia käyttävät ihmiset saavat tietoonsa kuvan sisältämän informaation. (Slatin 2001)

2.2.4 Sisäinen linkitys

Verkkosivuston omia sivuja tulisi myös linkittää toisiinsa. Tämän voi toteuttaa esimerkiksi artikkelin loppuun lisättävällä artikkelinostolla, jossa on listattu muita vastaavanlaisia artikkeleita sivustolla, jotka saattaisivat kiinnostaa lukijaa. Sisäisten linkitysten avulla ryömijät pääsevät indeksoimaan verkkosivuston eri sivuja, ja lisäksi se helpottaa myöskin sivuston käyttäjien liikkumista sivustolla. Jokaisella sivulla tulisi myöskin olla linkki, joka johtaa takaisin etusivulle. (Hui ym. 2012)

2.2.5 Sivuston nopeus

Sivuston nopea toiminta mahdollistaa sen, että käyttäjä viettää sivustolla mahdollisimman pitkiä aikoja. Lisäksi sivuston nopeus on Googlessa sivuston pisteytykseen vaikuttava tekijä. Sivuston nopeuteen vaikuttaa suuri määrä tekijöitä sivuston toteutustavasta lähtien. Verkkosivustoa

voi optimoida nopeammaksi esimerkiksi käyttämällä vähän tilaa vieviä kuvaformaatteja, minifioimalla HTML-, JavaScript- ja tyylitiedostot ja poistamalla kaikki käyttämättä jäänyt lähdekoodi. (Egri ja Bayrak 2014)

2.3 Wordpress

2.3.1 Hakukoneoptimointi Wordpressissä

- Renderöinti palvelimella vs selaimella ja tästä johtuvat erot

2.4 ~~Hakukoneoptimointi SPA-verkkosivuilla~~SPA-verkkosivut

2.5 ~~Headless Wordpress~~

3 Tutkimus / Hakukoneoptimointi SPA-verkkosivustolla

4 Hakukoneoptimointi SPA-verkkosivustolla

Informaatioteknologian tutkimuksessa kaksi yleisintä suuntausta ovat käyttäytymistieteet ja suunnittelutiede. Käyttäytymistieteillä tarkoitetaan suuntauksia, joissa tutkitaan ihmisten tai organisaatioiden käyttäytymistä. Suunnittelutiede taas on innovatiivinen tutkimustapa, jonka avulla pyritään luomaan uusia asioita, usein vastauksena johonkin havaittuun ongelmaan. (Hevner ym. 2004).

3.1 Tutkimuksen rakenne Suunnittelutiede

Suunnittelutiede määritellään Peffers ym. 2007 tutkimusartikkelissa seuraavalla tavalla: "Suunnittelutiede on menetelmä, jolla luodaan ja kehitetään artefakteja, joilla pyritään ratkaisemaan tunnistettuja ongelmia." (Peffers ym. 2007). Suunnittelutiedettä voidaankin sanoa ongelmanratkaisuparadigmaksi (Hevner ym. 2004). Artefaktiksi voidaan määritellä lähes mikä tahansa suunniteltu objekti, jonka avulla pyritään ymmärtämään tutkimusongelmaa ja tuottamaan siihen ratkaisuja. Artefaktin kehitys onkin prosessi, jossa hyödynnetään jo olemassa olevia teorioita sekä tutkimuksen aikana ilmennyttä uutta tietoa.

Jotta ongelmia voidaan ratkaista, suunnitelmia arvioida ja tuloksia esittää, suunnittelutieteisiin kuuluu ennalta määritelty prosessi. Prosessin eri vaiheiden avulla suunnitteluongelmia voidaan lähestyä järjestelmällisesti tarkastellen tavoitteita ja asetettuja vaatimuksia, jotta voidaan päästä kohti parempia ratkaisuja. (Peffers ym. 2007).

Tutkimusasetelma Käytetyt työkalut

katso IMRAD i = hakukoneop m = vertailu?

WP enemmänkin työkalu -> ei tarvetta omalle luvulle

Kehittämistutkimus/Design Science

- Kuvaillaan mitä on ja mitä tapahtuu, kun muutoksia tehdään - Uusien ajatusten tutkimista, mutta ideat usein pohjautuvat aiempaan tutkimukseen

3.2 ~~Tekninen toteutus~~ Tutkimusympäristö

3.3 Tulokset

4 Tulokset/Analyysi

5 Yhteenveto

Tutkielman viimeinen luku on Yhteenveto.

