

Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Ranking Webometrics Pada Web STIKI Malang

Febry Eka Purwiantono^{1,*}

¹ Manajemen Informatika; Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia; Jl. Raya Tidar 100 Malang Jawa Timur, Telp. (0341) 560823, Fax. (0341) 562525; e-mail: febry@stiki.ac.id

* Korespondensi: e-mail: febry@stiki.ac.id

Diterima: 2 Maret 2019; Review: 7 Maret 2019; Disetujui: 13 Maret 2019

Cara sitasi: Purwiantono FE. Metode *Search Engine Optimization (SEO)* Untuk Meningkatkan Ranking *Webometrics* Pada Web STIKI Malang. *Information System For Educators and Professionals*. 3 (2): 111 –120.

Abstrak: Di era industri 4.0, setiap universitas memiliki web yang dapat digunakan sebagai media informasi, promosi dan barometer untuk mengukur kualitas dan kredibilitas dari web universitas itu sendiri. *Webometrics* adalah sebuah sistem perangkingan web universitas yang dapat mengukur kualitas dan kredibilitas web dari suatu universitas. Aspek penilaian yang digunakan oleh *Webometrics* antara lain *Presence*, *Visibility*, *Transparency* dan *Excellence*. STIKI Malang pada bulan Januari 2018 menempati posisi 244 di level Nasional. Minimnya jumlah halaman web STIKI Malang yang terindeks di *Google*, jumlah *backlinks* dan jumlah pengunjung menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi popularitas sekaligus peringkat web STIKI Malang di *Webometrics*. Oleh sebab, peneliti membutuhkan sebuah teknik yang dapat meningkatkan popularitas web STIKI khususnya terkait *Google* Indeks, *backlinks* dan jumlah pengunjung. Teknik yang paling memungkinkan untuk diimplementasikan adalah *SEO (Search Engine Optimization)*. *SEO* merupakan serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari. Hasilnya, STIKI Malang berhasil menempati posisi 205 di level Nasional setelah penelitian ini selesai dilaksanakan yaitu pada bulan Juli 2018.

Kata kunci: Perangkingan Web, *Search Engine Optimization*, STIKI Malang, *Webometrics*, Website

Abstract: In the era of industry 4.0, every university has web that can be used as information media, promotion and barometer to measure the quality and credibility of the university web. *Webometrics* is an university rank system that can measure the web quality and credibility of an university. The assessment aspects used by *Webometrics* include *Presence*, *Visibility*, *Transparency* and *Excellence*. STIKI Malang in January 2018 ranked 244 at National level. The lack of STIKI Malang web pages indexed on *Google*, the number of *backlinks* and the number of visitors is one of the factors that influence the popularity and rank of STIKI Malang website on *Webometrics*. Therefore, researcher need a technique that can increase the popularity of STIKI Malang website, especially related to *Google* Index, *backlinks* and number of visitors. The most possible technique to be implemented is *SEO (Search Engine Optimization)*. *SEO* is a series of processes carried out systematically that aim to increase volume and quality of traffic visits through search engines. As a result, STIKI Malang managed to occupy 205 at National level after research was completed in July 2018.

Keywords: *Search Engine Optimization*, STIKI Malang, *Webometrics*, *Web Rank*, Website

1. Pendahuluan

Di era industri 4.0, web berkembang sangat pesat. Hampir setiap institusi memiliki sebuah web termasuk institusi di bidang pendidikan. Website merupakan sekumpulan halaman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa text, gambar, video, audio dan animasi lainnya yang disertakan melalui jalur koneksi internet [Wahyuningtyas et al., 2018]. Website mempunyai peranan penting bagi sebuah institusi yaitu sebagai media informasi dan promosi [Hidayatullah, 2016].

Peranan website pada suatu institusi di bidang pendidikan khususnya perguruan tinggi tidak hanya sebatas sebagai media informasi dan promosi saja, namun website pada suatu perguruan tinggi dijadikan salah satu barometer yang dipakai untuk mengukur kualitas dan kredibilitas dari perguruan tinggi itu sendiri. Situs web yang baik adalah situs web yang banyak diminati oleh penggunanya. Website perguruan tinggi perlu mendapat perhatian demi menjaga konsistensi popularitasnya, sehingga kualitas perguruan tinggi bila dilihat dari aspek penilaian situs web menjadi lebih baik [Puspitasari and Widyobroto, 2013].

