

Juha Pyykkönen

PELAAJAYHTEISÖN VERKKOSIVUT UUTISOINTIIN

PELAAJAYHTEISÖN VERKKOSIVUT UUTISOINTIIN

Juha Pyykkönen
Opinnäytetyö
Syksy 2018
Tietojenkäsittely
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Tietojenkäsittely, Internet-palvelut ja Digitaalinen media

Tekijä: Juha Pyykkönen

Opinnäytetyön nimi: Pelaajayhteisön verkkosivut uutisointiin

Työn ohjaaja: Liisa Auer

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2018

Sivumäärä: 32

Opinnäytetyön aiheena on tehdä uudet verkkosivut eTixiiT-pelaajayhteisölle. Pelaajayhteisöllä on vuonna 2010 tehdyt verkkosivut, jotka ovat vanhentuneet sekä menettäneet toiminnallisuutensa. Uusien verkkosivujen halutaan olevan modernit sekä minimalistiset. Sisällöksi toivottiin uutisia, vieraskirjaa sekä yleistä tietoa yhteisöstä. Myös sosiaalisen median halutaan olevan näkyvillä. Sivuston haluttiin toteutuvan ilman ylimääräisiä kustannuksia.

Verkkosivut toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmällä sekä hyödyntämällä Twenty Seventeen -teemaa. WordPress oli myös hyvä siinä, että se oli ilmainen ja ilmaisia lisäosia oli riittävästi. Näitä käytettiin hyväksi, koska yhteisöllä ei ollut rahaa käytettäväksi verkkosivujen toteutukseen.

Opinnäytetyön tietoperustassa kerrotaan, mitkä ovat nykypäivänä verkkosivujen vaatimukset sekä miten niitä suunnitellaan ja mitä lisäosia WordPressiin on saatavilla. Myös sosiaalisen median, hakukoneoptimoinnin ja GDPR-tietosuoja-asetuksen vaikutusta verkkosivuihin ovat osana opinnäytetyötä. Lähteinä on käytetty tilastoja, ohjeita ja muita verkkojulkaisuja.

Opinnäytetyön päätuloksena toteutettiin pelaajayhteisölle uudet verkkosivut, jotka täyttivät heidän tarpeensa. Opinnäytetyön jälkeen verkkosivut korvaavat vanhat verkkosivut. Verkkosivuista tuli aika pitkälti sellaiset kuin yhteisö halusikin sekä mihin minä henkilökohtaisesti pyrin. Toiminnallisuuksiltaan sivusto täyttää yhteisön tarpeet.

Asiasanat: WordPress, Julkaisujärjestelmä, Lisäosa, Web-suunnittelu, Pelaajayhteisö

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Information Systems, Internet Services and Digital Media

Author: Juha Pyykkönen

Title of thesis: Gaming Community Website for News

Supervisor: Liisa Auer

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2018 Number of pages: 32

The aim of the thesis was to create a new website for the eTiixiT gaming community. The gaming community is website made in 2010 is outdated and lost its functionality. The new website should be modern and minimalist. The community wanted the content on the website to be news, a guestbook and general information about the community. Also, social media should be visible on the website.

The website implementation was made by using the WordPress content management system and the Twenty Seventeen theme. WordPress was also free and had enough free plugins. These were used because the community did not have a lot of money to use for the web site implementation.

The thesis explains what are the requirements of today's websites and how they are designed. The thesis also explains WordPress and what plugins are available for WordPress. Social media, search engine optimization and general data protection regulation, GDPR, are part of the thesis. A statistics, instructions and other online publications are used as the thesis sources.

As a result, the gaming community got a new website which met their needs. After the thesis, the new website will replace the old website. The functionalities of the new website are such as the community wanted.

Keywords: WordPress, Content management system, Plugin, Web design, Gaming Community

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	VERKKOSIVUJEN VAATIMUKSET	7
2.1	Flat design.....	7
2.2	Mobiili ensin -suunnittelu	8
2.3	Sisältö ensin -suunnittelu.....	9
2.4	GDPR-tietosuoja-asetus.....	10
2.5	Google Analytics ja SEO	11
2.6	Sosiaalinen media ja verkkosivut	12
3	WORDPRESS JA SEN LISÄOSAT	15
4	VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS	19
4.1	Vaatimukset.....	19
4.2	Sivuston toteutus.....	19
4.3	CSS-tyylitiedosto	21
4.4	Sivuston lisäosat	22
4.5	Vieraskirja.....	23
4.6	Hakukoneoptimointi ja tietoturva	25
4.7	Sivuston responsiivisuus	26
5	YHTEENVETO	27
6	POHDINTA	28
	LÄHTEET.....	30

1 JOHDANTO

Nykyisin verkkosivujen suosioon vaikuttaa entistä enemmän suunnittelun nykypäiväisyys. Onko sivusto juuri sen hetken suunnittelun tuotos, vai onko sivusto ollut jo hetken aikaa olemassa? Nykyisin verkkosivujen trendit, joita pidetään tyylikkäänä ja nykyaikaisina, voivat vanhentua jo parin kuukauden päästä. Verkkosivujen suunnittelun trendit muuttuvat vuoden aikana nykyisin erittäin paljon. Vuonna 2019 verkkosivujen tärkeimpiä trendejä ovat sivuston nopeus, mobiilisuunnittelu, näyttävä mutta yksinkertainen sisältö sekä taustaan upotetut videot. (Barnes 2018, viitattu 24.9.2018.)

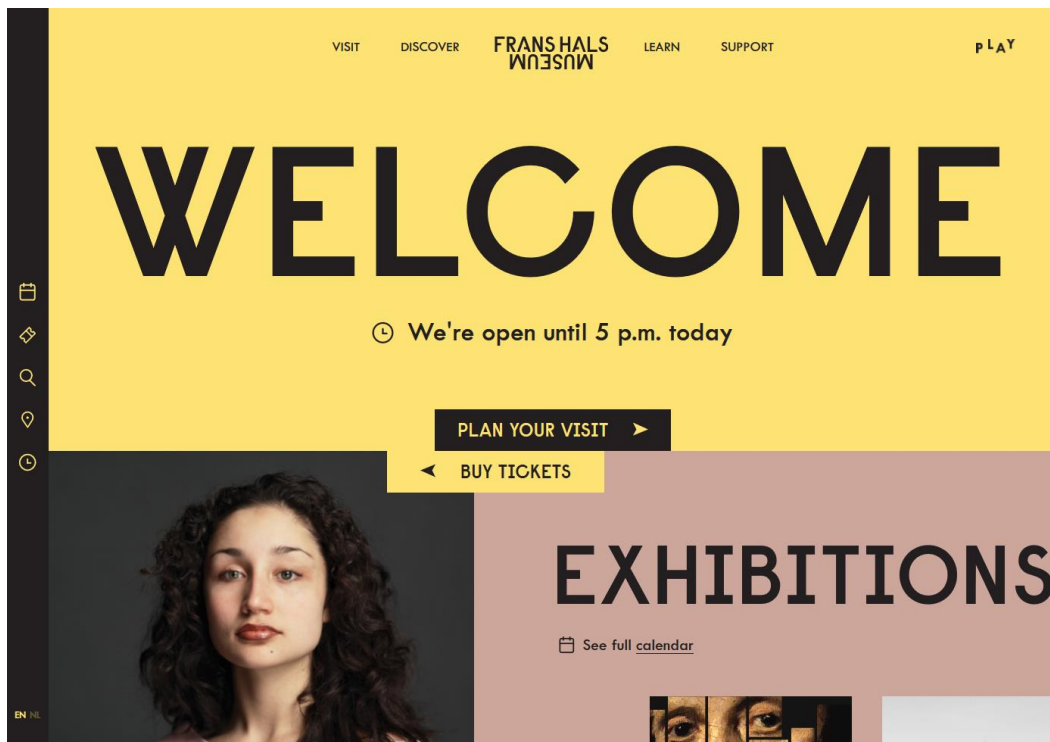
Opinnäytetyön aiheena on tehdä eTiixiT-pelaajayhteisölle nykyaikaiset verkkosivut. eTiixiT on yhteisö internetissä ja sen ulkopuolella. Yhteisön vanhat verkkosivut ovat menettäneet toiminnallisuutensa vuosien saatossa. Verkkosivut toteutetaan käyttäen WordPress-julkaisujärjestelmää. Opinnäytetyön tietoperustassa, luvussa 2 tarkastellaan verkkosivujen erilaisia suunnittelutapoja, sosiaalisen median vaikutusta verkkosivuihin, hakukoneoptimointia, Google Analyticsiä ja käydään läpi GDPR:n vaikutusta. Luvussa 3 esitellään WordPressiä ja sen lisäosia. Opinnäytetyön toteutusosassa kuvataan, kuinka yhteisön verkkosivut suunniteltiin ja toteutettiin.

2 VERKKOSIVUJEN VAATIMUKSET

Verkkosivujen vaatimukset ovat viime vuosina muuttuneet paljon erilaisten mobiililaitteiden sekä sosiaalisen median takia. Samalla myös verkkosivujen tekemiseen on tullut erilaisia trendejä. Trendeillä tarkoitetaan sitä, millä lähtökohdalla ja ulkonäöllä verkkosivuja tehdään. Nykyisin melkein kaikilla verkkosivuilla on samoja piirteitä ja toiminnallisuuksia, joita ovat esimerkiksi se, että ne toimivat mobiililaitteilla. Lisäksi sosiaalinen media on selkeässä roolissa sivustoilla. (Barnes 2018, viitattu 24.9.2018.)

