

Strategi Peningkatan Peringkat Webometrics Perguruan Tinggi (Studi Kasus : UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)

Ahmad Tabrani¹, Sarmuni²

^{1,2}UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

ahmad.tabrani@uinbanten.ac.id¹, sarmuni@uinbanten.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman implementasi yang dilakukan oleh UIN SMH Banten, dalam menerapkan strategi yang ada dalam peningkatan peringkat webometrics. *Webometrics* yaitu *website* sistem yang digunakan untuk melakukan pemeringkatan eksistensi online Perguruan Tinggi yang dapat dijadikan sebagai indikasi kinerja global sebuah universitas. Sesuai visi UIN SMH Banten yaitu menjadi sebuah universitas yang memiliki keunggulan dalam bidang penelitian akan berusaha untuk meningkatkan peringkat *Webometrics*. Dalam setahun terakhir UIN SMH Banten mampu meningkat peringkat *Webometric* dari 430 menjadi peringkat 367. Faktor utama yang mampu meningkatkan peringkat *Webometric* antara lain efektivitas mekanisme tata kelola *website* sehingga substansi konten yang dapat diindeks dengan baik oleh mesin pencari. Perubahan penilaian *Webometric* memberikan dampak yang signifikan, perubahan metodologi *Webometric* mampu menyeimbangkan porsi impact website dan komponen aktifitas. Hasil penelitian menunjukkan beberapa strategi yang dapat diimplementasikan menjadi sebuah rencana aksi agar mampu meningkatkan peringkat *weometrics* UIN SMH Banten antara lain penguatan tata kelola website, implementasi kebijakan SEO dan *Open Access* sebagai media berbagi tautan untuk meningkatkan nilai *Visibility*. Dengan penerapan strategi diharapkan peringkat *Webometric* UIN SMH Banten periode 2021-2022 mengalami perubahan peringkat yang signifikan dari 430 menjadi peringkat 367.

Kata Kunci: Webometrics

Abstract

This study aims to provide implementation experience carried out by UIN SMH Banten, in implementing existing strategies in improving the webometrics ranking. Webometrics is a website system used to rank the online existence of universities that can be used as an indication of a university's global performance. In accordance with the vision of UIN SMH Banten, namely becoming a university that has excellence in the field of research, it will strive to improve the Webometrics ranking. In the past year, UIN SMH Banten has been able to increase its Webometric ranking from 430 to 367. The main factors that can improve the Webometric ranking include the effectiveness of the website governance mechanism so that the content substance can be indexed properly by search engines. Changes in Webometric assessments have a significant impact, changes in Webometric methodology are able to balance the portion of website impact and activity components. The results of the study show several strategies that can be implemented into an action plan to be able to improve the UIN SMH Banten webometrics ranking, including strengthening website governance, implementing SEO policies and Open Access as a medium for sharing links to increase Visibility values. With the implementation of the strategy, it is expected that the Webometric ranking of UIN SMH Banten for the 2021-2022 period will experience a significant change in ranking from 430 to 367.

Keywords: *Webometrics*

PENDAHULUAN

Webometrics dalam rangka World Class University ini didefinisikan dengan satu dari berbagai usaha guna menaikkan eksistensi online untuk perguruan tinggi yang ada dalam dunia internasional, dan ini ialah sebagai satu dari berbagai cara praktis guna mendorong dan mendukung semua perguruan tinggi agar nantinya mencermati aspek konten digital yang dapat dimanfaatkan dan dilihat oleh banyak orang. Dengan teknologi online digital yang sekarang ini semakin berkembang, ini menuntut perguruan tinggi agar mereka mempunyai website akan tetapi wajib untuk mencermati aspek kualitas atas website tersebut (Nimda 2022).

Webometrics merupakan pemeringkatan kuantitatif yang terbuka melalui akses internet-web bases. Webometrics dapat diakses pada halaman <https://www.webometrics.info/> yang merupakan situs informasi pemeringkatan perguruan tinggi di seluruh dunia. Webometric diterbitkan oleh Cybermetrics Labs, di bawah naungan Spanish National Research Council. Cybermetrics Lab didefinisikan dengan kelompok penelitian yang berdiri di bawah CSIC (*Consejo Superior de Investigaciones Científicas*). CSIC ini ialah sebagai public research yang paling besar yang ada di Negara Spanyol. Dimulai pada project riset tahun 1996, yang akhirnya pada tahun 2004 webometrics mulai melakukan perangkian terhadap perguruan tinggi, dan setiap 6 (enam) bulan sekali pada bulan januari dan juli webometrics akan mempublikasikan hasil perangkian yang terupdate. Hingga saat ini terhitung lebih dari 22 ribu perguruan tinggi telah dilakukan perhitungan pemeringkatan. Webometrics sendiri bukan melakukan peringkat website namun peringkat Universitas itu sendiri baik dari indikator penelitian maupun dari *indicator web* (semua sisi).