Sebuah organisasi penelitian di Spanyol yang melakukan perankingan website perguruan tinggi yang ada di seluruh dunia berdasarkan aspek penilaian situs web yaitu *Consejo Superior de Investigaciones Cientificas (CSIC)*. Perankingan situs perguruan tinggi yang dibuat oleh CSIC sering dikenal sebagai *Webometrics*. Aspek penilaian yang digunakan oleh *Webometrics* (Januari 2018) antara lain *Presence* (jumlah halaman dan file maupun dokumen lain yang ada), *Visibility* (jumlah *backlink* atau tautan di situs lain yang menuju ke website yang ditarget [Bai et al., 2016]), *Transparency* (jumlah sitasi dari dosen yang diambil dari *Google Scholar*) dan *Excellence* (jumlah penelitian dosen yang diambil dari *Scimago*) dengan presentase masing-masing sebesar 35%, 50%, 10% dan 5% [Shadpour et al., 2017].

Dilihat dari sistem penilaian yang dilakukan oleh *Webometrics*, dapat diambil kesimpulan bahwa 85% aspek yang dinilai oleh *Webometrics* adalah situs web dari perguruan tinggi dan 15% sisanya adalah penelitian dosen. Pada edisi *Webometrics* bulan Januari 2018, Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia Malang atau sering disebut STIKI Malang berada pada posisi 244 di level Nasional dengan rincian sebagai berikut : *Presence* (7431 points), *Impact* (10960 points), *Openness* (9593 points) dan *Excellence* (5777 points).

Webometrics mengakumulasi nilai *Presence* dan *Visibility* berdasarkan jumlah halaman situs web perguruan tinggi yang terindeks di *Google* dan jumlah link yang mengarah ke situs perguruan tinggi yang terhitung di *Ahrefs Majestics*. Sedangkan untuk *Transparency* dan *Excellence*, *Webometrics* menggunakan *API (Application Programming Interface)* dari *Google Scholar Citations* dan *Scimago* untuk *grabbing* nilai dari penelitian yang dilakukan oleh dosen pada masing-masing perguruan tinggi. Selain itu, *Webometrics* juga menggunakan statistik *Alexa Rank* (semakin kecil nilainya semakin baik) untuk menggambarkan jumlah pengunjung pada situs perguruan tinggi. Popularitas web STIKI Malang pada bulan Januari 2018 bila dilihat berdasarkan *API* yang digunakan oleh *Webometrics* adalah sebagai berikut: 7.970 halaman terindeks di *Google*, 5.912 *backlinks* ditemukan di *Ahrefs Majestics* dan *Alexa Rank* sebesar 385.000.

Seperti yang diketahui sebelumnya, *Webometrics* merupakan situs perankingan web universitas yang diakui di Indonesia. Tentunya hal ini akan menjadi sebuah motivasi bagi perguruan tinggi yang ada di Indonesia khususnya STIKI Malang untuk meningkatkan peringkat perguruan tinggi-nya di *Webometrics* demi menjaga kualitas dan kredibilitas dari perguruan tinggi itu sendiri. Bila diamati dari sistem penilaian yang dilakukan oleh *Webometrics*, dapat diambil sebuah hipotesa yaitu untuk meningkatkan rank di *Webometrics*, maka harus meningkatkan popularitas situs web perguruan tinggi terlebih dahulu. Popularitas yang dimaksud mencakup *Google Indeks*, *backlinks* dan *Alexa Rank*.

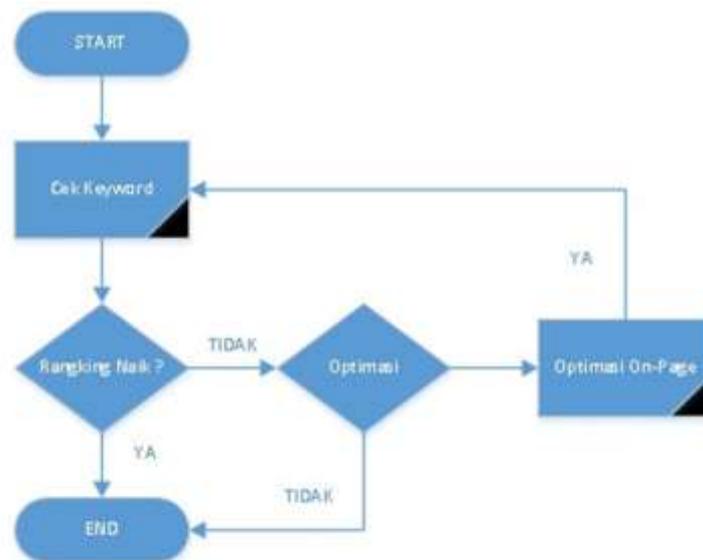
Teknik yang dapat diimplementasikan untuk membuktikan hipotesa tersebut yaitu *SEO (Search Engine Optimization)*. *SEO* adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs web tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari [Gudivada et al., 2015]. Salah satu manfaat bila menggunakan teknik *SEO* adalah membuat sebuah website berada pada halaman pertama di mesin pencari, dengan begitu website tersebut akan berpeluang mendapatkan pengunjung yang jauh lebih banyak [Zhang and Cabage, 2017]. Hal ini tentunya secara otomatis akan meningkatkan popularitas dari situs perguruan tinggi.

