

Peningkatan Rank Webometrics Menggunakan Metode Inbound Dan Outbound Pada Perguruan Tinggi

Increased Webometrics Rank with Inbound and Outbound Methods in Higher Education

Untung Rahardja¹, Endah Nirmala Dewi², Ninda Lutfiani³

Alumni Universitas Indonesia Program Studi Magister Teknologi Informasi¹, Mahasiswa STMIK Raharja Jurusan Sistem Informasi², Mahasiswa STMIK Raharja Jurusan Sistem Informasi³

untung@raharja.info¹, endah@raharja.info², ninda@raharja.info³

Abstrak

Pesatnya perkembangan Teknologi Informasi saat ini memiliki peranan yang sangat penting dalam peningkatan daya saing perguruan tinggi yang berkualitas. Untuk mengetahui kualitas dan peringkat suatu perguruan tinggi terbaik maka diperlukan adanya parameter. Pemeringkatan webometrics adalah salah satu parameter penilaian terhadap kinerja web universitas dunia yang semakin menjadi perhatian khusus di kalangan akademisi. Sebagai lembaga pendidikan yang mengedepankan ilmu komputer dengan selalu mengutamakan mutu, Perguruan Tinggi Raharja juga turut serta dalam peringkat webometrics untuk bersaing dengan perguruan tinggi tingkat dunia. Webometrics memberikan informasi mengenai kualitas suatu web universitas yang didukung dengan adanya sub-domain dari domain utama yang dimiliki setiap universitas yang sudah mendaftarkan untuk bisa masuk dalam ranking webometrics ini. Semakin kecil rank yang di dapat maka semakin besar peluang untuk menduduki peringkat atas. Adapun kriteria atau level yang dibuat menggunakan metode pendekatan obyek 10 level inbound, hal ini untuk memudahkan penyebaran link agar sesuai dengan target yang diharapkan dan lebih meluas sehingga mencapai hasil yang maksimal untuk mencapai predikat perguruan tinggi yang masuk dalam World Class University (WCU).

Kata kunci— Webometrics, Inbound dan Outbound

Abstract

The rapid development of information technology today has a very important role in improving the competitiveness of higher education quality. To determine the quality and ranking of the best universities will be needed parameters. Webometrics ranking is one of the parameters for evaluating the web performance of world universities are increasingly becoming special attention in academia. As an educational institution that emphasizes computer science to always give priority to quality, Higher Education Prog also participated in the Webometrics rankings to compete with world-class universities. Webometrics provide information about the quality of a university web supported by the sub-domain of the main domain to which every university already registered to be included in this ranking Webometrics. The lower the rank in the can, the greater the opportunity to occupy top rankings. The criteria or level are made using the method object approaches the 10-level inbound, this is to facilitate the deployment of a link to match the expected target and extensively so as to achieve maximum results for the predicate incoming college in the World Class University (WCU).