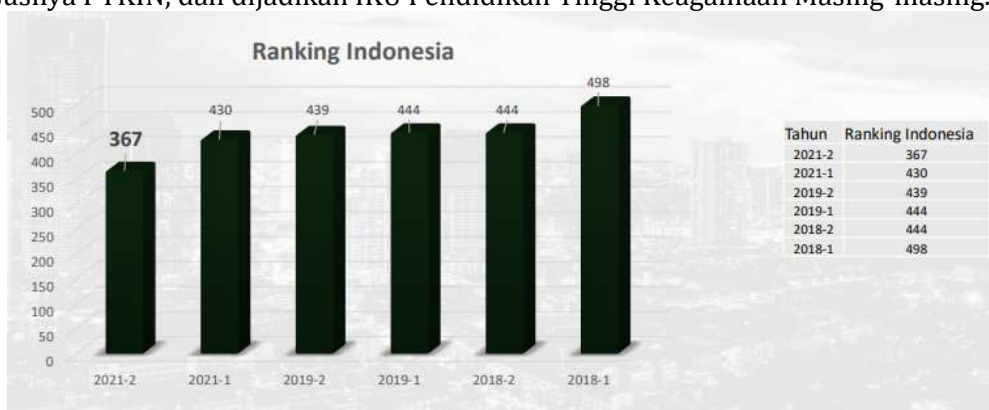
Webometrics ini sendiri mempunyai skema penelitian khusus dalam melaksanakan perangkian pada suatu perguruan tinggi tertentu, khususnya yang berhubungan dengan media publikasi online (jurnal, website, dan juga repositori). Penilaian webometrics ini kunci utamanya ialah merujuk terhadap alamat domain atas suatu perguruan tinggi (URL Domain) yang melekat secara khusus dalam tiap-tiap perguruan tinggi. Dengan dasar alamat domain ini, webometrics ini dalam dua kali dalam satu tahun (januari dan juli) akan secara rutin melaksanakan penilaian dengan berlandaskan berbagai faktor tertentu, di antaranya ialah *Excellence*, *Transparency*, *Visibility*, dan juga *Presence*. Untuk tiap-tiap faktor atas penilaian ini bobotnya ialah 50%, 10% dan 40%. Bobot yang paling besar ialah faktor *Visibility*, yang mana bahwa faktor ini merujuk terhadap jumlah website yang paling banyak mencantumkan link uinbanten.ac.id yang terdapat pada halaman website tersebut. Menurut data webometric pada periode Juni 2021 UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten sendiri saat ini berada di peringkat 13762 Rangking Dunia, 5452 Rangking Benua Asia, dan 430 Rangking Se-Indonesia. (Webometrics 2022).

Webometrics ini memiliki keterkaitan hubungan dengan berbagai aspek pengukuran web, di antaranya ialah mesin pencari web, hasil pencarian, hyperlink, kata-kata dalam halaman web, bagian dari web halaman, halaman web, dan juga situs web (Thelwall 2009). Analisis webometrics didefinisikan dengan satu dari berbagai alat yang fundamental dalam melakukan pengukuran dengan kuantitatif atas aktivitas website tertentu (Shekofteh et al. 2010). Di tahun 1997 Almind dan Ingwersen menulis sebuah artikel yang melakukan pengidentifikasian web sebagai sumber penting dalam melakukan pengukuran untuk informasi dan dokumen yang judulnya ialah "*Informetric analyses on the World Wide Web: methodological approaches to "Webometrics"*" yang dimuat dalam *Journal of Documentation* dengan menggunakan istilah *Webometrics* pertama kali.

Ada empat factor utama yang menentukan rangking sebuah perguruan tinggi dengan bobot factor yang berubah dengan seiring waktu. Pada tahun 2008 Faktor utama visibility (V) sebesar 4, Size (S) Bobot 2, Rich Files (R) bobot 1, dan Scholar (Sc) bobot 1. Tahun 2012

Faktor Utama Presece (20%), Impact (50%), Openness (15%) dan Excellence (15%). Dan untuk tahun 2017 hingga saat ini indikaor yang digunakan adalah Presence (5%), Visibility (50%), Transparancy or Openness (10%) dan Excellece (35%).

Menurut data webometric pada periode juni 2021 UIN Sultan Maulanan Hasanuddin Banten sendiri saat ini berada diperingkat 13762 Rangking Dunia, 5452 Rangking Benua Asia, Dan 430 Rangking Se-Indonesia. Website resmi <http://uinbanten.ac.id/> memiliki *Impact* sebesar 12085, *Openness* 6492 dan *Excellence* 6650. Pada harian Kompas 31 Juli 2021 berjudul 10 Peringkat Webometrics PTKIN di Indonesia yang diperingkat oleh 1. UIN Sunan Gunung Jati, 2 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 3. UIN Raden Intan Lampung, 4. Uin Sunan Kali Jaga Yogyakarta, 5. IAIN Kediri, 6. IAIN Tulungagung, 7. UIN Sunan Ampel Surabaya, 8. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 9. IAIN Pontianak. 10. UIN sultan Syarif Kasim Riau. Dari hasil pemeringkatan tersebut UIN SMH Banten tidak masuk 10 besar bahkan kalah dibandingkan dengan IAIN Kediri yang mendapat peringkat 5 Besar. Webometrics juga menjadi salah satu indicator yang digunakan oleh Kementerian Agama Khususnya PTKIN, dan dijadikan IKU Pendidikan Tinggi Keagamaan Masing-masing.