SEO dibagi menjadi 2 jenis yaitu *SEO Off-Page* dan *SEO On-Page*. *SEO On-Page* adalah suatu teknik optimalisasi website secara internal, sedangkan *SEO Off-Page* adalah suatu teknik optimalisasi website yang identik dengan penambahan jumlah *backlinks* [Schröer, 2017]. STIKI Malang saat ini menggunakan *CMS (Content Management System) Wordpress*, sehingga untuk implementasi *SEO On-Page* masih mungkin yaitu dengan cara mengoptimasi kata kunci yang ada antara lain : kampus IT dengan lulusan terbaik, penerimaan mahasiswa baru, kampus IT di Malang, kampus IT dengan program Internasional, dan beasiswa kampus IT Malang.

Sehingga saat pengguna internet menginputkan salah satu kata kunci tersebut di mesin pencari maka akan muncul web milik STIKI Malang. Pada saat ini halaman web STIKI belum muncul di mesin pencari dengan kata kunci tersebut. Namun, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, kata kunci yang ditargetkan bisa muncul di halaman mesin pencari (*Google*) sekaligus mendongkrak popularitas web STIKI dan meningkatkan ranking *Webometrics*.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, ada beberapa tahapan yang dilakukan yaitu : **1) Analisa Masalah**, mengidentifikasi, mengumpulkan dan menganalisa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peringkat situs perguruan tinggi di *Webometrics*. **2) Pemecahan Masalah**, memberikan solusi dari masalah yang sudah teridentifikasi. Pada penelitian ini, peneliti memberikan sebuah solusi yaitu implementasi teknik *SEO (Search Engine Optimization)* guna meningkatkan rank web STIKI Malang. **3) Implementasi**, menerapkan solusi yang diusulkan pada penelitian ini yaitu *SEO*. **4) Evaluasi**. Meninjau dan menganalisa hasil implementasi teknik *SEO* yang sudah dilakukan.



Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 1. Flowchart SEO On-Page

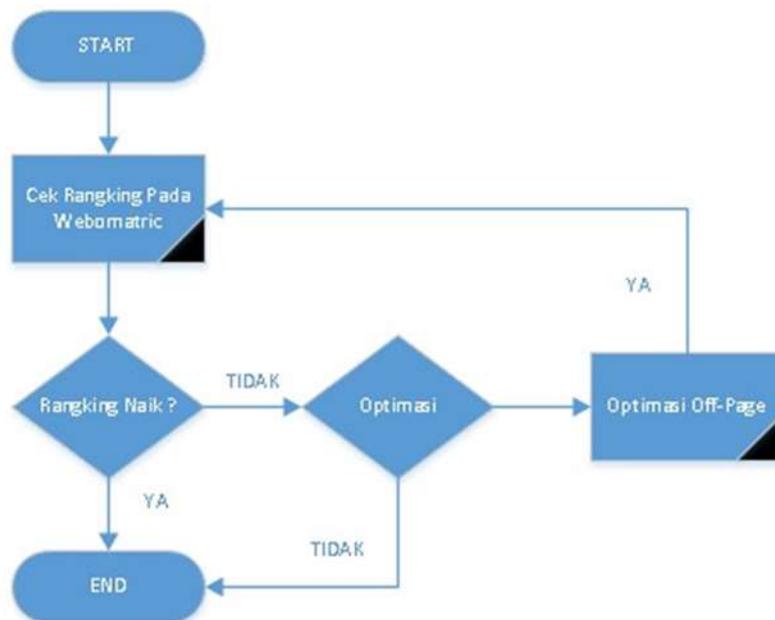
Pada tahap implementasi, ada dua cara yang dilakukan untuk meningkatkan popularitas dan ranking dari website STIKI Malang di *Webometrics* yaitu *SEO On-Page* dan *SEO Off-Page*. Bila menggunakan *CMS (Content Management System) Wordpress*, hal pertama yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan *SEO On-Page* adalah menginstall *plugins SEO* di menu *Plugins > Add New*. *Plugins SEO* yang harus diinstall antara lain *Yoast SEO* untuk optimasi artikel, *Google Sitemap Generator* untuk membuat peta situs, *Auto Ping Optimization* untuk mempercepat indeks halaman web, *SEO ALRP* untuk membuat internal link dan *SEO SearchTerms 2* untuk menampilkan kata kunci-kata kunci yang dicari oleh pengunjung sekaligus menampilkan artikel yang tidak pernah dikunjungi pengunjung di halaman depan.