2.1 Flat design

Verkkosivujen suunnittelussa flat designillä tarkoitetaan minimalistista suunnittelua, joka korostaa käytettävyyttä. Sen tunnusomaisia piirteitä ovat värikkyys ja kaksiulotteisuus sekä se, ettei ruudulla ole liikaa tietoa, eli asioille on jätetty hyvin tilaa (kuva 1). Flat designistä on poistettu sekä monimutkaisimmat tekstuurit että varjot. Flat designin keinoin pystytään toteuttamaan minimalistisesti sivusto, joka samalla erottuu hyvin muista sivuston suunnittelu tyyleistä. Kirkkailla väreillä sekä kontrasteilla pystytään luomaan kuvia, jotka tulevat hyvin esille taustalta. Tärkeintä on kuitenkin keskittyä yksinkertaisuuteen. Flat designissä myös kuvat ovat yksinkertaisia mutta paikoin myös suuri-kokoisia. Yksinkertaisista kuvista voi nähdä tarvittavat tiedot myös nopeammin ja helpommin ymmärrettävästi kuin yksityiskohtaisesta kuvasta. (May 2018; Rocheleau 2018, viitattu 24.5.2018.)



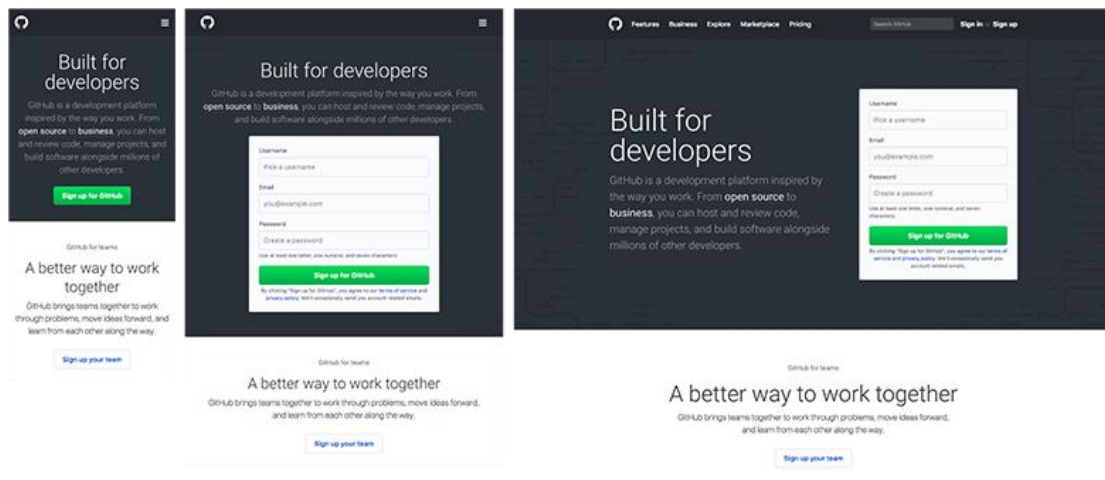
KUVA 1. Frans Hals Museon sivuilla on hyödynnetty flat designiä (Frans Hals Museum, 2018, viitattu 18.6.2018).

Flat designissä on tärkeää sivuston toimivuus, jotta se toimii käyttäjällä oikein ilman minkäänlaisia ongelmia. Jos sivusto on tehty flat designiä oikein hyödyntäen, tällöin käyttäjän kokemus on myös positiivinen, ja sivusto on käyttäjäystävällinen. Flat designissä on tärkeää suunnitella sivusto jo valmiiksi yksinkertaiseksi. Kiinteiden ja selkeiden värien avulla pyritään erottamaan sisältöä toisistaan. Tekstin ulkonäön pitää olla selkeää ja sisällön tiivistä ja asiaan kuuluvaa. Painikkeiden ja linkkien tulee olla selkeästi esillä ja erottua helposti. (May 2018, viitattu 24.5.2018.)

2.2 Mobiili ensin -suunnittelu

Nykyisin ihmiset käyttävät entistä enemmän mobiililaitteita internetin selaamiseen, joten on erittäin tärkeää, että sivut toimivat niilläkin ongelmitta. Mobiili ensin -suunnittelussa (Mobile first design) suunnitellaan verkkosivut ensin mobiililaitteelle ja sen jälkeen isommille laitteille hyödyntäen responsiivisuutta tai mukautuvaa suunnittelua. Mobiililaitteissa on enemmän rajoituksia kuin tietokoneissa, joten on tärkeää, että myös sivustot suunnitellaan niille hyvin, eli sivuston sisältö ja sivuston optimointi on tärkeää. Myös sisältö ensin -suunnittelu (Content first design) on osana mobiili ensin

-suunnittelua, koska sisältö on tärkeää myös mobiililaitteissa. Tietokoneelle suunnattu versio verkkosivusta on kuin laajennettu versio mobiiliversiosta (kuva 2). (Gremillion 2018, viitattu 26.5.2018.)



KUVA 2. GitHubin verkkosivut on tehty mobiili ensin suunnittelun avulla (GitHub, 2018, viitattu 18.6.2018).

Responsiivisella suunnittelulla tarkoitetaan verkkosivuja, jotka on suunniteltu mukautumaan automaattisesti käyttäjän selaimen koon mukaan. Käyttäjät voivat selata samoja sivustoja mobiililaitteella sekä tietokoneella. Ainoa ero on se, että sivusto skaalautuu laitteissa eri tavalla. Mukautuvalla suunnittelulla tarkoitetaan sitä, että sivustosta on tehty eri versioita, jotka määräytyvät käytetyn laitteen näytön koon mukaan, jotta käyttäjä saa parhaan mahdollisen version verkkosivustosta käyttöönsä. (Gonzalo 2017, viitattu 26.5.2018.)

2.3 Sisältö ensin -suunnittelu

Sisältö ensin -suunnittelussa (Content first design) pääydin on sisältö, jonka tulee olla tiedossa ennen kuin alkaa toteuttamaan verkkosivua. Sisältö ensin -suunnittelun avulla lähdetään toteuttamaan verkkosivua sisällön kautta. Näin on helpompi alkaa työstämään sivustoa sekä suunnittelemaan sen toteutusta. Ilman sisällön tietämistä etukäteen on melko vaikeaa suunnitella täydellistä sivustoa, jolla pystyy esittämään tietoa monin erilaisin tavoin. Sisältö on se, joka antaa verkkosivuille tarkoituksen. Käyttäjät tulevat sivustolle etsimään tietoa, ja sivuston tulee täyttää heidän tarpeensa eli antaa heille heidän tarvitsemansa tiedon. Kun sisältö on tiedossa suunnittelijalla, on

hänen helpompi toteuttaa sivusto, jolta käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedon. (Cardello 2017, viitattu 25.5.2018.)

Kun sisältö on tiedossa, pystytään sille suunnittelemaan juuri oikeanlaiset sivut, koska tiedetään jo etukäteen, mitä alisivustoja sivustolle tulee ja mikä on niiden tarkoitus. Tällä tavalla pystytään myös katsomaan, onko sivuston sisältö tarpeeksi yhtenäinen ja onko sisältö sellaista, mitä pystyy käyttäjälle tarjoamaan. Kun tiedetään sisältö etukäteen, se edesauttaa sivuston toteutumista mobiili ensin -periaatteella. Tässä on erittäin tärkeää se, että sisältö muotoutuu hyvin mobiililaitteelle käytettäväksi. (Cardello 2017; Karol, 2016, viitattu 25.5.2018.)

2.4 GDPR-tietosuoja-asetus

GDPR eli General Data Protection Regulation on EU:n yleinen tietosuoja-asetus. Tietosuoja-asetus koskee niitä osapuolia, jotka käsittelevät henkilöiden tietoja EU:n sisällä. Tietosuoja-asetus koskee myös niitä osapuolia, jotka ovat EU:n ulkopuolella mutta tarjoavat palveluita EU:n kansalaisille. Tarkoituksena on siis turvata EU:n kansalaista EU:n sisällä sekä sen ulkopuolella. Tietosuoja-asetus koskee kaikkia jollain tavalla joko käyttäjänä taikka ylläpitäjänä. Yritysten pitää osata soveltaa tätä oikein omalla osa-alueellaan, millä tavalla he käsittelevät asiakkaiden henkilötietoja ja miten ne kirjataan. Tiedot ovat tietosuoja-asetuksen alaista riippumatta siitä, ovatko tiedot sähköisesti vai paperilla. Jos tiedoissa on henkilötietoja, ne ovat tietosuoja-asetuksen alaista tietoa. Jos ylläpitäjällä on verkkosivut, johon käyttäjän joutuu antamaan jotain tietoa itsestään tai antamaan hyväksynnän sille, että käyttäjän tietoja kerätään, GDPR kuuluu silloin myös ylläpitäjälle. (Penttilä 2018; Sallinen 2018, viitattu 23.5.2018.)

Tietosuoja-asetuksen virallinen nimitys on Asetus (EU) 2016/679. Asetus on laitettu vireille 27. huhtikuuta 2016, mutta se tuli voimaan vasta kahden vuoden siirtymäajan kuluessa 25. toukokuuta 2018. Tämän jälkeen yritysten ja tahojen tulee noudattaa asetusta. Jos ne eivät noudata asetusta aikajakson jälkeen, on rangaistuksia luvassa. Rangaistukset ovat joko jopa 20 miljoonaa euroa taikka 4 % maailmanlaajuisesta liikevaihdosta riippuen siitä, kumpi näistä rangaistuksista on määrittäen suurempi. (Findwise 2018, viitattu 23.5.2018.)