Keywords— Webometrics, Inbound and Outbound

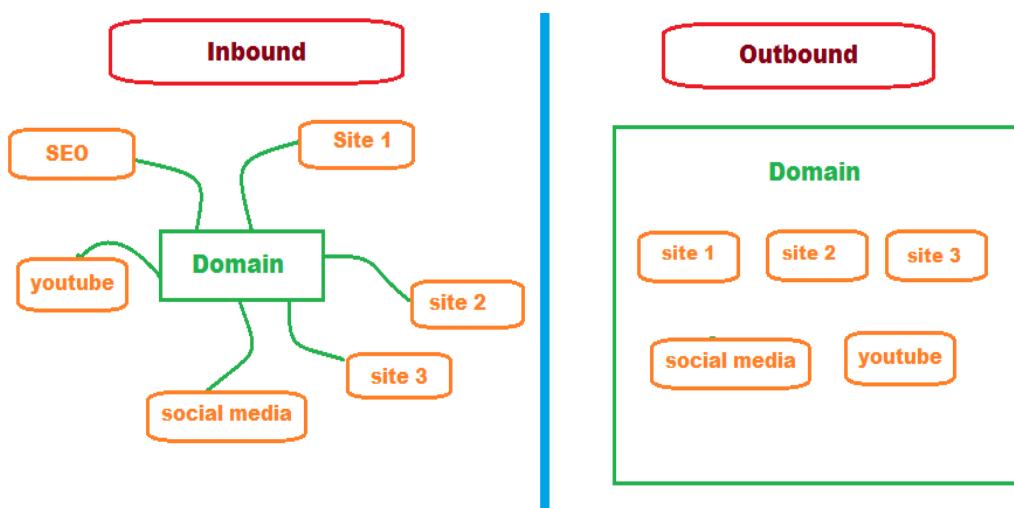
1. PENDAHULUAN

Penilaian kinerja web universitas saat ini menjadi perhatian khusus setiap civitas akademik setelah adanya pemeringkatan webometrics yang menjadi parameter. Pemeringkatan web atau webometrics merupakan pemeringkatan akademik terbesar untuk institusi perguruan tinggi. Sejak tahun 2004, setiap 6 bulan, Cybermetrics Lab melakukan penilaian secara independen, obyektif, bebas, dan terbuka untuk menyediakan informasi yang handal, multidimensi, terbarukan dan berguna tentang kinerja perguruan tinggi dari seluruh dunia

berdasarkan kehadiran web dan dampaknya. Webometrics tidak bertujuan untuk mengevaluasi sebuah website, seperti desain, kebergunaannya atau popularitas isi terhadap jumlah pengunjung (Wahyuningrum, 2015)^[1]. Data pada periode pertama di bulan Januari 2016, Webometrics telah melakukan pemeringkatan pada lebih dari 20.000 perguruan tinggi di dunia (482 perguruan tinggi dari Indonesia).

Data terakhir untuk web domain utama Perguruan Tinggi Raharja yaitu raharja.ac.id menduduki peringkat 18.495 tingkat dunia dan peringkat yang didapat berdasarkan perhitungan di negara Indonesia sendiri, Perguruan Tinggi Raharja menduduki peringkat ke 303. Bercermati pada hasil tersebut, hal ini menjadi permasalahan bagaimana upaya untuk meningkatkan peringkat Perguruan Tinggi Raharja pada webometrics, dan ini akan dikupas secara mendetail dalam karya ilmiah ini.

Langkah yang diambil adalah dengan memenuhi salah satu indikator penilaian webometrics yaitu *visibility*, banyak *link* yang dihitung oleh mesin pencari seperti google. Untuk mencapai indikator tersebut dijembatani dengan penyebaran link dan di klasifikasikan dengan membentuk 10 level *inbound link*, dan memaksimalkan keberadaan *outbound link* yang terdapat pada setiap domain yang berada dibawah web domain utama raharja.ac.id. Pada gambar 1 terlihat perbedaan antara *inbound* dan *outbound link*.



Gambar 1. Inbound dan Outbound

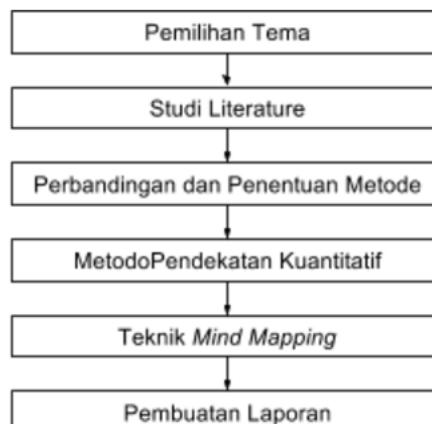
Tampak pada gambar satu, menjelaskan antara inbound dan outbound link dimana pada sisi Inbound terdapat sebuah web domain yang menebar link pada banyak website, sosial media dan youtube yang juga memanfaatkan SEO (*Search Engine Optimization*) supaya dapat ditampilkan pada halaman pertama mesin pencari. Disisi lain terdapat gambaran Outbound, sebuah webdomain yang didalamnya terdapat link untuk menuju ke website atau blog lain, dan tidak lupa juga mencantumkan jejaring sosial serta video youtube yang dimiliki. Untuk mewujudkan *World Class University (WCU)* tentu perlu ada *teamwork* dan ini menjadi tanggung jawab bersama setiap civitas Perguruan Tinggi Raharja, seluruhnya memegang peranan penting dan memiliki porsi yang sama dengan tujuan satu yaitu memaksimalkan setiap *sub-domain* yang berada dibawah naungan webdomain utama.