Hal kedua yang harus dilakukan adalah *research keyword* menggunakan *Google Trend*. *Research keyword* dilakukan untuk mencari kata kunci-kata kunci penting yang paling banyak dicari oleh pengunjung dan tentunya masih relevan dengan website STIKI Malang. Pada tahap

ini, peneliti menemukan kurang lebih 7 kata kunci antara lain: kampus IT dengan lulusan terbaik, penerimaan mahasiswa baru, kampus IT di Malang, kampus IT dengan program Internasional, dan beasiswa kampus IT Malang.

Langkah selanjutnya adalah membuat artikel *long tail keywords* menggunakan kata kunci-kata kunci yang sudah didapatkan tadi. Artikel *long tail keywords* merupakan sebuah artikel yang judulnya mengandung kata kunci yang ditarget namun sedikit lebih panjang (lengkap). Sebagai contoh : kata kunci “kampus IT dengan lulusan terbaik” akan menjadi “STIKI Malang kampus IT dengan lulusan terbaik”. Lalu kata kunci “STIKI Malang kampus IT dengan lulusan terbaik” akan dijadikan judul sebuah artikel yang akan dipublikasikan di halaman web STIKI Malang.

Sebelum dipublikasikan ada beberapa hal yang perlu dilakukan antara lain menuliskan kata kunci yang ditarget di awal paragraf dan ditebalkan, memastikan kata kunci yang ditarget tertuang di isi artikel minimal 3 buah, memberi nama gambar sesuai judul artikel, memastikan artikel yang ditulis bukan plagiat, memperhatikan tata bahasa yang ada, mengisi *meta description* dan *meta tag*. *Meta Description* digunakan untuk menjabarkan deskripsi singkat artikel, sedangkan *meta tag* digunakan untuk menampilkan kata kunci-kata kunci penting terkait artikel. Optimasi artikel tersebut akan terus dilakukan seperti yang terlihat pada Gambar 1 hingga popularitas dari website STIKI Malang naik atau artikel sudah masuk ke halaman pertama *Google* dengan kata kunci yang telah ditargetkan sebelumnya.



Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 2. Flowchart SEO Off-Page

Sedangkan untuk implementasi *SEO Off-Page* dilakukan dengan cara mendaftarkan web STIKI Malang ke *Google Webmaster Tools* dan menambah *backlinks*. Untuk mendaftarkan situs web di *Google Webmaster Tools*, web harus dibuatkan peta situsnya terlebih dahulu. Hal ini dapat diatasi menggunakan *plugins Google Sitemap Generator*. *Google Sitemap Generator* mampu membuat peta situs secara otomatis berdasarkan struktur data dari sebuah halaman web maupun gambar. Sejatinya teknik *SEO On-Page* dan *SEO Off-Page* merupakan satu bagian yang tak terpisahkan dan akan terus saling berhubungan dan berkesinambungan.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, selain mendaftarkan situs web perguruan tinggi ke *Google Webmaster Tools*, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menambah *backlinks*. Ada beberapa cara untuk menambah *backlinks* antara lain *share* artikel ke sosial media, berkomentar di web orang lain (harus relevan), submit web ke direktori dan bertukar link dalam bentuk *blogroll* maupun *blogpost*. *Blogroll* adalah sebuah *backlinks* yang dipasang di sidebar pada suatu halaman web, sedangkan *blogpost* adalah *backlinks* yang dipasang di sebuah artikel halaman web [Dunleavy, 2016].

Mendaftarkan website ke *Google Webmaster Tools* hanya dilakukan sekali ketika situs itu masih aktif. Berbeda dengan *backlinks* yang harus dicari dan ditambah setiap saat hingga popularitas atau peringkat yang ditarget terpenuhi seperti yang terlihat pada Gambar 2. Karena pada dasarnya jumlah *backlinks* bisa berkurang setiap saat apabila link yang ada pada situs tertentu dan mengarah ke situs perguruan tinggi terhapus.

3. Hasil dan Pembahasan

Beberapa tools yang digunakan oleh peneliti untuk melihat hasil dari implementasi teknik *SEO (Search Engine Optimization)* yang telah dilakukan antara lain *WhatsMySERP* untuk melihat peringkat artikel di mesin pencari *Google*, *Google Analytis* untuk melihat statistik pengunjung, *SEOquake* untuk melihat popularitas web, mesin pencari *Google* untuk mencari dan memvalidasi kata kunci yang telah ditargetkan, *Majestics* untuk melihat jumlah *backlinks* dan *Webometrics* itu sendiri yang digunakan untuk melihat hasil akhir (peringkat STIKI Malang).