Sivuston ylläpitäjän on tärkeää ilmaista sivuston käyttäjälle, mitä tietoja he keräävät käyttäjistään (kuva 3). Tietosuoja-asetuksen alaisia henkilötietoja ovat perinteisten henkilötietojen lisäksi muun muassa IP-osoite, luottokortinnumerot ja puhelinnumerot. Anonyymitiedot eivät ole osana näitä. Ylläpitäjällä on myös velvollisuus kysyä lupa käyttäjiltä tietojen keräämiseen ja käsittelyyn. Tällainen lupa kysytään esimerkiksi lomakkeella, jossa kerrotaan selkeästi, miksi tietoja kerätään sekä mihin kyseisiä tietoja käytetään. Näin ylläpitäjä voi todistaa, että käyttäjä on antanut suostumuksensa tietojen käyttöön. Muita varmennustapoja ovat esimerkiksi jäsenyys jollekin sivustolle, erilaiset sopimukset ja lakisääteiset velvoitteet. Käyttäjällä on oikeus tiedustella, mitä tietoja sivustolla on hänestä ja hänellä on oikeus tulla unohdetuksi koko tietorekisteristä. (Findwise 2018, viitattu 3.6.2018.)

Mitä tietoja minusta voidaan kerätä?

- Käyttäjän itsensä antamat tai henkilön tunnistavat tiedot
 - Tunnistamistiedot, kuten nimi
 - Henkilötunnus asiakkaan tunnistamiseksi luottosopimusta tehtäessä
 - Passitiedot tai vastaavat Tullin vaatimat tiedot tilattaessa tuotteita tai palveluita verottomana Suomen ulkopuolelta
 - Yhteystiedot, kuten osoite, sähköpostiosoite ja puhelinnumero
 - Maksutiedot, mukaan lukien luottosopimukset ja muut laskutustiedot
 - Asiakkaan suostumuksella sijaintitiedot, joita käytetään toimitusajan arviointiin
 - Google-, Facebook- tai Microsoft-kirjautumiseen käytetty sähköpostiosoite ja varmenne
- Palvelujen käytöstä havainnoidut ja analytiikan avulla johdetut tiedot
 - Ostohistoria, mm. tilatut tuotteet ja niiden hintatiedot
 - Toimitustiedot, kuten valittu toimitustapa ja toimitusosoite
 - Tuotearvostelut
 - Verkkokaupan käyttö- ja selaustiedot sekä päätelaitteen tunnistetiedot
 - Tuotesuositus- ja muut kohdennettuun sisältöön käytetyt tiedot ja tunnisteen

Tunniste-, yhteys- ja maksutietojen antaminen on pakollista ostaessasi Verkkokauppa.comista Internetin kautta.

Tietojen pääasiallinen lähde on käyttäjä itse, minkä lisäksi saatamme saada lisätietoja yhteistyökumppaneiltamme, esimerkiksi luottopalvelujen tarjoajalta. Kolmansilta osapuolilta saamistamme henkilötiedoista ilmoitamme tietosuoja-asetuksen määräysten mukaisesti ensimmäisessä yhteydenotossa asiakkaaseen tai viimeistään kuukauden sisällä henkilötietojen vastaanotosta.

KUVA 3. Kuvakaappaus Verkkokauppa.com:n tietosuojaselosteesta (Verkkokauppa.com, viitattu 18.6.2018).

2.5 Google Analytics ja SEO

Google Analytics on Googlen tarjoama ilmainen analytiikkapalvelu. Google Analyticsin kautta pystytään seuraamaan, miten sivuston käyttäjä on päätenyt sivustolle, mitä käyttäjät tekevät sivustolla ja kuinka kauan he viipyvät siellä. Näiden avulla pystytään kertomaan, mikä sivustolla on kiinnostavaa ja minkä kautta käyttäjät ovat poistuneet sivustolta. Tämän avulla voidaan tulkita, mikä sivustolla toimii ja mikä ei. (Shivar 2016, viitattu 28.5.2018.)

SEO eli Search Engine Optimization tarkoittaa hakukoneoptimointia. Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan asioita, jotka liittyvät siihen, miten sivusto näkyy ja sijoittuu hakukoneissa. Tavoitteena on päästä hakutuloksien kärkeen eli kolmelle korkeimmalle sijoitukselle. Hakukoneoptimointiin liittyy oikeastaan kaikki, kuten esimerkiksi, mitä sisältöä sivustolla on, minkälaisia linkityksiä sivustolla on sivuston ulkopuolelle, miten sivusto on tehty ja minkälaiset kuvaukset sivustolla on. Sivustolla kannattaa olla laadukasta tekstiä, joka on sekä kirjoitettu että otsikoitu hyvin. Ihmiset käyttävät verkkosivuja yhä enemmän erilaisilla laitteilla, joten verkkosivujen toimivuus kaikilla laitteilla on tärkeää. Niin sanotut meta-kuvaukset, otsikoinnit ja kuvatestit ovat tärkeitä, jotta sivustosta tulee hyvä kokonaiskuva. Meta-kuvauksella tarkoitetaan tekstiä, joka näkyy hakutuloksen alapuolella (kuva 4). Sivuston sisäisellä linkityksellä tarkoitetaan myös sitä, kuinka hyvin sivuston navigointi on tehty. Ulkopuolisella linkityksellä tarkoitetaan linkkejä, jotka menevät sivuston ulkopuolelle toiselle sivulle ja myös toiselta sivustolta takaisin. (Ratcliff 2016, viitattu 28.5.2018.)

Oulun kaupunki: Oulu

<https://www.ouka.fi/> ▼

Tietoa Oulun kaupungin palveluista ja ajankohtaisista asioista.

[Oulun karttapalvelu](#) · [Tietoa Oulusta](#) · [Oulu-tietoa](#) · [Nettikamerat](#) · [Yhteystiedot](#)

KUVA 4. Linkin alapuolella näkee meta-kuvauksen (Google, viitattu 3.8.2018).

Google Analyticsiä voidaan hyödyntää myös hakukoneoptimoinnissa. Analyticsin avulla voidaan tietää, mitä tietoja kävijät etsivät ja katsovat sivustolta, joten tämän avulla voidaan tehdä lisää samankaltaista materiaalia sivustolle. Google Analyticsistä löytyy paljon hyödyllistä tietoa hakukoneoptimoinnin avuksi. Sieltä löytyy esimerkiksi tietoa, millä hakusanoilla sivustolle on tultu ja millä sijoituksilla sivusto on ollut niillä hakusanoilla hakukoneissa. (Saeed 2017, viitattu 28.5.2018.)

2.6 Sosiaalinen media ja verkkosivut

Sosiaalista mediaa voidaan käyttää hyödyksi verkkosivuilla monin eri tavoin. Verkkosivuille voidaan integroida eri sosiaalisten medioiden palveluita. Sivustoille pystytään lisäämään erilaisia sosiaaliseen mediaan liittyviä painikkeita, esimerkiksi seuraa-, tykkää- ja jaa-painikkeet ovat tuttuja monilta sivuilta. Myös sosiaalisten medioiden sivustojen liikennettä voidaan laittaa näkymään verkkosivuille. Tällaisia ovat esimerkiksi Facebook-, Twitter- sekä Instagram-syötteet. Sosiaalisen median

hyvä käyttö verkkosivuilla on erittäin tärkeää varsinkin silloin, jos sivustolla on myyntiä tai jos sivusto on verkkokauppa.

Verkkosivuilla sosiaalisen median syötteet, varsinkin Instagram-kuvasyötteet, ovat parempi tapa esittää mahdolliselle ostajalle tuotetta oikean elämän kautta kuin perinteisten mainoskuvien kautta. Tämä saa sivuston tuntumaan elävämmältä kuin perinteiset mainoskuvat. Tässäkin tapauksessa on hyvä muistaa, että Instagram-kuvasyötteen kuvat ovat tarpeeksi laadukkaita. Kuvasyötteen kuvien tulisi olla verkkosivuilla myytäviä tuotteita, ja tuotteiden kuvien tulisi liittyä jollain tavalla toisiinsa (kuva 4). (Barnhart 2018, viitattu 27.5.2018.)



KUVA 5. Tayrocin verkkosivuilla oleva Instagram-syöte (Tayroc, viitattu 18.6.2018).

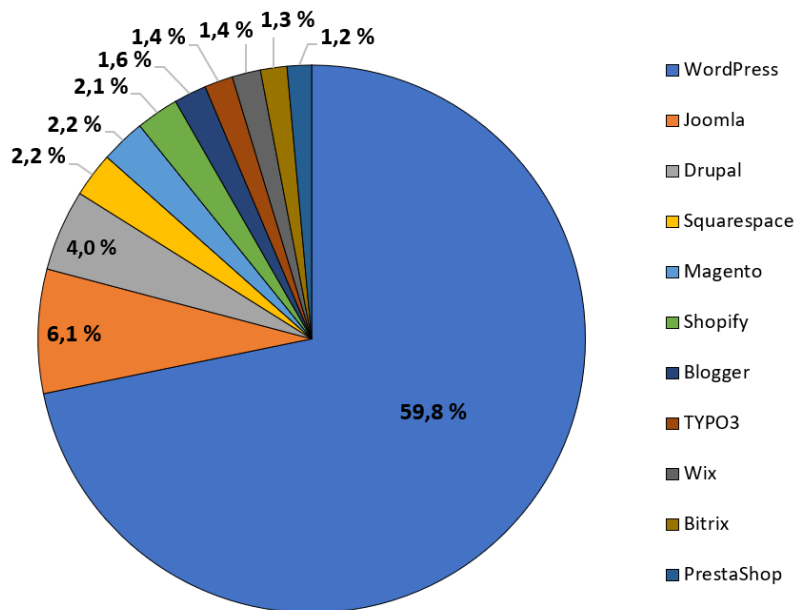
Sosiaalisen median sivustot ovat nykypäivää, joten kaikki odottavat, että esimerkiksi yrityksellä on omat sosiaalisen median sivut, joten verkkosivuilkin kannattaa esitellä niitä. Verkkosivuille kannattaa laittaa painikkeet niille sosiaalisen median sivustoille, joita ylläpidetään aktiivisesti, eikä niille, joihin tulee päivitys kerran vuodessa. Kyseiset sosiaalisen median painikkeet kannattaa toteuttaa siten, että ne sopivat hyvin sivuston ulkonäköön, koska korostavat painikkeet voivat olla pakottavia. Kannattaa suosia myös jaa-painikkeita, joiden avulla sivusto saa myös mainosta. Hashtagit liittyvät sosiaaliseen mediaan, joten niitä kannattaa hyödyntää myös omissa sosiaalisen median julkaisuissa. Tällä tavoin voidaan myös kommunikoida hyvin esimerkiksi tuotteiden käyttäjien kanssa, jolloin he pystyvät käyttämään samaa hashtagia. Hashtagit kannattaa pitää lyhyinä, alle 11 merkkiä pitkinä, ja ytimekkäinä. (Barnhart 2018; Childers 2016, viitattu 27.5.2018.)