Gambar 1 Webometrik UIN SMH Banten Persemester dari Tahun 2018 – 2022 Ranking se-Indonesia

Berdasarkan Gambar 1 Webometrik UIN SMH Banten diperoleh data Webometrik UIN SMH Banten pada Tahun 2018-1 memperoleh peringkat 498, pada Tahun 2018-2 peringkat Webometrik UIN SMH Banten meningkat menjadi peringkat 444, pada Tahun 2019-1 peringkat Webometrik UIN SMH Banten tidak ada perubahan tetap pada peringkat 444, pada Tahun 2019-2 peringkat Webometrik UIN SMH Banten meningkat menjadi peringkat 439, pada Tahun 2021-2 peringkat Webometrik UIN SMH Banten meningkat menjadi peringkat 430, dan pada Tahun 2021-2 peringkat Webometrik UIN SMH Banten menurun menjadi peringkat 467.

Dari uraian diatas selain tujuan utama meningkatkan peringkat perguruan tinggi pada webometrics penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan strategi pengembangan website UIN SMH Banten agar dapat menjadi alat komunikasi yang efektif serta peningkatan kualitas dan pengembangan website yang sudah ada.

KAJIAN TEORETIK

Webometrics merupakan system penilaian kepada perguruan tinggi diseluruh dunia melalui websitenya. Saat ini lebih dari 22 ribu perguruan tinggi telah dilakukan perhitungan pemeringkatan. Peringkat pada webometrics dipublis setiap semester yaitu pada bulan januari dan bulan februari. Perhitungan yang dilakuakn untuk pemeringkatan menggunakan kirteria perhitungan berupa visibility impact sebanyak 50%, excellence sebanyak 35%, Oppeness 10% dan yang terakhir adalah presence 5%. Penilai tersebut juga didasarkan pada penggabungan dari sisi konten web maupun volumenya.

a. Presence (Discontinued / Sudah Tidak dilanjutkan)

Presence didefinisikan dengan total halaman webhost yang terdapat pada webdomain utama (mencakup dengan seluruh subdomain dan direktori) yang

terindeks dalam mesin pencari Google. (bobot 10%) (Rahardja, Dewi, and Lutfiani 2017). Indikator ini memiliki bobot 5% yang melakukan pemeringkatan menggunakan pola, yaitu menghitung seluruh halaman web dari suatu perguruan tinggi yang terindeksasi dalam mesin pencarian (search engine). Pada pemeringkatan Juli 2021, indikator ini dinyatakan discontinued. Bobot 5% tersebut kemudian diarahkan untuk indikator yang lainnya, Namun pada saat ini Presence sudah tidak dijadikan indikator penilaian.

b. Visibility. (Web Content Impact) – Bobot 50%

Visibility didefinisikan dengan pengambilan nilai yang berasal dari inlinks provider (majestic) dengan menggunakan rata-rata. (bobot 50%). Visibility Bobot dari indikator ini adalah 50%, indikator ini adalah suatu penilaian dengan berlandaskan pada jumlah link yang mengacu pada institusi perguruan tinggi, yang dianggap tidak bersumber dari institusi tersebut, yakni yang asalnya dari website yang lainnya, atau subnet/network lain. Misal sebuah URL dari web UGM, dlink diperjadikan sebagai referensi oleh suatu website pemerintahan, ataupun berbagai web universitas lainnya. Tool yang digunakan tim penilai webometrics untuk membantu proses ini adalah ahrefs dan majestic. Ahrefs dan Majestic ini sebenarnya adalah tool untuk control dan optimasilsasi SEO. Dengan bantuan tool-tool tersebut, bisa didapatkan dampak dari konten-konten web perguruan tinggi yang dinilai. Nah dari sini kita jadi tahu, SEO sebuah web Universitas jadi sangat penting.



c. Transparency (or Openness)

Transparency (or Openness) ini ialah total dari jumlah file, di antaranya ialah (.pptx, .ppt, .docs, .doc dan .pdf) yang online/open di bawah naungan untuk domain website universitas yang tercatat dalam mesin pencari. (bobot 10%) (Rahardja et al. 2017) Bobot dari indikator ini adalah 10%, indikator ini adalah suatu penilaian berdasarkan kutipan profil publik. Dalam hal ini lebih ke profil individu yang terdapat pada institusi tersebut. Tool yang digunakan oleh tim adalah: Google Scholar Profiles.