Keyword	Exact Searches	Curr	Prev	Best	
kampus it dengan lulusan terb		? ←	?		Refresh Delete
penerimaan mahasiswa baru		? ←	?		Refresh Delete
kampus IT di Malang		? ↓	9	9	Refresh Delete
kampus IT dengan program In		? ←	?		Refresh Delete
Beasiswa Kampus It Malang		? ↓	40	13	Refresh Delete

Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 3. Posisi Kata Kunci (Sebelum)

Pada Gambar 3 adalah posisi web STIKI Malang di mesin pencari *Google* pada bulan Januari 2018 untuk masing-masing kata kunci bila diperiksa menggunakan *tools* versi lama. Bila diamati tidak ada halaman web STIKI Malang dengan kata kunci tersebut yang terindeks di halaman mesin pencari *Google*.

kampus it dengan lulusan terbaik	-	-	-		Refresh X
penerimaan mahasiswa baru	-	-	-		Refresh X
kampus IT di Malang	3 ↑	90	-		Refresh X
kampus IT dengan program Internasional	4 ↓	1	-		Refresh X
Beasiswa Kampus it malang	30 ↓	5	2		Refresh X

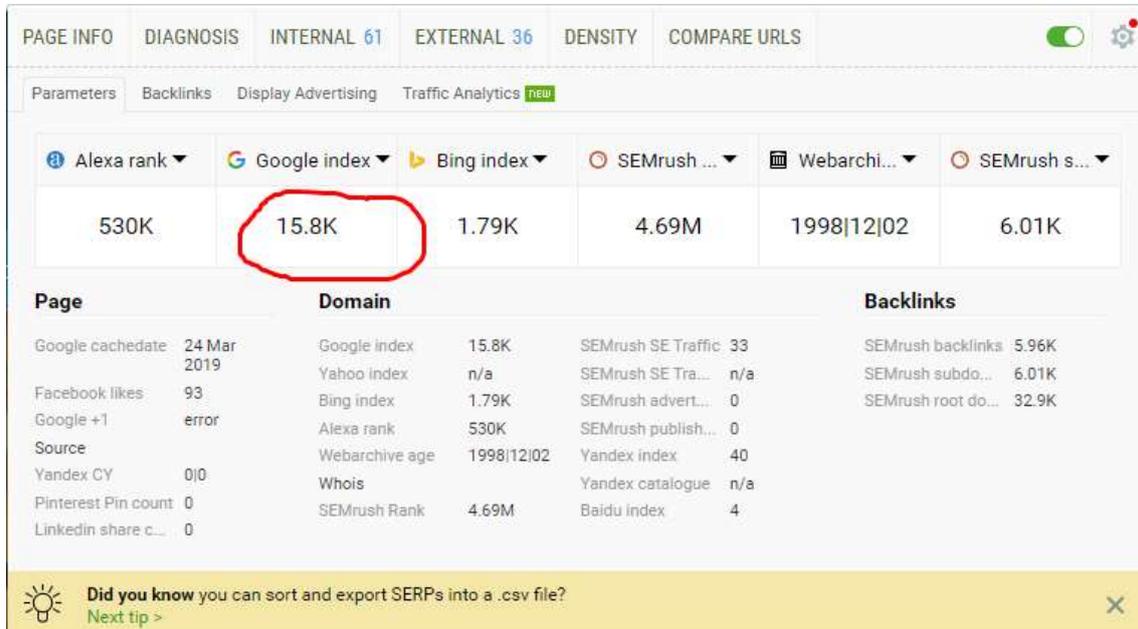
+ Add keyword Export CSV Check All

Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 4. Posisi Kata Kunci (Sesudah)

Sedangkan pada Gambar 4 adalah hasil implementasi teknik *SEO On-Page* pada kata kunci-kata kunci yang telah ditargetkan sebelumnya. Ada 3 kata kunci yang mengalami kenaikan yang sangat tajam yaitu "kampus IT di Malang" yang sebelumnya "?" menjadi posisi 3,

kampus IT dengan program Internasional yang sebelumnya “?” menjadi posisi 4 dan beasiswa kampus IT Malang yang sebelumnya “?” menjadi posisi 30. Ada 2 kata kunci yang tidak berhasil ditingkatkan yaitu “kampus IT dengan lulusan terbaik” dan “penerimaan mahasiswa baru” yang mana posisinya masih “?”. Semua informasi yang ada pada Gambar 4-5 diambil pada bulan Juli 2018.



Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 5. Jumlah *Google* Indeks Web STIKI Malang

Berdasarkan hasil implementasi teknik *SEO On-Page* pada kata kunci-kata kunci tertentu ternyata dapat meningkatkan jumlah *Google* Indeks situs web STIKI Malang. Pada bulan Januari 2018 jumlah halaman STIKI Malang yang terindeks di mesin pencari *Google* hanya 7.970 halaman, namun pada Maret 2019 menjadi 15.800 halaman seperti yang terlihat pada Gambar 5 yang diambil dari *SEOquake*.



Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 6. Jumlah *Backlinks* Web STIKI Malang (Sebelum)

Pada tanggal 2 Mei 2018 website STIKI Malang memiliki 5.912 *backlinks* seperti yang terlihat pada Gambar 6. Setelah dioptimasi menggunakan teknik *SEO Off-Page*, jumlah

backlinks website STIKI Malang meningkat menjadi 8.078 buah pada bulan Juli 2018 seperti yang terlihat pada Gambar 7. Data tersebut diambil dari Majestics.



Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 7. Jumlah *Backlinks* Web STIKI Malang (Sesudah)

Sedangkan untuk statistik pengunjung dapat dilihat pada Tabel 1. Statistik tersebut didapatkan dari *Google Analytics* dan *SEOquake* pada tanggal 2-8 Mei 2018 dan Agustus 2018. Dari statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa teknik *SEO* yang dilakukan masih belum optimal bila digunakan untuk memperbaiki *Alexa Rank*. Seperti yang sudah diketahui sebelumnya, semakin kecil nilai *Alexa Rank*, maka semakin baik. Pada kenyataannya, nilai *Alexa Rank* pada website STIKI Malang justru bertambah menjadi 484.000 yang mana sebelumnya hanya 400.000. Namun walaupun demikian, teknik *SEO* yang sudah dilakukan cukup berhasil bila digunakan untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Pada Tabel 1, jumlah pengunjung unik ditulis sebagai “*users*”, sedangkan untuk jumlah pengunjung dan jumlah halaman yang dibuka oleh pengunjung ditulis sebagai “*session*” dan “*page views*”. Seperti yang diketahui sebelumnya, jumlah pengunjung merupakan salah satu faktor kecil yang mempengaruhi peringkat web STIKI Malang di *Webometrics*, namun menjadi faktor yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu website. Selain pengunjung, ada satu item lagi yang mengalami kenaikan yaitu *bounce rate*/presentase jumlah pengunjung yang bertahan di web dan melakukan sesuatu di halaman web tersebut. Namun untuk *time on page* (berapa lama pengunjung bertahan di web) mengalami penurunan sebanyak 0,32 menit. Hal itu biasanya dipengaruhi dari kualitas konten yang dibuat.

Tabel 1. Statistik Pengunjung

Keterangan	Mei 2018	Agustus 2018	Hasil
Alexarank	400.000	484.000	Gagal
Session	1106 / minggu	1671 / minggu	Berhasil
Users	850 / minggu	1247 / minggu	Berhasil
Page Views	1960 / minggu	3343 / minggu	Berhasil
Bounce Rate	65,01 %	61,40 %	Berhasil
Time on Page	2,29 menit	1,57 menit	Gagal

Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Walaupun ada beberapa indikator popularitas yang tidak dapat ditingkatkan dengan teknik *SEO*, faktanya peringkat STIKI Malang di *Webometrics* pada edisi Juli 2018 tetap naik. Itu artinya indikator popularitas yang dimaksud (*Alexa Rank* dan *time on page*) tidak terlalu berpengaruh di sistem perankingan *Webometrics*. Peringkat STIKI Malang naik menjadi 205 atau 39 tingkat lebih baik dari posisi sebelumnya yaitu 255 se-Indonesia (*Webometrics* edisi Januari 2018 terlihat pada Gambar 8).