Lähteet

Bhandari, Ravneet Singh, ja Ajay Bansal. 2018. "Impact of search engine optimization as a marketing tool". *Jindal Journal of Business Research* 7 (1): 23–36.

Davis, Harold. 2006. *Search engine optimization*. "O'Reilly Media, Inc."

Desktop Search Engine Market Share Worldwide, statcounter.com. <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/desktop/worldwide>. Accessed: 2010-09-30.

Egri, Gokhan, ja Coskun Bayrak. 2014. "The role of search engine optimization on keeping the user on the site". *Procedia Computer Science* 36:335–342.

Enache, Maria Cristina, ym. 2014. "Optimization Methods and Seo Tools". Teoksessa *International Conference «Risk in Contemporary Economy», Dunarea de Jos University of Galati, Galati*, 98–103.

Gupta, Swati, Nitin Rakesh, Abha Thakral ja Dev Kumar Chaudhary. 2016. "Search engine optimization: Success factors". Teoksessa *2016 Fourth International Conference on Parallel, Distributed and Grid Computing (PDGC)*, 17–21. doi:10.1109/PDGC.2016.7913146.

Hammer, Hugo Lewi, Alfred Bratterud ja Siri Fagernes. 2013. "Crawling JavaScript websites using WebKit-with application to analysis of hate speech in online discussions".

Hevner, Alan R, Salvatore T March, Jinsoo Park ja Sudha Ram. 2004. "Design science in information systems research". *MIS quarterly*: 75–105.

Hui, Zhou, Qin Shigang, Liu Jinhua ja Chen Jianli. 2012. "Study on Website Search Engine Optimization". Teoksessa *2012 International Conference on Computer Science and Service System*, 930–933. doi:10.1109/CSSS.2012.236.

Krrabaj, Samedin, Fesal Baxhaku ja Dukagjin Sadrijaj. 2017. "Investigating search engine optimization techniques for effective ranking: A case study of an educational site". Teoksessa *2017 6th Mediterranean Conference on Embedded Computing (MECO)*, 1–4. doi:10.1109/MECO.2017.7977137.

- Kumar, Arunjay. 2013. "Search engine optimization (SEO): technical analysis concepts". *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering* 3 (3): 123–128. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.413.4659&rep=rep1&type=pdf>.
- Lewandowski, Dirk, Friederike Kerkmann, Sandra Rümmele ja Sebastian Sünkler. 2018. "An empirical investigation on search engine ad disclosure". *Journal of the Association for Information Science and Technology* 69 (3): 420–437.
- Levene, Mark. 2011. *An introduction to search engines and web navigation*. John Wiley & Sons.
- Malaga, Ross A. 2010. "Search engine optimization—black and white hat approaches". Teoksessa *Advances in Computers*, 78:1–39. Elsevier.
- Mittal, Mayank Kumar, Neha Kirar ja Jasraj Meena. 2018. "Implementation of Search Engine Optimization : Through White Hat Techniques". Teoksessa *2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN)*, 674–678. doi:10.1109/ICACCCN.2018.8748337.
- Olston, Christopher, ja Marc Najork. 2010. *Web crawling*. Now Publishers Inc.
- Osmani, Addy, ja Ilya Grigorik. 2019. *Using page speed in mobile search ranking*. [Verkko; Luetu 8.11.2021]. <https://developers.google.com/web/updates/2018/07/search-ads-speed>.
- Patil Swati, P, BV Pawar ja S Patil Ajay. 2013. "Search engine optimization: A study". *Research Journal of Computer and Information Technology Sciences* 1 (1): 10–13. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1070.1729&rep=rep1&type=pdf>.
- Peppers, Ken, Tuure Tuunanen, Marcus A. Rothenberger ja Samir Chatterjee. 2007. "A Design Science Research Methodology for Information Systems Research". *Journal of Management Information Systems* 24 (3): 45–77. doi:10.2753/MIS0742-1222240302. eprint: <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240302>. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240302>.