Perhitungan di bagian 10% ini malah lebih rumit. Pada bagian ini terdapat beberapa proses yang dipakai seperti yang diuraikan di <https://webometrics.info/en/transparent> :

- 1) Pengambilan data periode ini sekitar tanggal 20-24 Juni 2021 yang lalu.
- 2) Pemeringkatan periode ini diumumkan akhir Juli 2021
- 3) Universitas yang memiliki dua atau lebih domain utama, hanya akan diambil satu yang terbaik
- 4) Saat ini mulai disarankan pendaftaran Google Scholar menggunakan email berdomain institusi. Ini akan mempermudah tim penilai melakukan sorting data yang hampir jutaan jumlahnya.
- 5) Periode ini tim akan mengambil 210 kutipan profil publik teratas dari setiap perguruan tinggi, dan 20 urutan teratas akan disingkirkan lebih dahulu, agar

sisanya dapat terwakili dalam perhitungan. Setelah kutipan terhitung, institusi akan diberikan peringkat dengan urutan sorting menurun.

- 6) Profil non individu (jurnal, departemen, group) yang ada dalam 210 hasil teratas, akan dipenalti dengan dihitung jumlah kutipan sama dengan 0.

Jika profil penulis yang bukan milik universitas dan dengan sengaja ditambahkan secara curang untuk meningkatkan rangking, maka penilaian webometrics universitas tersebut akan diabaikan dalam penilaian ini.

d. Excellence / Scholar (Makalah kutipan teratas) - Bobot 40%

Excellence (or Scholar) didefinisikan dengan data yang bersumber dari scimago, yang jumlahnya lebih dari 10% artikel ilmiah yang disitasi (cited) dari lima periode terakhir untuk beberapa disiplin ilmu tertentu. (bobot30) (Rahardja et al. 2017). Bobot dari indikator ini adalah paling besar yakni 40%, indikator ini ialah penilaian tas jumlah dari makalah di antara 10% paling atas yang terbanyak dikutip pada 27 disiplin ilmu. Data yang diambil sekarang ini ialah periode lima tahun, 2015-2019. Tool yang tim penilai gunakan ialah Scimago. Scimago ini ialah sebagai situs tool yang memperingkatkan jurnal online. Apabila dalam visibilitas ini memprioritaskan beberapa konten website, dengan demikian Excellence dan Transparency ini nantinya akan menunjukkan file-file jurnal, makalah, ataupun berbagai tulisan publikasi lainnya yang berbentuk format dokumen.



Website dan Domain

Website didefinisikan dengan kumpulan halaman informasi yang dipublikasikan di internet dan dapat diakses oleh publik tanpa mengenal batasan ruang dan waktu menggunakan nama domain sebagai alamatnya. Website dibuat dengan berbagai tujuan dan dapat dibuat dan dikelola oleh pribadi atau individu, kelompok, atau organisasi. Website ini sendiri memiliki beberapa jenis, yakni tiga jenis, di antaranya ialah:

1. Website Statis

Website Statis didefinisikan dengan website yang memiliki halaman yang tidak dapat berubah atau diubah. Dalam hal ini berarti bahwa dalam melaksanakan perubahan dalam sebuah halaman website ini hanya akan dapat dilaksanakan dengan manual, yakni dengan cara melakukan edit kode-kode untuk nantinya menjadi suatu struktur website tersendiri.

2. Website Dinamis

Website Dinamis didefinisikan dengan suatu website yang secara struktur difungsikan agar dapat melakukan pembaharuan (*update*) sesegera mungkin. Ini umumnya, pengguna dapat mengakses dan memperbaharunya sebanyak mungkin, juga di dalamnya disediakan halaman backend yang fungsinya ialah melakukan editing terhadap konten-konten yang terdapat dalam website tersebut. Website dinamis ini sebagai contohnya ialah web berita yang di dalam website tersebut menyediakan berbagai berita tertentu.

3. Website Interaktif

Website Interaktif didefinisikan dengan website yang sekarang ini populer. Sebagai misalnya ialah website interaktif sebagai misalnya ialah blog dan forum. Pengguna dalam website ini dapat melakukan interaksi dan berargumen mengenai apa yang menjadi pemikirannya. Merujuk pernyataan yang dinyatakan (Yuhefizar 2008:159) "World Wide Web" didefinisikan dengan metode yang fungsinya ialah menyajikan informasi yang ada dalam internet, baik itu berbentuk suara, teks, gambar ataupun video interaktif serta memiliki keunggulan dalam mengaitkan satu dokumen tertentu

dengan dokumen yang lainnya (hypertext) yang memungkinkan untuk dapat diakses dengan melalui suatu browser.

Search Engine

Mesin pencarian (*Search Engine*) didefinisikan dengan program komputer yang didesain agar dapat memudahkan seorang individu dalam mencari berbagai file yang tersimpan dalam komputer, sebagai contohnya ialah suatu server umum yang dikenal dengan world wide web (WWW) ataupun dalam stand alone computer.

Merujuk pernyataan (Ledford 2007:18), mengungkapkan bahwa mesin pencarian (search engine) ini memudahkan pengguna dalam meminta content media yang memiliki kriteria yang spesifik, yang di dalamnya berisikan dengan kata ataupun frasa yang sebelumnya sudah ditetapkan atau ditentukan. Dalam mencari daftar file yang sesuai dengan kriteria-kriterianya. Mesin pencarian (Search engine) umumnya menggunakan indeks guna mencari file sesudah pengguna memasukkan beberapa kriteria pencarian tertentu.