Jos sivusto vaatii sivustolle rekisteröinnin sekä kirjautumisen, jotta käyttäjä voi tehdä jotain, kannattaa hyödyntää sivustolla sosiaalisen median käyttäjätunnuksia ja antaa käyttäjien kirjautua sisään niillä. Näin käyttäjien ei tarvitse luoda erillistä tunnusta sivustolle. Tapa ei kuitenkaan sovellu

kaikille sivustoille. Sosiaalisen median käyttäjätunnuksen hyödyntäminen valmiina tunnukseksi on erittäin hyödyllistä silloin, jos sivustolla on esimerkiksi kommentointikenttä, johon tarvitsee tunnuksen. Tämä nopeuttaa myös kommentoimista sekä ehkäisee turhien viestien lähettämistä kommenttikenttään. Tämän avulla saadaan uusia käyttäjiä sivustolle nopeasti, koska sosiaalisen median tunnusten avulla käyttäjän ei tarvitse tehdä uutta tunnusta sivustolle. (Barnhart 2018; Childers 2016, viitattu 27.5.2018.)

3 WORDPRESS JA SEN LISÄOSAT

Nykyään tehdään verkkosivuja yhä enemmän ja enemmän julkaisujärjestelmien kautta. Suosituin on WordPress. WordPress hallitsee julkaisujärjestelmien kilpailua, sillä on melkein 60 %:n markkinaosuus näistä (kuva 6). (WordPress 2018a, viitattu 28.5.2018.)



KUVA 6. Tilastoissa näkee, kuinka suosittu WordPress on verrattuna muihin julkaisujärjestelmiin (W3Techs, viitattu 18.6.2018).

WordPress on avoimeen lähdekoodiin perustuva julkaisujärjestelmä. Se on alun perin tarkoitettu blogin pohjaksi. Tällä tarkoitetaan, että sivustolla on tekstileille omat paikat sekä kommentointikenttä ja erilaisia palkkeja, joista näkee, mikä on sivustolla viimeisin kirjoitus (kuva 7). (WordPress 2018b, viitattu 3.6.2018.)



KUVA 7. Kuvakaappaus WordPressistä (WordPress, viitattu 18.6.2018)

WordPressin vahvuus on sen lisäosien määrä. Nykyisin suosituimpia ja tarpeellisimpia lisäosia ovat turvallisuuden ja hakukoneoptimointiin tarkoitetut lisäosat, mutta nyt pinnalle on myös tullut paljon GDPR:n takia siihen kuuluvia lisäosia. Lisäosien tarkoituksena on helpottaa sivuston tekijän työtä. Tällä hetkellä WordPressissä on yhteensä yli 55 000 lisäosaa. (WordPress 2018a, viitattu 28.5.2018.)

Tällä hetkellä WordPressin suosituimpien lisäosien kärjessä on hakukoneoptimointi, roskapostin suodatin sekä yhteydenottolomakkeen tekemiseen tarkoitettuja lisäosia. Nämä ovat melko peruslisäosia WordPressiin, koska näiden avulla pystytään helposti toteuttamaan asioita, joita tarvitaan verkkosivuilla. (WordPress 2018a, viitattu 5.6.2018.)

WordPressissä on kahdenlaisia lisäosia: ilmaisia ja maksullisia. Ilmaisia lisäosia löytyy niin WordPress-lisäosahakemistosta, kuin myös WordPressin ulkopuolisilta sivuilta. WordPress-lisäosahakemistoon kumminkin pääsee vain sellaiset lisäosat, jotka ovat läpäisseet WordPressin laa-

dunvalvonnan testit ja jotka täten ovat luotettavia. Yleensä ilmaisissa lisäosissa on joitain heikkouksia, kuten esimerkiksi lisäosan päivitettävyyttä sekä olematon asiakastuki. Lisäosan maksullista osaa taikka kokonaan maksullista lisäosaa kutsutaan premium-lisäosaksi. Premium-lisäosat on yleensä tehty siten, että käyttäjän on yksinkertaista ottaa ne käyttöön juuri sillä tavalla kuin he haluavat. Näissä käyttäjää auttavat muokattavuus sekä kehittäjän asiakastuki. Myös premium-lisäosissa on luotettavampi kehityskaari kuin ilmaisissa lisäosissa. Premium-lisäosista on myös olemassa yleensä ilmainen versio, jossa on rajatusti ominaisuuksia. (IT Support Guides 2017, viitattu 21.8.2018.)

Yoast SEO on tarkoitettu hakukoneoptimointiin. Lisäosalla voidaan lisätä sivuille meta-kuvauksia sekä katsoa, miltä sivusto näyttäisi hakutuloksissa. Lisäosa myös osaa tehdä automaattisesti sivuston sivukartan. Lisäosassa on myös premium-versio, jossa on ominaisuuksia, joita ilmaisversiossa ei ole. Premium-lisäosassa on esimerkiksi ominaisuus, joka hakee tekstistä avainsanoja automaattisesti. Premium-ominaisuudet maksavat 79 euroa vuodessa yhdelle sivustolle. (WordPress 2018c, viitattu 5.6.2018.)

Contact Form 7:n on suosituin yhteydenottolomake-lisäosa. Contact Form 7:n avulla pystytään varmentamaan tulevat yhteydenottopyynnöt suoraan CAPTCHA-varmennuksen avulla. Myös roskapostin suodatus on toteutettu Akismetia hyödyntäen. Lisäosa on käännetty tällä hetkellä 46 eri kielelle ja myös suomen kieli on mukana. (WordPress 2018d, viitattu 5.6.2018.)

Akismet Anti-Spam on nimensä mukaisesti roskapostin estämiseen tarkoitettu lisäosa. Lisäosa erottaa, ovatko kommentit tai yhteydenottolomakkeen tekstit roskapostia vai eivät. Näin saadaan sivustosta entistä turvallisempi. Lisäosa on ilmainen, mutta siitä on tarjolla yrityksille ja kaupallisille sivustoille premium-versio, jonka hinta on 5 euroa kuukaudessa yhdelle sivustolle tai 50 euroa kuukaudessa rajattomalle määrälle sivustoja. Premium-versioilla on myös ominaisuuksia, joita ilmaisversiossa ei ole. Tällaisia ovat tuki kaupallisille sivustoille, edistyneemmät tilastot ja ensisijainen tuki. Lisäosaa on saatavilla yhteensä 57 eri kielellä. (WordPress 2018e, viitattu 5.6.2018.)

Jetpack by WordPress.com on lisäosa, jossa on monta lisäosaa yhdessä. Lisäosa antaa valmiudet suunnitteluun, myymiseen ja turvallisuuteen. Lisäosassa on valmiina teemoja, joissa on erilaisia ominaisuuksia eri tarpeisiin esimerkiksi yrityksille ja blogeille. Lisäosassa on markkinointia helpottavia ominaisuuksia, joiden avulla pystytään automatisoimaan sosiaalisen median viestitystä sekä aikatauluttamaan julkaisuja. Jetpack-lisäosan avulla pystyy hallitsemaan hakukoneoptimointia,

analytiikkaa sekä Google AdSenseä. Lisäosassa on automatisoitu skannaus, joka tarkistaa tiedostoja. Lisäosa on tarkoitettu myös yrityksille ja organisaatioille, joten premium-versio on tarjolla. Premium-versiossa on ilmaiseen verrattuna muutamia suuria etuuksia. Premium-versiolla on parempi asiakastuki, kuin ilmaisella versiolla. Ilmaisella versiolla on mahdollista saada pelkästään sähköpostitukea. Premium-versiossa on myös varmuuskopiointimahdollisuus päivittäisistä varmuuskopioista reaaliaikaiseen varmuuskopiointiin. Premium-versiossa on myös mahdollista hyödyntää mainoksia sekä erilaisia maksuvaihtoehtoja. Hinnat vaihtelevat premium-versiossa 3,5 eurosta 29 euroon kuukaudessa. Lisäosa kuitenkin tarvitsee WordPress.com-tunnuksen toimiakseen, jotta siinä voidaan hyödyntää kaikkia ominaisuuksia. (WordPress 2018f, viitattu 6.6.2018.)