Dengan menjadi bagian dari webometrics, berarti Perguruan Tinggi Raharja siap untuk menjadi salah satu perguruan tinggi yang memiliki performa serta lalu lintas website yang terbaik di Indonesia hingga bersaing dengan universitas baik dunia. Namun untuk mewujudkan cita-cita tersebut diperlukan banyak usaha hingga bisa memenuhi setiap indikator yang diberikan oleh webometrics. Oleh karena itu dengan adanya metode inbound dan outbound yang diterapkan, sebagai salah satu upaya untuk bisa memenuhi indikator visibility dapat mendukung dalam peningkatan rank webometrics.

Dalam penelitian ini dilakukan tinjauan pustaka terhadap penelitian terdahulu, untuk mengetahui perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Adapun empat penelitian yang ada yaitu: a) Penelitian yang dilakukan oleh Adelakun (2013) “*Webometrics Rankings As Informer Of Public Policy On University Education: Some Implications For Nigeria’s Economic Growth*”. Kegunaan dari webometrics dalam implikasi pertumbuhan ekonomi Nigeria. faktor dampak web dan kelulusan tarif, adanya diskon esensi. Dalam konteks ini penelitian digunakan sebagai penunjang dampak suatu web dan kegiatan penumbuhan ekonomi di Nigeria. Sedangkan dalam penelitian ini Webometrics digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur popularitas Perguruan Tinggi Raharja dalam dunia maya dan sejauh apa strategi *linking* berjalan.^[2]; b) Penelitian yang dilakukan oleh Swaminathan Jeyashree1 dan Rajaiyan Ravichandran (2013) dengan judul “*Perspectives of Webometric Tools for Web Impact Assessment Studies: A Review*”. Dalam penelitian ini membahas juga alat digunakan Bing Application Programming Interface (API) untuk menarik kembali semua URL (sub domain) langsung ke hard disk yang akan berguna untuk analisis data lebih lanjut. 'Analyst Webometric' dimanfaatkan API Bing secara gratis, fasilitas pencarian dan memiliki berbagai fungsi *inbuilt* yang lengkap. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada penyebaran link yang sudah tidak menggunakan *harddisk*.^[3]; c) Penelitian ini dilakukan oleh O. Osunade C.O. Ogundele, yang berjudul “*EVALUATION OF THE UNIVERSITY OF IBADAN WEBSITE USING WEBOMETRIC RANKING PARAMETARS*” (2012) dalam *Internasional Journal of Science and Technology*. Dalam penelitian tersebut menjelaskan hasil dari webometric di tahun 2011, situs Universitas Ibadan merosot ke posisi sebelas. Universitas lakukan berbagai langkah untuk mendapatkan kembali posisi pertama di Nigeria. Pada penelitian ini memanfaatkan kekayaan file digital, ukuran, Google Scholar dan visibilitas yang dimiliki Universitas Ibadan. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan strategi inbound dan outbound sebagai langkah untuk meningkatkan peringkat webometrics.^[4]; d) Penelitian ini dilakukan oleh Liwen Vaughan dan Rongbin Yang, pada tahun 2013 yang berjudul “*Web traffic and organization performance measures: Relationships and data sources examined*”. Dalam penelitian ini membahas hubungan antara data lalu lintas Web dan langkah-langkah akademik/kinerja bisnis. Meskipun berbagai sumber data lalu lintas yang ada, beberapa studi telah meneliti dan membandingkan manfaat relatifnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kekurangan tersebut dengan memilih kelompok universitas dan bisnis dari AS dan China serta mengumpulkan data lalu lintas Web dari tiga sumber: Alexa Internet, Google Trends untuk Situs Web, dan Bersaing. Perbedaan dalam penelitian ini dimana adanya *mind mapping* sebagai langkah perancangan strategi inbound dan outbound.^[5]

2. METODE PENELITIAN

Tahapan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data, sebagai berikut.