Pencarian mesin menurut (Google Search Engine Optimization (2010:4), menyebutkan bahwa komputer ini fungsinya ialah untuk mencari data yang ada di dalam internet dengan mempergunakan beberapa kata kunci (keywords) tertentu, ataupun program yang di dalamnya berisikan dengan fungsi ini. Mengacu pada uraian Chaffey dalam karyanya mengenai E-Business and E-Commerce Management (2012:53), menyebutkan bahwa mesin pencarian (search engine) diartikan dengan elemen portal yang sebagai portal yang organisasi gunakan untuk layanan pemasaran yang secara daring dilaksanakan, elemen portal ini ialah sebagai unsur utama dalam mencari informasi dan data mengenai produk dan perusahaan itu sendiri. Lovelock dan Wirtz (2012:178), menyebutkan bahwa mesin pencari (search engine) ini berbentuk dengan jaringan siaran yang terbalik. Alih-alih untuk mengiklankan penyiaran pesannya pada konsumen, mesin pencari (search engine) ini membiarkan pihak pengiklan mengetahui secara tepat apa yang diinginkan konsumen dengan cara mencari kata kunci tertentu, dan pengiklanan ini kemudian menargetkan komunikasi pemasaran yang secara langsung relevan terhadap konsumen tersebut. Berdasarkan pada definisi yang diuraikan tersebut, dengan ini dapat dihasilkan kesimpulan bahwasannya mesin pencari (search engine) ini diartikan dengan halaman website fungsional yang memudahkan pengguna dalam menemukan data ataupun informasi dengan menggunakan kata kunci tertentu, yang hasilnya nanti terdaftar secara relevan dengan kata kunci yang dimasukkan.

Search Engine Optimization (SEO)

Mengacu pada uraian yang dinyatakan (Hernawati 2009:62), menyebutkan bahwa SEO ini didefinisikan dengan rangkaian proses yang dioperasionalkan secara sistematis dan tujuannya ialah guna menaikkan kualitas dan volume trafik atas kunjungan dengan menggunakan mesin pencari untuk menuju pada situs website tertentu dengan mempergunakan algoritma mesin pencariannya yang dikenal dengan istilah PageRank. SEO ini bertujuan agar membuat situs website berada di posisi paling atas untuk hasil pencarian dengan berlandaskan terhadap kata kunci tertentu yang ditargetkannya. Situs web yang ada di posisi paling atas dalam hasil pencarian ini mempunyai potensi tertinggi untuk dikunjungi.

Merujuk pernyataan (Evans 2007:22), menyebutkan bahwa Search Engine ini sama dengan Google yang sebagian besar pengguna internet gunakan dalam mencari dan menemukan informasi. Hasil dari pencarian yang berbentuk dengan Search Engine Result Page (SERP) ini di dalamnya berisikan dengan daftar alamat website yang dibagi ke dalam beberapa halaman. Akan tetapi, kebiasaan pengguna internet sebatas membaca daftar website yang tersedia dalam halaman yang pertama. Situs dari halaman ini dilakukan pengurutan dengan berlandaskan terhadap seberapa banyak situs terkait dengan suatu

kesimpulan bahwasannya suatu situs yang diinginkan tentu lebih banyak terhubung dibandingkan dengan yang lain.

Selaras dengan dunia bisnis yang kian berkembang sekarang ini dalam mengoptimalkan website dan teknologi internet sebagai media, kebutuhan terhadap layanan SEO ini nantinya juga akan mengalami peningkatan. Ada dalam posisi paling atas untuk hasil pencarian ini tentu akan dapat menaikkan peluang suatu perusahaan dalam mendapatkan atau memperoleh pengunjung yang baru dalam bidang e-commerce.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *mix methods*, Karena penelitian ini menggabungkan antara metode kuantitatif yang berupa angka-angka serta metode kualitatif yang berupa perincian deskriptif. Langkah awal pada penelitian ini yaitu menganalisis kondisi eksisting dari website yang ada di UIN SMH Banten, selanjutnya dilakukan wawancara terhadap stakeholder guna mendapatkan informasi tambahan data yang diperlukan. Selanjutnya data diolah menggunakan beberapa aplikasi pendukung berupa mind map, gap analisis ataupun SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah Ke Depan Dalam Peningkatan Webometrics, Stakeholder Siapa dan Apa??

a. Pimpinan Universitas

Rektor mewajibkan setiap unit kerja memiliki website dengan menggunakan subdomain Universitas (lembaga, fakultas, jurusan, program studi, perpustakaan, Unit Kegiatan Mahasiswa, Badan Eksekutif Mahasiswa, Laboratorium, kelompok studi, dosen, kegiatan mahasiswa, seminar, workshop) yang selalu update.