Sosiaalista mediaa helpottavia lisäosia on monia. Suurimmassa osassa on samankaltainen käytötarkoitus eli toimia sivustolla sosiaalisen median linkkeinä. Yksi käytetyimmistä sosiaalisen median lisäosista on Ultimate social media icons, joka käsittelee sosiaalisen median kuvakkeita sivustolla. Ultimate social media icons -lisäosassa on mukana kaikki suosituimmat sosiaalisen median alustat sekä yli 200 muuta alustaa. Lisäosasta on tarjolla maksullinen ja ilmainen versio. Ilmaisesakin versiossa on monipuolisesti erilaisia vaihtoehtoja sekä ominaisuuksia. Ominaisuuksia ovat esimerkiksi 16 erilaista teemaa sekä mahdollisuus muokata sosiaalisen median kuvakkeiden toimintoja. Myös animoidut painikkeet ovat mahdollisia ilmaisessa versiossa. Premium-versiossa on enemmän sosiaalisen median alustoja käytettävänä sekä valmiina tulevia teemoja. Premium-versiossa on myös ympärivuorokautinen tuki, josta saa ratkaisuja ongelmatilanteisiin. Myös premium-versiossa on otettu mobiililaitteet huomioon, koska sillä pystyy optimoimaan mobiililaitteille omat kuvakkeet. (WordPress 2018g, viitattu 3.8.2018.)

GDPR-lisäosia on ilmestynyt WordPressiin muutamia vuoden 2018 kesällä. GDPR-lisäosilla on samanlaisia piirteitä, eli ne helpottavat sivuston ylläpitäjää pyytämään sivuston käyttäjiltä GDPR:n alaisten tietojen keräämiseen hyväksyntää. Yksi tällainen lisäosa on WP GDPR Compliance, joka on yksi suosituimmista GDPR-lisäosista. WP GDPR Compliancessa on mahdollista lisätä GDPR:n tarvitseva hyväksymisruutu Contact Form 7, Gravity Forms, WooCommerce ja WordPress Comments lisäosille. Lisäosassa on myös mahdollista pyytää verkkosivustolta käyttäjistä tallennettuja tietoja erillisen tietopyyntö-sivun kautta. (WordPress 2018h, viitattu 3.8.2018.)

4 VERKKOSIVUJEN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Kun sivuston toteutukseen tarvittavat tiedot oli haettu tietoperustaan, alettiin työstämään verkkosivuja pelaajayhteisölle. Verkkosivujen suunnittelussa mietin, minkälaiset verkkosivut sopivat yhteisölle parhaiten ja minkä webhotellin tarjoaman palvelun päälle sivustoa aletaan suunnitella. Sivuston suunnittelu sujui vaivatta ja webhotelli, jonka avulla sivustoa lähdettiin suunnittelemaan, oli Pilvia.com.

4.1 Vaatimukset

Pelaajayhteisön verkkosivujen tuli täyttää muutamia vaatimuksia, joilla verkkosivuja alettiin toteuttaa. Vaatimukset verkkosivuille olivat seuraavat:

- WordPress -julkaisujärjestelmällä tekeminen
- Nykyaikainen ulkonäkö
- Flat Design ja mobiili ensin -suunnittelu
- Minimalistiset sivut, (vain tärkeimmät tiedot esillä)
- Vieraskirja
- Sosiaalinen media näkyvillä.

Näiden vaatimuksen avulla lähdin toteuttamaan sivustoa. Tärkeillä tiedoilla tarkoitetaan pelaajayhteisön uutisia sekä historiaa ja yleistä tietoa. Vaatimukset muuttuivat vähän verkkosivun edetessä, mutta mikään näistä muutoksista ei aiheuttanut ylitsepääsemättömiä esteitä.

4.2 Sivuston toteutus

Sivustoa alettiin toteuttamaan Pilvia.comin tarjoaman palvelun alaisuudessa. Palvelu tarjoaa kehittäjille ilmaista palvelintilaa, jonka kautta pystytään kehittämään ja tekemään WordPress-sivustoa sekä jakamaan sitä toimeksiantajalle, jotta projektia voidaan seurata (kuva 8). Palvelussa ei ollut minkäänlaista ongelmaa koko projektin aikana. Pilvia.com tarjoaa myös sivuston lopullisen web-

hotellitilan hintaan 6,95 euroa kuukaudessa. Pilvia.com oli erittäin helppo ottaa käyttöön. Myös WordPressin asentaminen palveluun oli vaivatonta ja nopeaa.



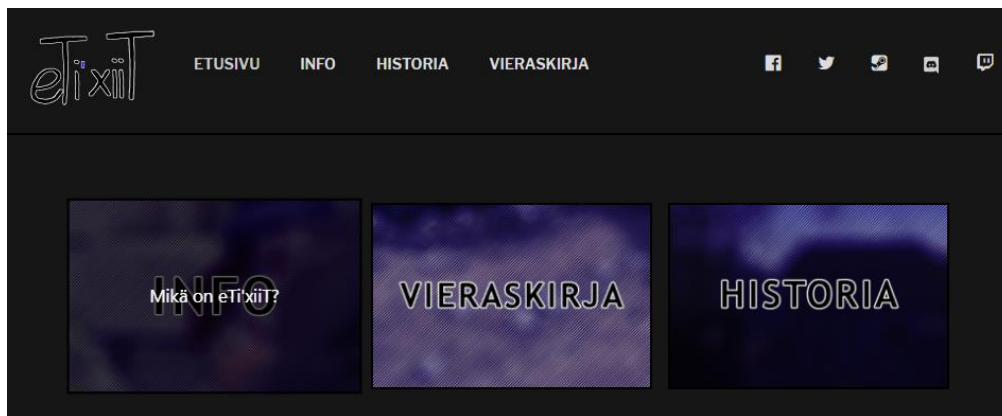
You are accessing Pilvia
development website

etixiit.pilvia.site

Got it!

KUVA 8. Pilvian ilmoitus, kun saapuu sivustolle.

WordPress-julkaisujärjestelmään otettiin käyttöön uusin teema, Twenty Seventeen, koska se on valmiiksi nykyaikainen ja siinä on myös paljon ominaisuuksia, joita sivustolle haluttiin, kuten että, se on muokattavissa ilman erikoisempia ratkaisuja. Sivustolle laitettiin Twenty Seventeenin tumma teema päälle, koska värityksen haluttiin olevan tumma eikä liian kirkas. Sivuston korostusväreinä toimivat musta ja sininen. Sivuston navigointipalkki toteutettiin perinteisesti. Navigointipalkki pysyy koko ajan sivuston yläreunassa. Navigointipalkkiin laitettiin sivuston osien lisäksi myös logo sekä sosiaalisen median kuvakkeet. Sosiaalisen median linkit sekä linkit sivuston eri osiin löytyvät sivuston alareunasta. Myös navigoinnista löytyvät linkit on laitettu etusivuille esiin kuviin (kuva 9).

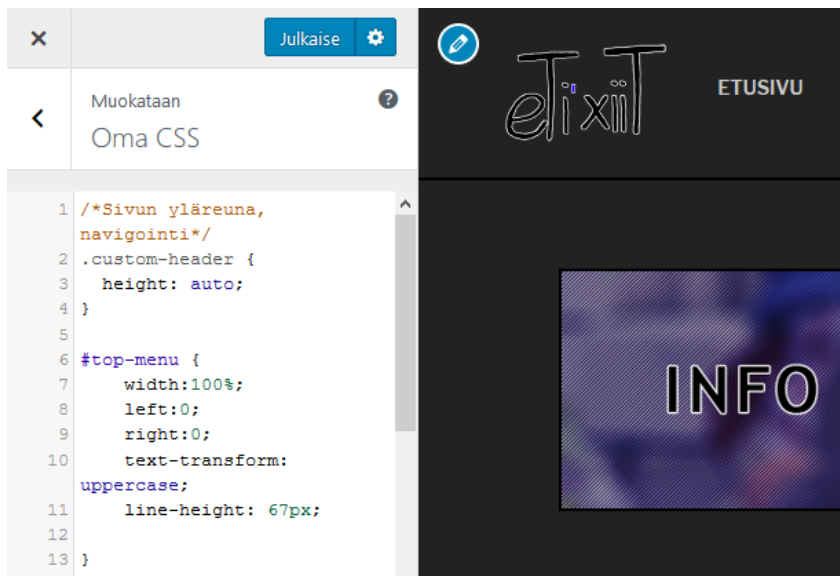


KUVA 9. Sivuston navigointipalkki sekä värimaailmaa

4.3 CSS-tyylitiedosto

Sivustolla käytettiin WordPressin Twenty Seventeen -teemaa, ja siitä tehtiin lapsiteema. Lapsiteemalla tarkoitetaan pääteeman, eli Twenty Seventeen kopiota, johon tehdään muokkaukset. Lapsiteema otettiin käyttöön, koska haluttiin muokata Twenty Seventeen -teemaa ilman, että alkuperäinen Twenty Seventeen -teema ottaa näitä muokkauksia käyttöön. Myös Twenty Seventeen -teeman päivitykset olisivat saattaneet rikkoa omia muokkauksia, jos lapsiteemaa ei olisi tehty. Omat muokkaukset tein lapsiteeman alaisuudessa olevaan WordPressin Oma CSS -kohtaan (kuva 10). Tätä muokkaustapaa en ollut ennen tehnyt. Oma CSS oli helppo muokata, ja siitä oli helppo seurata, mitä muokkaukset tekivät sivustolle, koska muutokset näkyivät reaaliajassa muokkausikkunan oikealla puolella.

Sivuston suurimmat muokkaukset tehtiin navigointipalkkiin. Alun perin navigointipalkin yläpuolella oli ylätunnisteessa iso kuva, joka poistettiin, koska suuri kuva ei olisi sopinut sivustolle. Muita navigointipalkille tehtyjä muokkauksia, olivat fontin pakottaminen isoille kirjaimille sekä sosiaalisen median kuvakkeiden pakottaminen oikeaan laitaan. Myös navigointipalkille ohjattiin tietty korkeus CSS:n avulla. Navigointipalkista haluttiin juuri oikean kokoinen, jotta logo sopisi juuri sopivasti siihen. CSS:n avulla myös muokattiin mobiilinäkyvyyttä sivustolla, jotta sivusto näyttäisi hyvältä ja selkeältä mobiililaitteellakin. Muuten sivuston ulkonäköä ei paljoa muokattu CSS:n avulla. Muokkaukset olivat enimmäkseen koko sivustoa koskevia, juuri navigaatiota, sivuston kokoa, väritystä ja sivuston yksityiskohtien muokkaamista ja korostamista.