Ranking	World Rank	University	Del.	Presence Rank	Impact Rank	Openness Rank	Excellence Rank
236	12130	Poltekkes Surabaya	👉	5899	16342	5562	5777
237	12136	Akademi Farmasi Samarinda	👉	6227	11982	9165	5777
238	12174	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE Malanokucewara Malang	👉	6956	15036	7008	5777
239	12206	Universitas Bunda Mulia Jakarta	👉	5526	10770	9593	5777
240	12219	Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik STISIP Muhammadiyah Sora	👉	16802	9855	9593	5777
241	12295	Universitas Muhammadiyah Riau	👉	8374	14206	7824	5777
242	12325	Institut Teknologi Nasional Bandung	👉	5458	10989	9593	5777
243	12428	Universitas Lancanobuana	👉	15148	14816	6927	5777
244	12448	Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia STIKI	👉	7431	10960	9593	5777
245	12448	Universitas Widya Kartika	👉	13356	13582	8172	5777
246	12475	Universitas Bandar Lampung	👉	6144	16342	6122	5777
247	12484	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional STT NAS Sleman	👉	6960	14637	7792	5777
248	12484	Universitas Teknologi Yogyakarta	👉	8645	16426	5685	5777
249	12516	Universitas Cendrawasih Jayapura	👉	11096	16669	5348	5777
250	12516	Institut Keperawatan dan Ilmu Pendidikan IKIP Mataram	👉	14379	10498	9593	5777

Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 8. Peringkat STIKI Malang di Webometrics Edisi Januari 2018

Seperti yang terlihat pada Gambar 9, beberapa aspek yang dinilai oleh Webometrics mengalami kenaikan antara lain: *Presence* dari 7431 *points* naik menjadi 7738 *points*, *Impact* dari 10.960 *points* naik menjadi 11.990 *points*, *Openness* dari 9593 *points* naik menjadi 10.776 *points*, dan *Excellence* dari 5.777 *points* naik menjadi 5973 *points*.

Ranking	World Rank	University	Del.	Presence Rank	Impact Rank	Openness Rank	Excellence Rank
201	10763	Universitas Lajene Hutoi	👉	6343	11049	7246	5973
202	10812	Institut Agama Islam Hama Lahi Sukadana	👉	4065	11296	4433	5973
203	10857	Universitas Sebelas Maret	👉	3272	11440	6025	5973
204	10886	Universitas Hidar	👉	6973	11107	8183	5973
205	10886	Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia STIKI	👉	7738	11090	10776	5973
206	10926	Universitas IT Aruntan SAS UINISG Surabaya	👉	3931	11493	4048	5973
207	10993	Institut Agama Islam Hama Lahi Arakan Beneruap	👉	6839	11267	10002	5973
208	11028	Universitas Hidar	👉	4183	11677	3374	5973
209	11028	Sekolah Tinggi Keperawatan dan Ilmu Pendidikan STIKI Klaten	👉	9048	11176	6388	5973
210	11103	Universitas Siliwangi	👉	7318	11361	5298	5973
211	11119	Universitas Islam Negeri UIN Ar-Raniry	👉	5931	11549	4052	5973
212	11180	Universitas Muhammadiyah Ponorogo	👉	8888	11620	6262	5973
213	11201	Poltekkes Cakrawala Riau Pekanbaru	👉	4938	11646	6999	5973
214	11256	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE Cikarang	👉	25650	10114	10776	5973
215	11265	Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Lembaga Pendidikan Indonesia STIM LPI Mataram	👉	16603	11376	10776	5973
216	11284	Universitas Pemasaran Nasional Interim Jakarta	👉	6441	11814	7298	5973
217	11284	Universitas Lektur Mandiri	👉	3044	11083	4052	5973
218	11391	Universitas PDR Palembang	👉	6441	11720	6999	5973
219	11448	Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik STISIP Muhammadiyah Sora	👉	18174	11180	18180	5973
220	11487	Akademi Manajemen Informatika dan Komunikasi Sora Delta Informatika	👉	3718	12083	5431	5973

Sumber: Hasil Penelitian (2018)

Gambar 9. Peringkat STIKI Malang di Webometrics Edisi Juli 2018

Seperti yang diketahui sebelumnya untuk aspek penilaian *Openness* dan *Excellence* tidak ada hubungannya sama sekali dengan teknik yang sudah diimplementasikan dalam penelitian ini yaitu *SEO*, karena berhubungan langsung dengan penelitian dosen. Namun untuk aspek penilaian *Presence* dan *Impact* sangat berhubungan erat dengan *SEO*. Seperti yang

terlihat pada Gambar 8 dan 9, aspek penilaian *Presence* dan *Impact* mengalami kenaikan masing-masing sebesar 307 *points* dan 130 *points*.

Tentunya hal ini merupakan dampak dari implementasi *SEO* yang sudah diterapkan, baik *SEO On-Page* untuk meningkatkan jumlah *Google* Indeks maupun *SEO Off-Page* untuk menambah jumlah *backlinks*. Karena pada teorinya, *Google* Indeks dan *backlinks* sangat berpengaruh terhadap *Presence* dan *Impact* suatu website yang ada di *Webometrics*. Secara otomatis bila semua aspek penilaian naik, maka peringkat web yang ada di *Webometrics* juga ikut naik.