- Prieto, Víctor M., Manuel Álvarez ja Fidel Cacheda. 2013. “Analysis and detection of Soft-404 pages”. Teoksessa *Third International Conference on Innovative Computing Technology (INTECH 2013)*, 217–226. doi:10.1109/INTECH.2013.6653695.
- Seymour, Tom, Dean Frantsvog, Satheesh Kumar ym. 2011. “History of search engines”. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)* 15 (4): 47–58.
- Sharma, Dushyant, Rishabh Shukla, Anil Kumar Giri ja Sumit Kumar. 2019. “A brief review on search engine optimization”. Teoksessa *2019 9th International Conference on Cloud Computing, Data Science & Engineering (Confluence)*, 687–692. IEEE.
- Slatin, John M. 2001. “The art of ALT: toward a more accessible Web”. *Computers and Composition* 18 (1): 73–81. ISSN: 8755-4615. doi:[https://doi.org/10.1016/S8755-4615\(00\)00049-9](https://doi.org/10.1016/S8755-4615(00)00049-9). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S8755461500000499>.

Liitteet

A Siirtyminen gradu2:sta gradu3:een

Keskeneräisen tutkielman siirtäminen gradu2:sta gradu3:een ei ole kovin vaikeata. Aluksi on totta kai vaihdettava \documentclass-komennossa gradu2 gradu3:ksi. Komennon optioista suurin osa on poistettava, koska niitä ei enää tueta; ainoastaan merkistön ilmoittava optio jää jäljelle. Mahdollinen kandi-optio vaihdetaan optioksi bachelor.

Taulukossa 1 on lueteltu tarvittavat komentovaihdokset. Viiva tarkoittaa, ettei vastaavaa komentoa ole lainkaan. Huomaa erityisesti uudet komennot.

gradu2	gradu3
—	\maketitle
—	\supervisor
\acmccs	—
\aine	\subject
\copyrightowner	—
\fulltitle	—
\laitos	\department
\license	—
\linja	\studyline
\paikka	—
\setauthor	\author
\termlist	thetermlist-ympäristö
\tyyppi	\type
\yhteystiedot	\contactinformation
\yliopisto	\university
\ysa	—

Taulukko 1. Komentomuutokset gradu2:sta gradu3:een

Isoin työ voi aiheutua lähdeluettelon laatimistekniikan muuttumiseen sopeutumisesta.

B Harvemmin tarvittavat ominaisuudet

Aiemmin esiteltyjen lisäksi gradu3 tarjoaa seuraavat lisäominaisuudet:

- `\LaTeX 2 ϵ` :n vakio-optiot `draft` ja `final` toimivat.
- `\LaTeX 2 ϵ` :n vakio-optio `twoside` toimii myös. Tätä voi käyttää esimerkiksi gradun kansitusversion laatimiseen, mutta virallisen arvostelu- ja arkistokappaleen laatimiseen sitä ei suositella.
- Vaikka tutkielman suomenkielisyyttä ei tarvitse erikseen mainita, `finnish`-optio toimii.
- `\university`-komennolla voit ilmoittaa tutkielman kotiyliopistoksi jonkin muun kuin Jyväskylän yliopiston.
- `\department`-komennolla voit ilmoittaa tutkielman kotilaitokseksi jonkin muun kuin Informaatioteknologian tiedekunnan.
- `\subject`-komennolla voit ilmoittaa tutkielman oppiaineeksi jonkin muun kuin tietotekniikan. Huomaa, että oppiaine tulisi suomenkielisissä tutkielmissa kirjoittaa genetiivimuodossa ja isolla alkukirjaimella ("`Tietotekniikan`"), englanninkielisissä tutkielmissa in-preposition kanssa ("`in Information Technology`").
- `\type`-komennolla voit ilmoittaa tutkielman tyypin, jos se on jokin muu kuin `pro gradu` (oletus) tai kandidaatintutkielma (optiolla `bachelor`).
- `\setdate`-komennolla voit asettaa päivämäärän haluamaksesi. Anna komennolle kolme parametria – päivä, kuukausi ja vuosi – numeerisessa muodossa.
- Ympäristöllä `chapterquote` voit laittaa luvun alkuun mietelauseen. Sillä on yksi pakollinen parametri (lainauksen attribuutio).
- Komento `\graducsddate` sisältää käytössä olevan gradu3:n julkaisupäivämäärän ja `\graducsdversion` sen versionumeron.