KUVA 10. Oma CSS ja näkymä sivuston muokatessa

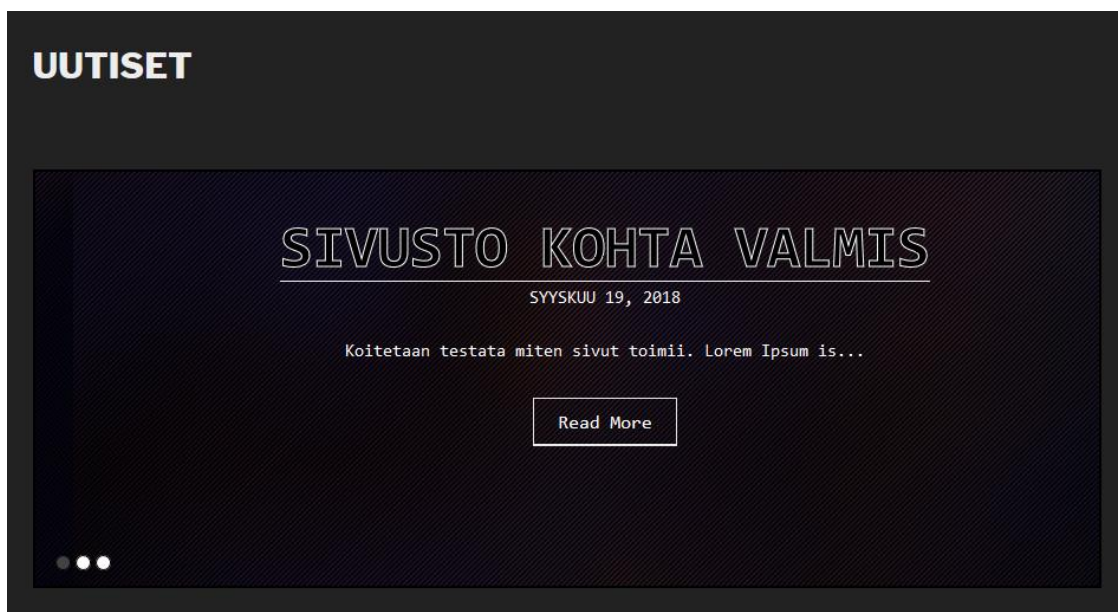
4.4 Sivuston lisäosat

Sivuston tekemisessä hyödynnettiin erilaisia lisäosia, jotka helpottivat työtä. Tällaisia yksittäisiä lisäosia, joita käytettiin sivuston toteuttamisessa, olivat FooGallery, Menu Icons ja Recent Post Slider. Näiden avulla sivuston ulkonäöstä saatiin halutunlainen. Näiden lisäosien lisäksi käytettiin myös seuraavia lisäosia: All-in-One WP Migration, iThemes Security, Yoast SEO ja No CAPTCHA reCAPTCHA.

FooGalleryn avulla luotiin sivuston etusivulle suuret kuvalliset linkit, joista pääsi sivuston muihin osiin. Lisäosa oli mielestäni yllättävän hyvin muokattavissa, vaikka käytinkin ilmaisversiota lisäosasta. Kuvien kokoa ja sen efektejä oli helppoa muokata lisäosan avulla. Lisäosassa oli helppoa antaa kuville valmiiksi CSS-määrittelyt. Sivustossa käytin kuitenkin vain efektiä: kun hiiri on kuvan päällä, ilmestyy näkyviin lyhyt teksti, joka kertoo mitä linkin takaa löytyy.

Menu Icons -lisäosalla tein navigointipalkista juuri sellaisen kuin halusin. Lisäosan avulla saatiin logo sekä sosiaalisen median kuvakkeet esille navigointipalkkiin. Lisäosassa oli myös erittäin hyvää se, että siinä oli valmiiksi monen eri kuvaketarjoajan kuvakkeita eikä niitä tarvinnut itse ladata lisäosaan. Jos kuvaketta ei löytynyt valmiina, sen pystyi itse lataamaan siihen. Myös kuvia pystyi käyttämään lisäosassa kuvakkeena.

Uutiset laitettiin näkyville etusivuille Recent Post Sliderin avulla (kuva 11). Lisäosan avulla saatiin pyörimään etusivuille rullana kolme uusinta artikkelia eli sivuston tapauksessa uutista. Uutiseen pääsee lukemaan painamalla joko uutisen otsikkoa, joka on alleviivattuna, tai painamalla ”Read More”-painiketta. Kuvat saadaan lisäosaan näkyviin artikkelin ”artikkelikuva”-kohdasta. Uutiset eivät erityisesti näy sivustolla muuten kuin etusivuilla. Vanhat uutiset eivät ole sivustolla esillä muualla kuin alareunan menu-kohdasta löytyvästä ”Uutiset”-linkkistä.



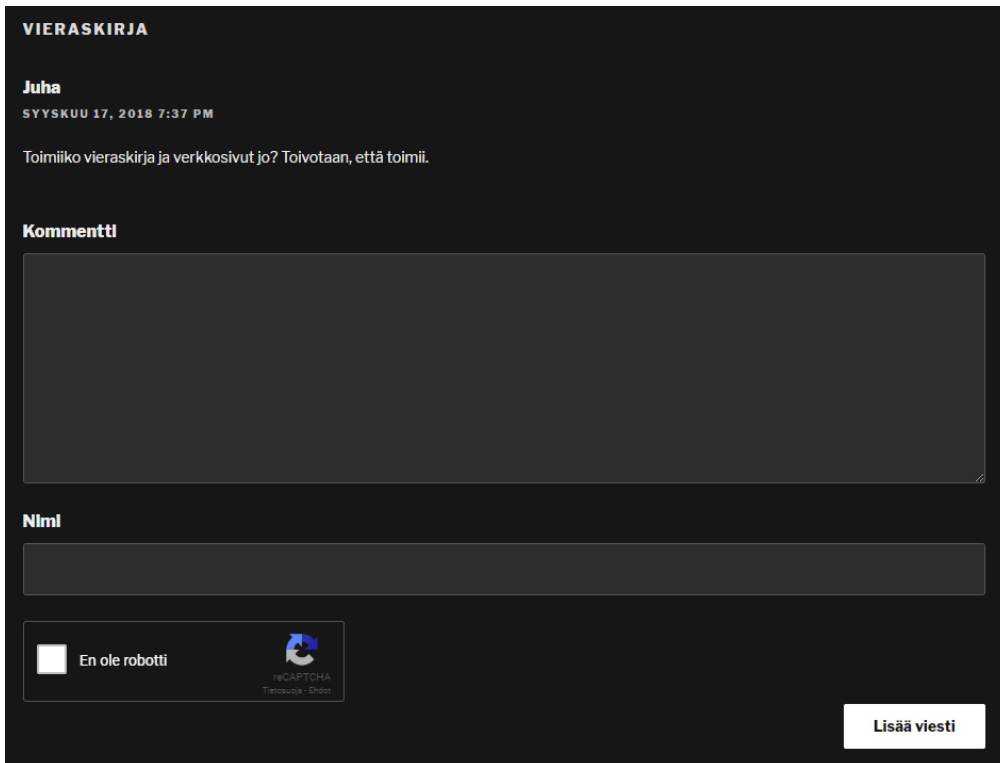
KUVA 11. Uutiset-näkymä sivustolla

Neljä muuta lisäosaa käytettiin erilaisiin asioihin, joihin ne olivat erikoistuneet. All-In-One WP Migrationia käytettiin WordPress-julkaisujärjestelmän varmuuskopiointiin, koska se oli yksinkertaisin lisäosa varmuuskopiointiin. Turvallisuudesta vastasi iThemes Security, joka oli yksi suosituimmista ilmaisista tietoturvalisäosista WordPressille. Hakukoneoptimoinnissa hyödynnettiin Yoast SEO -lisäosaa. Yoast SEO -lisäosa on yksi suosituimmista hakukoneoptimointi-lisäosista WordPressiin. Näistä neljästä tuntemattomin lisäosa oli kuitenkin No CAPTCHA reCAPTCHA, jolla toteutin vieraskirjaan CAPTCHA-varmenteen, jotta roskapostin määrää pystyttäisiin edes vähän rajoittamaan.

4.5 Vieraskirja

Sivustolle haluttiin vanhanaikainen vieraskirja, johon kävijät voivat kirjoittaa mielteitään sekä palautteita ilman sisään kirjautumista. WordPressissä ei ollut valmiina sellaista ominaisuutta taikka

lisäosaa, joka olisi täyttänyt yhteisön tarpeet. Tämän takia mietin monia erilaisia vaihtoehtoja sille, miten kyseisen vieraskirjan voisi toteuttaa. Pääsin loppujen lopuksi vaihtoehtoon, jossa WordPressin kommenttikentästä muokattaisiin vieraskirja, johon kirjoitettaisiin viestejä nimen takaa (kuva 12). Tällainen ratkaisu muistutti erittäin paljon vanhaa vieraskirjaa, joka oli mennyt rikki vuosien saatossa.



The image shows a dark-themed comment form. At the top, it says "VIERASKIRJA". Below that, the name "Juha" and the date "SYYSKUU 17, 2018 7:37 PM" are displayed. A message reads: "Toimiiko vieraskirja ja verkkosivut jo? Toivotaan, että toimii." There is a large text area for comments, followed by a "Nimi" (Name) input field. At the bottom left, there is a checkbox labeled "En ole robotti" (I am not a robot) next to a reCAPTCHA logo. A "Lisää viesti" (Add message) button is located at the bottom right.