4. Kesimpulan

Website STIKI Malang di *Webometrics* edisi Juli 2018 menempati peringkat 205 yang mana pada *Webometrics* edisi sebelumnya yaitu Januari 2018, website STIKI Malang masih menempati peringkat 244 di level Nasional. Hasil tersebut tentunya didapatkan dari implementasi teknik *SEO* (*Search Engine Optimization*) yang dilakukan selama 6 bulan secara berkala mulai dari Januari hingga Juli 2018. Sehingga membuat *Presence* dan *Impact* dari web STIKI Malang di *Webometrics* menjadi naik. Kenaikan tersebut didapatkan setelah optimasi artikel menggunakan *SEO On-Page* dan menambah *backlinks* sebanyak-banyaknya (dengan catatan, link asal masih relevan dengan web STIKI Malang) menggunakan *SEO Off-Page*. Optimasi tersebut mampu meningkatkan jumlah *Google* Indeks sebesar 15.800 dan *backlinks* sebesar 8.078. Yang mana pada bulan Januari 2018, jumlah *Google* Indeks yang dimiliki oleh web STIKI Malang masih 7.970, sedangkan *backlinks*-nya 5.912 buah. Pada *SEO On-Page*, ada beberapa kata kunci yang tidak mampu dioptimasi seperti “kampus IT dengan lulusan terbaik” dan “penerimaan mahasiswa baru”. Kekayaan konten, originalitas konten dan jumlah pesaing merupakan beberapa faktor yang menghambat optimasi tersebut. Selain itu, teknik *SEO* ini juga belum mampu memperbaiki *Alexa Rank* dan *time on page* walaupun pada kenyataannya jumlah pengunjung pada web STIKI Malang berhasil dinaikan. Pada dasarnya *Alexa Rank* selalu identik dengan jumlah pengunjung, namun sepertinya ada faktor lain yang menghambat perbaikan nilai *Alexa Rank*. Yang mana faktor tersebut belum bisa diketahui hingga saat ini dan bisa dianalisa pada penelitian selanjutnya. Faktanya, walaupun ada beberapa kata kunci yang gagal dioptimasi dan *Alexa Rank* tak mampu dilangsingkan. Peringkat STIKI Malang di *Webometrics* tetap naik pada edisi selanjutnya. Tentunya dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Alexa Rank* tidak cukup berpengaruh terhadap *Webometrics*, sehingga untuk penelitian ke depan, peneliti disarankan untuk lebih fokus meningkatkan jumlah halaman yang terindeks di mesin pencari *Google* maupun menambah jumlah *backlinks*.

Referensi

- Bai S, Hussain S, Khoja S. 2016. A hybrid linked data query execution approach using backlinks. In: Proceedings of the 10th INDIACom; 2016 3rd International Conference on Computing for Sustainable Global Development, INDIACom 2016.
- Dunleavy P. 2016. How to write a blogpost from your journal article in eleven easy steps. The London School of Economic and Political Science. <http://eprints.lse.ac.uk/65287/>.
- Gudivada VN, Rao D, Paris J. 2015. Understanding Search-Engine Optimization. IEEE Computer Society. 48 (10): 67-76.
- Hidayatullah RA. 2016. LKP : Pembuatan Desain Website Sebagai Penunjang Company Profile CV. Hensindo. Under Graduates Thesis. STIKOM Surabaya.
- Puspitasari D, Widyobroto BP. 2013. KAJIAN KEPUASAN TERHADAP WEBSITE UNIVERSITAS AIRLANGGA: Studi Komparasi antara Pengguna Internal dan Pengguna Eksternal/Potensial. Under Graduates Thesis. Universitas Gadjah Mada.
- Schröer S. 2017. *Search Engine Optimization (SEO)*. In: Quick Guide Online-Marketing für Einzelkämpfer und Kleinunternehmer. Berlin. Gabler Verlag. 35-54.

- Shadpour P, Teimourpour B, Asadi R. 2017. Webometrics-based Analysis and Ranking of Iranian Hospital Websites. *International of Hospital Research*. 2 (2): 77-84.
- Wahyuningtyas D, Solikin S, Retnoningsih E. 2018. Sistem Informasi Akademik Nilai Berbasis Web Pada MTs Perguruan Islam Nurul Kasysyaf (PINK) 03 Bekasi. *Bina Insani ICT Journal*. 2 (2): 191–200.
- Zhang S, Cabage N. 2017. Search engine optimization: Comparison of Link Building and Social Sharing. *Journal of Computer Information Systems*. 57 (2):1-12