Tim ICT Universitas yang dapat meningkatkan peringkat webometrics:

- 1) Layanan website dan web design
- 2) Support dari jaringan, server dan bandwidth
- 3) Melakukan sosialisasi terkait Webometrics
- 4) Memberikan konsultasi kepada unit – unit kerja tentang Webometrics.
- 5) Pemeliharaan antara lain melakukan analisa website, melakukan analisa jumlah pengunjung, statistik dan lain-lain
- 6) Implementasi *Search Engine Optimization* bagi semua website serta subdomain
- 7) Membuat sebuah standar pengembangan situs / subdomain.
- 8) Memberikan fasilitas link dari institusi lain.

b. Unit Kerja

- 1) Subdomain wajib dimiliki oleh setiap unit kerja dengan domain <https://uinbanten.ac.id/>
- 2) Mengisi website content secara periodic dengan perbanyak
- 3) Memperbanyak konten karya ilmiah, ide-ide lebih dari sekedar foto/berita yang selalu update di website secara berkala yang manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat.
- 4) Pemahaman tentang Search Engine Optimazion
- 5) Melakukan promosi link website universitas, link web unit kerja atau dari link website kerjasama dengan Lembaga yang lain
- 6) Upload web content tentang semua petunjuk akademik dan non akademik.
- 7) Website dijadikan sebagai media untuk kegiatan unit kerja, seperti pengumuman hasil nilai laboratorium, Hasil ujian tengah semester dan ujian akhir semester yang di-update pada subdomain Fakultas dan Jurusan.
- 8) Arsip karya ilmiah yang dapat diakses secara terbuka.
- 9) Akses dengan login akan mengurangi *openness* meskipun tetap diperlukan pada data/dokumen dengan tingkat keamanan tertentu, namun tetap di halaman depan diberikan website content yang menarik.

c. Dosen

Peran yang amat penting dalam membantu meningkatkan webometrics, diantaranya:

- 1) Dosen diwajibkan memiliki blog dengan subdomain Universitas
- 2) Penggunaan Blog/web dosen dapat dijadikan mejadi media pengajaran utama.
 - a) Dosen mengupload semua bahan ajar, diktat, handout, tugas, nilai dan lain-lain kedalam website dan tautan pada unit kerja
 - b) Dosen mengupload materi pelatihan / kuliah
 - c) Dosen mengupload artikel yang bersifat ilmiah ke dalam Repository Universitas
 - d) Dosen mengupload laporan hasil kegiatan ilmiah.
- 3) Dosen menulis Jurnal Nasional maupun Internasional (scholar.google.com dan Scimago)
- 4) Menampilkan signature yang berisi alamat link / website universitas dalam setiap email maupun kegiatan di forum tertentu.
- 5) Mentautkan URL/website/blog universitas pada situs jejaring social tiap-tiap dosen seperti Twitter, Facebook, myspace, inlinked
- 6) Mampu melakukan update secara berkala terhadap semua kontennya.
- 7) Mampu melakukan koordinasi dengan tim website unit kerja.

d. Mahasiswa

- 1) Mahasiswa dan ormawa wajib memiliki Blog/web/alamat email dengan subdomain universitas.
- 2) Mengupdate Blog/web secara rutin dengan subdomain universitas
- 3) Mengupload laporan / tugas dalam blog/web.
- 4) Menampilkan URL Blog/web pada situs sosial media mahasiswa dan ormawa.
- 5) Mengupload laporan akhir kegiatan kemahasiswaan dalam web.

Tips Trick Meningkatkan Peringkat Webometrics

Setelah kita ketahui beberapa seluk beluk indikator metodologi pemeringkatan, tentu kita dapat menentukan sendiri tips dan trick untuk meningkatkan peringkat di Webometrics.

1. Tingkatkan kualitas dan kuantitas publikasi
Strategi inilah yang disarankan oleh pihak webometrics. Kualitas publikasi akan sangat ditentukan oleh jumlah "site-citation" pada jurnal-jurnal yang terposting di Google Scholar.
2. Selalu update info Webometrics, terutama bagian ini
Webometrics bisa jadi melakukan berbagai perubahan metodologi, ataupun indikator penilaian. Dengan sering update mencari info web-web yang berkaitan dengan Webometrics, maka tim perguruan tinggi akan selalu dapat menyesuaikan cara dan indikator penilaian. Seperti kasus Juli 2021, ternyata Webometrics tidak melanjutkan indikator *Presence*, yang banyak diambil dari Google search. Bobot penilaian 5% itu dilimpahkan pada bagian Excellence menjadi 40%. Ingat, trik yang sekarang berlaku, belum tentu besok berlaku. Webometrics sangat dinamis, bahkan bisa berbeda di setiap periode tengah tahunnya. Kita bisa juga saling berkomunikasi dengan para webmaster perguruan tinggi lainnya, ataupun mengikuti media sosial yang digunakan publikasi Webometrics. Misal: <https://twitter.com/webuniversities>.
3. Membentuk tim khusus / PIC yang bertanggung jawab pada peningkatan peringkat Webometrics
Dengan adanya tim ini, maka segala proses update publikasi, update web, hingga peningkatan visibilitas web akan lebih terkontrol. Biasanya di institusi perguruan tinggi yang besar, tim ini sudah ada. Kadang menjadi satu dengan bagian humas, ataupun malah pada bagian IT. Namun, dengan adanya penanggung jawab, maka segala keadaan dapat dikendalikan.
4. Tingkatkan SEO website Anda, baik web utama, maupun web publikasi lainnya

Meskipun Webometrics bukan lomba web, namun pada kenyataannya SEO akan sangat berpengaruh pada jumlah link yang merujuk ke web institusi perguruan tinggi. Apakah penulisan blog oleh para mahasiswa/staff yang merujuk ke halaman web kampus itu berguna? Jika tool yang digunakan Webometrics adalah Majestic dan Ahrefs, tentu SEO akan sangat berguna sekali.