KUVA 12. Kuvakaappaus vieraskirjasta

Vieraskirjan tekeminen kommenttikentässä oli yllättävän helppoa, kun oli googlettanut, kuinka kommenttikentästä voidaan vaihtaa sekä poistaa turhia kenttiä. Kommenttikentän muokkaaminen tapahtui lapsiteeman functions.php:n avulla sekä lapsiteeman CSS:n muokkaamisella, jolla saatiin tarpeeksi tilaa vieraskirjaan sekä vieraskirjasta sen näköinen kuin haluttiin (kuva 13). CSS:ssä myös turhia tekstejä saatiin piilotettua "Display: none" -komennon avulla. Tämä helpotti sitä, että vieraskirjassa ei näy asioita, jotka liittyisivät liian paljon kommenttikenttään. Myös vieraskirjassa saatiin toimimaan CAPTCHA-varmennus, joka oli alun perin tarkoitettu WordPressin kommenttikentälle. CAPTCHA-varmennuksen avulla voidaan varmentaa, että vieraskirjaan kirjoittaja on ihminen. Jos varmennetta ei ole laittanut ollenkaan, tulee näyttöön teksti "Virhe: Et muistanut varmentaa CAPTCHAA." CAPTCHA-varmennusta tehdään niin kauan, että se menee oikein. Vieraskirjan periaate on se, että uusin viesti tulee alimmaiseksi.


```

32 // Vaihtaa tekstejä kommenttikentässä.
33 function ia_comment_form_text ($fields) {
34
35     $fields['label_submit'] = 'Lisää viesti';
36     $fields['title_reply'] = '';
37     $fields['comment-notes'] = '';
38     $fields['comment_notes_before'] = '';
39     $fields['comments-title'] = '';
40     return $fields;
41 }
42 add_filter('comment_form_defaults','ia_comment_form_text');
43 // Poistaa kenttiä
44 function ia_comment_form_fields($fields){
45     $fields['email'] = '';
46     $fields['url'] = '';
47     return $fields;
48 }
49
50 add_filter('comment_form_default_fields','ia_comment_form_fields');

```

KUVA 13. Kuvakaappaus muokattuun `functions.php:n`

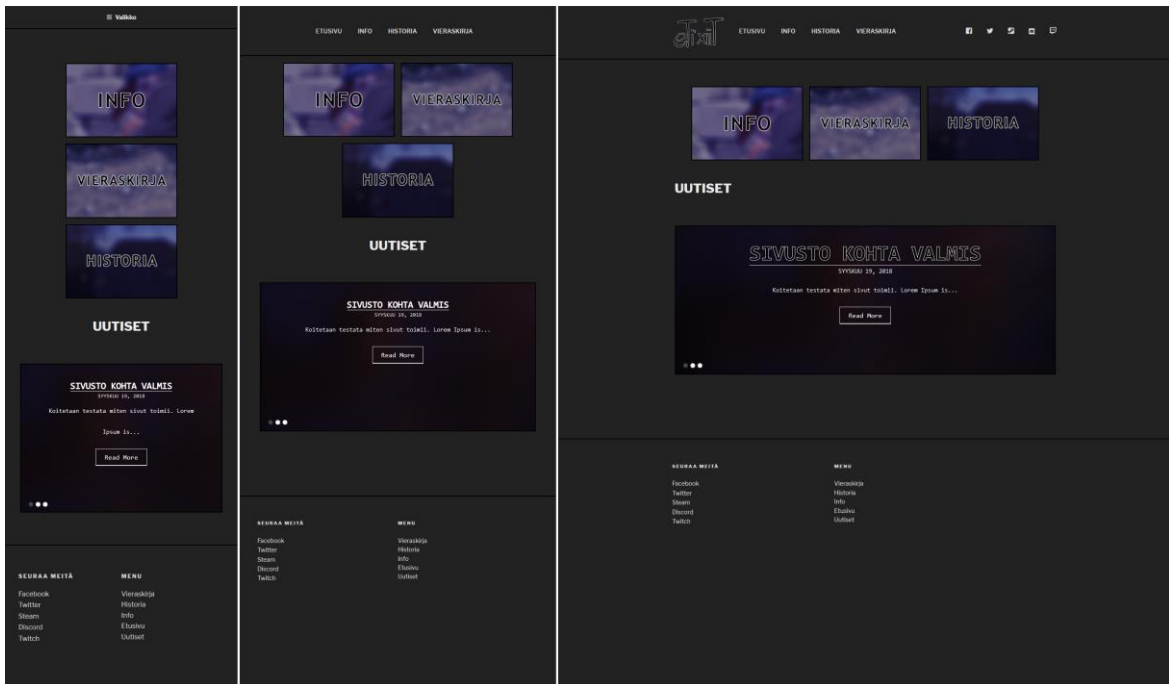
4.6 Hakukoneoptimointi ja tietoturva

Sivustolle tehtiin hakukoneoptimointi hyödyntäen Yoast SEO -lisäosaa. Kyseessä on hakukoneoptimointiin tarkoitettu lisäosa, jossa on kaikki tarvittavat ominaisuudet. Hakukoneoptimointi pidettiin sivustolla minimissä, koska sivustolla ei ole paljoa sisältöä eikä linkityksiä sivuston ulkopuolelle ole monta. Yoast SEO -lisäosan avulla sivuille annettiin avainsanoja sekä meta-kuvauksia. Avainsainoina käytettiin sanoja, jotka kuvastavat sivustoa hyvin, sekä niitä sanoja, jotka löytyvät sivustolta. Tällaisia olivat etixiit, yhteisö, peliyhteisö, klaani, pelaaminen ja verkkoyhteisö. Meta-kuvauksiin kirjoitin lyhkäisiä tekstejä, jotka kuvastivat sivuston osaa. Esimerkiksi vieraskirjan meta-kuvaukseen kirjoitin: ”Vieraskirja on paikka, johon saa vapaasti kirjoittaa. Kerro siis kuulumisesi eTi'xiiTin vieraskirjassa.” Sivuston sisältö ei ollut paras mahdollinen hakukoneoptimointiin, koska sivustolla oli vähän sisältöä, mukaan lukien tekstiä. Nämä olivat asioita, joista Yoast SEO -lisäosa antoi moitteita sivustosta.

Sivustolle asennettiin iThemes Security-lisäosa, joka on tietoturvalisäosa. Lisäosassa on ominaisuuksia, jotka auttavat pitämään sivuston turvallisena ja puhtaana epäilyttävistä asioista. Sivustolle otettiin käyttöön ne lisäosan ominaisuudet, jotka olivat käytössä jo silloin, kun lisäosa asennettiin sivustolle. Tällaisia olivat esimerkiksi lisäosan ”Banned Users” ja ”Security Check” ominaisuudet. Lisäosa oli helppoa ottaa käyttöön sivustolle, vaikka lisäosassa olikin paljon erilaisia turvallisuusosioita. Myös tässä lisäosassa oli maksullisia ominaisuuksia.

4.7 Sivuston responsiivisuus

Sivusto toteutettiin sillä periaatteella, että se toimii samoin joka laitteella, jolla sitä selataan. Pienillä ulkonäkömuutoksilla saatiin sivuston toimivuutta parannettua, koska sivustolle haluttiin paras mahdollinen käyttökokemus laitteesta riippumatta. Esimerkiksi logo poistettiin sivulta, kun menttiin pienempään kuvaruutukokoon. Navigointipalkista poistettiin sosiaalisen median kuvakkeet, kun ruudun koko pieneni. Näin saatiin lisää tilaa navigointipalkkiin. Sosiaalisen median linkitykset löytyvät pienennetyissä versioissa joka tapauksessa sivuston alalaidasta. Muuten sivustot ovat samanlaisia laitteista riippumatta. ”Uutiset”-ikkunan tekstin koko sekä tyyli vaihdettiin sopimaan enemmän mobiililaitteelle, jotta siitä tuli selkeälukuisempi näillä laitteilla. Sisältö on kaikissa keskitetty sivuston keskiosaan näkyville ja kuvia on käytetty jonkin verran.



KUVA 14. Sivuston ulkonäkö erikokoisilla näytöillä

5 YHTEENVETO

Opinnäytetyö toteutui niin kuin olin ajatellutkin sen toteutuvan. Myös toimeksiantaja oli siihen tyytyväinen. Hakemastani tiedoista opinnäytteen tietoperustassa oli apua jonkin verran, kun sivustoa suunniteltiin ja toteutettiin. Eniten hyötyä oli verkkosivujen suunnittelutapoja sekä hakukoneoptimointia koskevista tiedoista.

Verkkosivuja lähdettiin toteuttamaan sillä periaatteella, että niistä tulee nykyaikaisen näköiset, minimalistiset ja että ne toimivat samoin kaikilla laitteilla. Näihin suunnittelu- ja toteutusasioihin auttoi merkittävästi se, että tietoperustassa olin tutustunut verkkosivujen erilaisiin suunnittelutapoihin. Näistä suunnittelutavoista käytin pääsääntöisesti flat designiä apuna verkkosivua tehdessä. Lisäksi mobiili ensin -suunnittelu oli taustalla tukevana suunnittelutapana. Seurasin tarkkaan suunnittelu- ja kehitysvaiheessa, miltä sivusto näyttää mobiililaitteilla. Sivustolla on jonkin verran flat designistä saatuja piirteitä, vaikka sivusto ei ole kokonaan sillä suunniteltu. Esimerkiksi sivuston kuvat eivät ole perinteisen flat designin tapaisia. Sisältö ensin -suunnittelua oli aluksi tarkoitus käyttää suunnittelussa, mutta en saanut tarpeeksi ajoissa sivuston päivitettyä sisältöä, jotta olisin voinut hyödyntää sitä.