Gambar 2. Tahapan Penyusunan Penelitian

Keterangan :

1. Pemilihan tema dengan cara memilih dan menentukan terlebih dahulu permasalahan atau tema penelitian yang akan diambil.
2. Studi Literatur, metode yang digunakan mendapatkan data dengan cara melihat, membaca, serta mengembangkan informasi yang berkaitan pada masalah yang dibicarakan sebagai referensi serta penunjang penelitian.
3. Perbandingan antar metode, membandingkan antar metode serta indikator webometrics, guna mendapatkan metode yang tepat untuk dapat diimplementasikan pada proses pemeringkatan webometrics khususnya Perguruan Tinggi Raharja.
4. Metodologi yang digunakan adalah melalui pendekatan kuantitatif untuk mengetahui peringkat website perguruan tinggi melalui metode webometrics dengan fokus pada indikator *visibility*. Subjek penelitian ini adalah web domain perguruan tinggi beserta sub-domainnya, sedangkan objek penelitian ini adalah Perguruan Tinggi Raharja.
5. Teknik *Mind Mapping* bertujuan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami
6. Laporan ditulis dalam bentuk dokumen setelah semua penelitian terselesaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Permasalahan

Melihat pada setiap indikator berbobot pada penilaian untuk meningkatkan rank pada webometrics yaitu sebagai berikut:

1. *Presence*
adalah total jumlah halaman webhost dalam webdomain utama (termasuk semua subdomain dan direktori) yang diindeks oleh mesin pencari Google. (bobot 10%)
2. *Visibility*
adalah mengambil nilai dari inlinks provider (majestic) dengan menggunakan rata-rata. (bobot 50%)
3. *Openness*
adalah total jumlah file (.pdf,.doc,.docs,.ppt,.pptx,) yang online/open dibawah domain website universitas yang tertangkap oleh mesin pencari. (bobot 10%)
4. *Excellence*
adalah data dari scimago, terdapat lebih dari 10% artikel ilmiah yang di sitir (cited) dari berbagai disiplin ilmu untuk periode lima tahun. (bobot 30%)

Berdasarkan keterangan dari setiap indikator penilaian webometrics diatas, dimana yang menjadi penilaian terbanyak ada pada *visibility* yang memiliki bobot sebanyak 50% hal ini baiknya menjadi fokus awal untuk dapat dicapai dengan maksimal. Berikut ini adalah hasil capaian pemeringkatan Webometrics pada edisi Januari 2016 yang mana ini menjadi acuan untuk strategi selanjutnya guna menaikkan peringkat Perguruan Tinggi Raharja pada edisi Juli 2016.

Tabel 1: Pencapaian rank webometrics bulan Januari 2016

Search results

Indonesia

Ranking	World Ranking	University	Det.	Country	Presence	Impact	Openness	Excellence
303	18495	Perguruan Tinggi Raharja			12846	19730	12445	5484

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa Perguruan Tinggi Raharja menduduki peringkat ke 303 untuk kategori per-negara Indonesia pada periode Januari 2016 yang lalu, sedangkan di tingkat dunia menduduki peringkat ke 18.495. Diketahui *Impact/visibility* yang menjadi fokus disini sejumlah 19.730, Indikatornya adalah perkalian dari akar kuadrat jumlah backlink dan jumlah domain yang berasal dari backlink mereka, sehingga tidak hanya mementingkan popularitas link, tetapi lebih dari keragaman hubungan. Maksimum dari hasil normalisasi adalah indikator impact (Tenia, 2015).

$$impact = \sqrt{\sum \text{backlinks}} \times \sum \text{domains} \quad \dots \dots \dots \quad (1)$$

Keterangan :

Impact = indikator impact

$\sum \text{backlinks}$ = jumlah backlink

$\sum \text{domain}$ = jumlah domain yang berasal dari backlink

Metode Inbound dan Outbound sebagai langkah melalui proses yang sederhana dan mudah namun jika dilakukan secara berkala dan adanya target yang ditentukan maka akan semakin memperluas jangkauan untuk Perguruan Tinggi Raharja dapat bersinar dengan kualitas website terbaik hingga mampu mencapai kesuksesan webometrics.