5. Integrasikan mesin jurnal perguruan tinggi anda (OJS, Eprints, DSpace dll), ke Google Cendekia (Google Scholar)
6. Menyarankan penggunaan email berdomain kampus untuk mendaftarkan diri di Google Scholar.
7. Pertahankan optimalisasi, dan uptime server web institusi, terutama pada masa penilaian.
8. Jika tidak mampu bermain pada indikator bobot kecil yang ribet, fokus pada indikator berbobot tinggi.
9. Pelajarilah cara kerja tool-tool: Google Scholar, Majestic, Ahrefs, Scimago, dan tool yang kelak akan digunakan oleh Webometrics dalam melakukan penilaian.
10. Tak perlu berbuat curang untuk meningkatkan peringkat Webometrics. Jika memang proses belajar mengajar sukses, maka kualitas publikasi institusi kita meningkat, tentu akan berimbas konsekuensi logis peringkat institusi secara global akan naik.

Tambahan yang perlu diperhatikan, yaitu :

1. Webometrics, bukan merupakan pemeringkatan web. Ini pemeringkatan perguruan tinggi berdasar hal yang terpublikasi dari internet atau web.
2. Webometrics tidak mengevaluasi web, seperti desain, estetika, popularitas/traffic ataupun jumlah kunjungan. Kualitas dan kuantitas publikasi adalah nomer satu.
3. Webometrics adalah project penelitian, yang metodologi penilaiannya dapat berubah kapan saja, sesuai dengan temuan baru atau ketersediaan sumber.
4. Webometrics sangat dinamis. Bisa jadi periode depan memiliki aturan, metodologi, rule, atau bahkan tool penilaian yang berbeda dalam proses pemeringkatannya.

SIMPULAN

- a. Support dari civitas akademik universitas sangat dibutuhkan agar peringkat webometrics memperoleh peringkat yang lebih baik.
- b. Peningkatan peringkat Webometrics membutuhkan jalinan kerjasama antar elemen yang ada di dalam universitas.
- c. Tanggung jawab untuk meningkatkan faktor penilaian terkait dengan Size tugas ICT-Universitas. Visibility / web content, Transparant, Excelent merupakan tugas dari Unit kerja yang ada serta Dosen dan Mahasiswa yang ada di Universitas
- d. Usaha untuk memperoleh rangking terbaik tidak dapat dilakukan oleh Sebagian pihak, tetapi dibutuhkan sebuah sinergi antar unit kerja, kolaborasi yang kuat, massif, dan sistemik serta dukungan dana tepat sasaran.

REFERENSI

- Adani, Muhammad Robith. 2022. "Penjelasan Mengenai Apa Itu Hosting Dan Kegunaannya." *Sekawan Media Group*. Retrieved October 11, 2022 (<https://www.sekawanmedia.co.id/blog/pengertian-hosting/>).
- Ardianto, Ikhwani, and Nila Feby Puspitasari. 2016. "Analisis Perbandingan Expired Domain Dengan Fresh Domain Pada Pemeringkatan SERP (Search Engine Results Page)." 31–48.
- Arief, M. Rudyant. 2011. *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP Dan MYSQL*. Yogyakarta: Andi.
- Arifin, Zaenal. 2009. "Web Development, Dasar-Dasar SEO (Search Engine Optimization). Buletin Komputer Edisi 039." *Buletindo*. Retrieved October 10, 2022 (komputer.buletindo.com/2009/11/dasar-dasar-seo-searchengine-optimization).