Sivustolle tehtiin myös tietoperustassa mainittu hakukoneoptimointi Yoast SEOlla. Hakukoneoptimoinnissa laitettiin sivuston eri osille avainsanoja sekä meta-kuvauksia, jotka helpottivat saamaan sivustolle näkyvyyttä hakukoneissa. Opinnäytetyön tietoperustassa esitellyistä WordPressin -lisäosista käytettiin sivuston toteutuksessa vain Yoast SEO-lisäosaa. Muita esiteltyjä lisäosia ei käytetty, koska sivusto ei tarvinnut niitä. Myös tietoperustassa mainitut sosiaalisen median kuvakkeet tulivat sivustolle.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli toteuttaa pelaajayhteisölle verkkosivut, jotka täyttäisivät sen vaatimukset. Vaatimukset olivat yksinkertaisesti nykyaikaiset verkkosivut, jotka olisivat minimalistiset mutta sisältäisivät myös sopivasti tietoa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli myös etsiä tietoa siitä, miten verkkosivuja toteutetaan vuonna 2018. Opinnäytetyöraportissa on sisältöä verkkosivujen suunnittelusta, WordPressin lisäosista sekä muista asioista, jotka liittyvät nykypäivän verkkosivuihin. Opinnäytetyöraportissa käydään läpi myös, miten GDPR-tietosuojasetus vaikuttaa verkkosivuihin ja millä tavalla sosiaalista mediaa kannattaa hyödyntää verkkosivuilla. Verkkosivuista saatiin loppujen lopuksi sellaiset, joihin toimeksiantaja on tyytyväinen. Verkkosivujen toteutuksessa ei ollut ylitsepääsemättömiä ongelmia.

Verkkosivusto toteutettiin WordPress-julkaisujärjestelmällä, koska sivustolta haluttiin helppokäyttöisyyttä. Twenty Seventeen -teeman avulla saatiin kaikki vaatimukset, mitä verkkosivulle oli asetettu täytettyä pienellä muokkaamisella. WordPress on myös helposti opeteltava, joten kuka tahansa pystyy päivittämään sivustoa jatkossa. Verkkosivun lopullinen tekstisisältö lisätään sivustolle vasta, kun opinnäytetyö on valmistunut.

Verkkosivun etusivulla olevia kuvapainikkeita sekä uutisiin tarkoitettua kuvavieritystä piti pohtia moneen kertaan sekä muuttaa sitä koskevia suunnitelmia. Suunnitelmien muuttumiseen vaikuttivat WordPressin ilmaiset lisäosat, joiden muokattavuus oli haastavaa. Myös lisäosien koodin muokkaaminen joissain tilanteissa oli erittäin vaivalloista, eikä se onnistunut. Alkuperäisen suunnitelman mukaan myös etusivulla näkyvä ”Uutiset”-kohdassa piti olla kolme kuvaa eikä yhtä suurta kuvaa. Verkkosivuilla ei muuten ollut suurempia ongelmia. Myös verkkosivuja tehdessä käytettiin apuna jonkin verran Googlea, jotta saatiin muokattua esimerkiksi kommenttikentästä vieraskirja.

Opinnäytetyöraportin kirjoittaminen ja verkkosivun toteuttaminen opettivat minulle paljon uusia asioita, minkä lisäksi vanhoja asioita palautui mieleeni. WordPressiä osaan hallita nyt paremmin kuin opinnäytetyön alussa. WordPressin muokkaamisesta opin myös paljon. Myös ilmaisten lisäosin muokkaamisesta opin sen, että niitä ei ole aina kaikista helpointa muokata juuri sellaisiksi kuin haluaa. Lisäosien muokkaamisen kautta opin myös käyttämään verkkoselainten ”Inspect Element”-ominaisuutta paremmin. Tietoperustasta opin paljon. Näitä asioita olivat erityisesti verkkosivujen erilaiset suunnittelutavat sekä tiedot GDPR-tietosuojasetuksesta, josta en ennen opinnäytetyötä

oikeastaan tiennyt mitään. Hakukoneoptimoinnista sekä sosiaalisen median vaikutuksista verkkosivuille opin sen, kuinka paljon ne oikeasti vaikuttavat sivuston liikenteeseen.

LÄHTEET

Barnes, L. 2018. 2019 Web Design Trends. Viitattu 24.9.2018, <https://www.the-design.com/blog/2018/web-design-trends-2019>.

Barnhart, B. 2018. How to Integrate Social Media into Your Website to Increase Your Ecommerce Sales. Viitattu 27.5.2018, <https://hi.photoslurp.com/blog/integrate-social-media-into-your-website-to-increase-your-ecommerce-sales/>.

Cardello, J. 2017. The modern web design process: Putting content first. Viitattu 25.5.2018, <https://webflow.com/blog/the-modern-web-design-process-putting-content-first>.

Childers, B. 2016. Website and Social Media Integration: Why and How. Viitattu 27.5.2018, <https://foxxr.com/website-social-media-integration/>.

Findwise 2018. Mitä jokaisen kuuluu tietää EU:n uudesta tietosuoja-asetuksesta GDPR? Viitattu 23.5.2018, <https://findwise.com/en/gdpr-fi>.

Frans Hals Museum 2018. Kuva etusivusta. Viitattu 18.6.2018, <https://www.franshalsmuseum.nl/en/>.

GitHub 2018. Kuva etusivusta. Viitattu 18.6.2018, <https://github.com/>.

Gonzalo, F. 2017. Understanding the difference between mobile-first, adaptive and responsive design. Viitattu 26.5.2018, <http://fredericgonzalo.com/en/2017/03/01/understanding-the-difference-between-mobile-first-adaptive-and-responsive-design/>.

Google 2018. Kuva meta-kuvauksesta. Viitattu 3.8.2018, <https://www.google.fi/search?q=Oulu>.

Gremillion, B. 2018. A Hands-On Guide to Mobile-First Responsive Design. Viitattu 25.5.2018, <https://www.uxpin.com/studio/blog/a-hands-on-guide-to-mobile-first-design/>.

IT Support Guides 2017. Free vs premium WordPress plugins. Viitattu 21.9.2018, <https://www.it-supportguides.com/blog/free-vs-premium-wordpress-plugins/>.

Karol, K. 2016. Content First Web Design: What It's About and How to Get Started. Viitattu 25.5.2018, <https://blogs.adobe.com/creativecloud/content-first-web-design-what-its-about-and-how-to-get-started/>.

May, T. 2018. The beginner's guide to flat design. Viitattu 24.5.2018, <https://www.creativebloq.com/graphic-design/what-flat-design-3132112>.

Penttilä, E. 2018. Tietosuoja-asetus selkokielellä. Viitattu 23.5.2018, <https://www.verkkokauppa-blogi.fi/tietosuoja-asetus-selkokielella.html>.

Ratcliff, C. 2016. SEO basics: 22 essentials you need for optimizing your site. Viitattu 28.5.2018, <https://searchenginewatch.com/2016/01/21/seo-basics-22-essentials-you-need-for-optimizing-your-site/>.

Rocheleau, J. 2018. Ultimate Guide to Flat Website Design. Viitattu 24.5.2018, <https://www.hongkiat.com/blog/flat-design-resources/>.

Saeed, S. 2017. 4 Ways to Boost Your SEO Ranking with Google Analytics. Viitattu 28.5.2018, <https://www.monsterinsights.com/4-ways-to-boost-your-seo-rankings-with-google-analytics/>.

Sallinen, J. 2018. 10 harhaa ja myyttiä GDPR tietosuoja-asetuksesta – osa 1. Viitattu 23.5.2018, <https://www.meteoriitti.com/2018/02/02/10-gdpr-harhaa-ja-myyttia-osa-1/>.

Shivar, N. 2016. What Does Google Analytics Do? And What Can I Do With Google Analytics? Viitattu 28.5.2018, <https://www.shivarweb.com/2977/what-does-google-analytics-do/>.

Tayroc 2018. Kuva Instagram-syötteestä. Viitattu 18.6.2018, <https://eu.tayroc.com/>.

Verkkokauppa.com 2018. Kuva tietoselosteesta. Viitattu 18.6.2018, <https://www.verkkokauppa.com/fi/ohjeet/tietosuojaseloste>.

WordPress 2018a. Plugins. Viitattu 28.5.2018, <https://wordpress.org/plugins/>.

WordPress 2018b. About. Viitattu 3.6.2018, <https://fi.wordpress.org/about/>.

WordPress 2018c. Yoast SEO. Viitattu 5.6.2018, <https://fi.wordpress.org/plugins/wordpress-seo/>.

WordPress 2018d. Contact Form 7. Viitattu 5.6.2018, <https://fi.wordpress.org/plugins/contact-form-7/>.

WordPress 2018e. Akismet Anti-Spam. Viitattu 5.6.2018, <https://fi.wordpress.org/plugins/akismet/>.

WordPress 2018f. Jetpack by WordPress.com. Viitattu 6.6.2018, <https://fi.wordpress.org/plugins/jetpack/>.

WordPress 2018g. Social Media Share Buttons & Social Sharing Icons, Viitattu 3.8.2018, <https://wordpress.org/plugins/ultimate-social-media-icons/>.

WordPress 2018h. WP GDPR Compliance. Viitattu 3.8.2018, <https://wordpress.org/plugins/wp-gdpr-compliance/>.

W3Techs 2018. Tilasto julkaisujärjestelmistä. Viitattu 18.6.2018, https://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all.