3.2 Pemecahan Masalah

Sebagai langkah untuk memecahkan permasalahan yang ada, yaitu dengan pengelolaan setiap halaman website yang baik pada raharja.ac.id. Penyebaran link atau yang biasa dikenal dengan sebutan *linking*. Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya bahwa pembobotan dengan angka tertinggi dalam penilaian webometrics adalah *visibility*.

Untuk mempermudah pendokumentasi dan publikasi informasi, maka dibuatlah subdomain yang memiliki beragam fungsi. Dari 21 (dua puluh satu) subdomain yang berada dibawah naungan domain utama yaitu raharja.ac.id, masing-masing telah mengandung kata kunci/*keyword*. Dengan demikian, mesin pencari akan mudah mendapatkan informasi berdasarkan *keyword* yang diberikan

Penempatan setiap informasi di klasifikasikan sesuai dengan kebutuhan. Seperti info per-jurusan, website seputar fasilitas dan pelayanan yang dikhkususkan untuk memberikan informasi dibidang tersebut. Subdomain aktifitas akademik, akan dikhkususkan pada kegiatan akademik seperti sistem *iLearning* yang menjadi metode pembelajaran yang banyak diminati oleh mahasiswa, begitu juga sistem pembelajaran *iLearning Plus* Perguruan Tinggi Raharja.

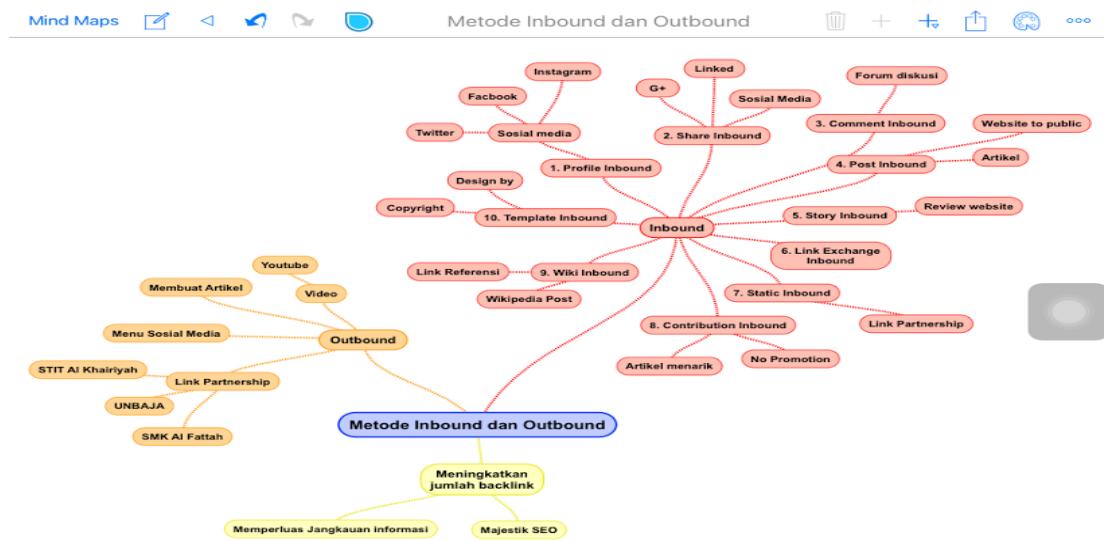
Tabel 2. Daftar 21 subdomain dan peruntukannya

No	Peruntukan Domain	Nama Domain
1.	<i>Facility Information Service</i>	fasilitas.raharja.ac.id
2.	<i>Public Relation Support And Campus Activity</i>	greendoc.raharja.ac.id
3.	<i>Program Study Information (SI)</i>	si.raharja.ac.id
4.	<i>Program Study Information (TI)</i>	ti.raharja.ac.id
5.	<i>Program Study Information (SK)</i>	sk.raharja.ac.id
6.	<i>Program Study Information (KA)</i>	ka.raharja.ac.id
7.	<i>Program Study Information (TI D3)</i>	tid3.raharja.ac.id