- Bala, Madhu, and Deepak Verma. 2018. "A Critical Review of Digital Marketing Paper Type:- Review and Viewpoint." *International Journal of Management* 8(10):321–39.
- Evans, Michael P. 2007. "Analysing Google Rankings Throught Search Engine Optimization Data." *Internet Research* 17(1):21–37. doi: 10.1108/10662240710730470.
- Hernawati, K. 2013. "Optimalisasi SEO (Search Engine Optimizer) Sebagai Upaya Meningkatkan Unsur Visibility Dalam Webometric." *Http://Staffnew.Uny.Ac.Id/*. Retrieved October 11, 2022 (http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/seo_webometric.pdf).
- Hernawati, Kuswari. 2009. "Optimalisasi SEO (Search Engine Optimizer) Sebagai Upaya Meningkatkan Unsur Visibility Dalam Webometric." *Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika*.
- Hidayat, Rahmat. 2010. *Cara Praktis Membangun Website Gratis: Pengertian Website*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas, Granedia.
- Hu, Zhangfeng, Bo Hu, Shanzhi Chen, and Jianwei He. 2011. "A Revised Mapping. System Design for Host Identity Procotol." *International Conference on Network Computing and Information Security* 1:436–40. doi: 10.1109/NCIS.2011.95.
- Kadir, Abdul. 2008. *Belajar Database Menggunakan MySQL*. Yogyakarta: Andi.
- Kasih, Ayunda Pininta. 2020. "Mendikbud Nadiem: 8 Program Prioritas Merdeka Belajar Di Tahun 2021." *Www.Kompas.Com*.
- Knowledgebase. 2022. "Fungsi Website Sebagai Alat Pendukung Promosi." *Netcomm*. Retrieved October 11, 2022 (<https://www.netcomm.co.id/clientarea/knowledgebase/52/Fungsi-Website-Sebagai-Alat-Pendukung-Promosi.html>).
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2017. *Pemasaran, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing. Edisi 15*. Pearson: Global Edition.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2019. *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital / Philip Kotler*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kumar, Rakesh, and Shiva Saini. 2011. "A Study on SEO Monitoring System Based on Corporate Website Development." *International Journal of Computer Science, Engineering and Information Technology (IJCEIT)* 1(2):42–49.
- Latipulhayat, Atip. 2001. "Hukum Siber, Urgensi Dan Permasalahannya." *Jurnal Keadilan* 1(3).
- Ledford, J. .. 2007. *SEO Search Engine Optimization Bible*. USA: Wiley Publishing, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nimda. 2022. "Penilaian Webometrics." *Tim Webmaster*. Retrieved October 9, 2022 (<http://www.unpas.ac.id/penilaian-webometrics/>).
- Nurjaya.W, and Riyanto.A. 2018. "Analisis Dan Penerapan Search Engine Optimization Pada Website Menggunakan Metode White Hat Seo (Studi Kasus Di PT. Suryaputra Adipradana)." *STMIK LPKIA Bandung*.
- Onggo, B. J. 2007. *Google Is My Salesman*. Bandung: Progressio.
- Purcell, Kristen, Joanna Brenner, and Lee Rainie. 2012. *Search Engine Use 2012. Pew Internet & American Life Project*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Puspita, Desi, and Siti Aminah. 2018. "Sistem Informasi Manajemen Kewirausahaan Pedesaan Berbasis Web Multimedia." *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas)* 3(02):80–87. doi: 10.32767/jusim.v3i2.330.
- Rahardja, Untung, Endah Nirmala Dewi, and Ninda Lutfiani. 2017. "Peningkatan Rank

- Webometrics Menggunakan Metode Inbound Dan Outbound Pada Perguruan Tinggi." *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKAJ* 7(1):1-12.
- Rahardjo, Budi. 2000. *Aspek Teknis Dari Nama Domain Di Internet, (Makalah Disampaikan Pada Seminar Masalah Domain Name Dan Anti Persaingan Curang*. Jakarta.
- Raharjo, Budi. 2011. *Belajar Otodidak Membuat Database Menggunakan MySQL*. Bandung: Informatika.
- Santoso, D... 2009. "Pemanfaatan Teknologi Search Engine Optimazion Sebagai Media Untuk Meningkatkan Popularitas Blog Wordpress." *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* 16(2):131-36.
- Septiani, Putri, and Hendra Kurniawan. 2020. "Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO)." *Jurnal Teknologi Informasi* 15(3):83-91. doi: 10.35842/jtir.v15i3.376.
- Shekofteh, Maryam, Azam Shahbodaghi, Sajjadi Samad, and Sara Jambarsang. 2010. "Investigating Web Impact Factors of Type 1, Type 2 and Type 3 Medical Universities in Iran." *Journal of Paramedical Sciences (JPS)* 1(3):34-41.
- Sirovich, Jaimie, and Christian Darie. 2007. *Professional Search Engine Optimization with PHP: A Developer's Guide to SEO*. Indianapolis: Wiley Publishing.
- Sohail, Abrar. 2012. "Search Engine Optimization Methods & Search Engine Indexing for CMS Applications." Lappeenranta University of Technology.
- Thelwall, M. 2009. *Social Network Sites: Users and Users. Advanced In Computers (Vol.76) Ed. Zelkowitz, Marvin V. Burlington*. Elsevier Inc.
- Ubaidah, Ahmad Nur. 2018. "Peran Penting Webmaster Dalam Pembuatan Website Bisnis." *LOGIQUE's*. Retrieved October 11, 2022 (<https://www.logique.co.id/blog/2018/02/13/peran-webmaster-dalam-pembuatan-website/>).
- Webometrics. 2022. "Ranking Web Universities." *Www.Webometrics.Info*.
- Yasin, K. 2021. "Ini Perbedaan Shared Hosting, VPS, Dan Cloud Hosting!" *Www.Niagahoster.Co.Id*. Retrieved October 11, 2022 (<https://www.niagahoster.co.id/blog/perbedaan-cloud-hosting-vps-dan-shared-hosting/>).
- Yuhefizar. 2008. *10 Jam Mengusau Internet Teknologi Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Elex Media Komputinto.