8.	<i>Program Study Information (MI)</i>	mi.raharja.ac.id
9.	<i>Program Study Information (MTi)</i>	mti.raharja.ac.id
10.	<i>Student Activity</i>	kemahasiswaan.raharja.ac.id
11.	<i>Alumni</i>	alumni.raharja.ac.id
12.	<i>Logistic Information</i>	logistik.raharja.ac.id
13.	<i>School Relation</i>	pmb.raharja.ac.id
14.	<i>iLearning Plus Information</i>	ilp.raharja.ac.id
15.	<i>Quality Assurance information</i>	mutu.raharja.ac.id
16.	<i>Research Information</i>	rec.raharja.ac.id
17.	<i>Repository Management</i>	repository.raharja.ac.id
18.	<i>Journal Publication</i>	journal.raharja.ac.id
19.	<i>Competency Publication</i>	tuk.raharja.ac.id
20.	<i>Graphic, Desain adn Video</i>	mavib.raharja.ac.id
21.	<i>Lecture Information</i>	dosen.raharja.ac.id

Untuk merancang sebuah konsep pencapaian *visibility* webometrics, menggunakan metode inbound dan outbound ini, penulis telah membuat sebuah kerangka *Mind Mapping* agar pencapaian lebih jelas dan struktur. Disamping itu, *Mind Mapping* sendiri adalah cara untuk menggambarkan informasi ke dalam pikiran untuk mengambil informasi keluar dari pikiran, sehingga kreatifitas akan muncul.

Mind Mapping memiliki tampilan yang menyenangkan untuk dilihat, dibaca, dicerna dan mudah diingat. Dengan *Mind Mapping*, daftar informasi yang panjang bisa dialihkan menjadi diagram yang lebih *fresh* karena didominasi dengan beberapa warna, sangat teratur dan hal ini selaras dengan cara kerja alami otak dalam melakukan berbagai hal. Diharapkan Penggunaan konsep *Mind Mapping* agar dapat membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami.



Gambar 3. Mind Mapping perancangan inbound dan outbound

Dilihat dari konsep diatas, pengimplementasiannya terbagi menjadi 3 (tiga) bagian yang terdiri dari inbound, outbound dan bertujuan untuk memperluas jangkauan inforrmasi dan meningkatkan jumlah *backlink* yang diukur melalui salah satu sistem penghitung backlink yaitu majestic SEO. Dimana pada inbound terdapat 10 level yang sudah dijelaskan sebelumnya serta adanya outbound untuk penempatan link dari luar yang ditampilkan dengan apik pada masing-masing subdomain raharja.ac.id.

Maka dari itu diterapkannya metode inbound dan outbound sebagai jembatan untuk penyebaran link sehingga dapat meningkatkan *rank webometrics*. Inbound dan Outbound dimana dengan metode ini para webo warriors (Tim sukses webometrics), pada Perguruan Tinggi Raharja dapat melakukan *linking* dengan lebih mudah dan menyenangkan karena berdasarkan pada 10 level inbound dimana tingkat kesulitan pada ke sepuluh level tersebut dapat menentukan keberhasilan dalam mencapai inbound yang diinginkan, selain itu juga untuk mencapai target yang tepat sasaran. Berikut ini adalah 10 level inbound:

Tabel 3. Level Inbound

No	Level Inbound	Keterangan
1	Profile Inbound	Pemanfaatan <i>Profile</i> jejaring sosial seperti facebook, twitter dan instagram dengan mencantumkan link dari subdomain yang diinginkan
2	Share Inbound	Sharing informasi baik itu artikel, foto, video ke jejaring sosial. Karena jumlah pemirsa pada pengguna tersebut bisa menjangkau luas hingga ke seluruh dunia.
3	Comment Inbound	Banyaknya website yang menyediakan <i>thread</i> sebagai wadah untuk berdiskusi dengan memberikan komentar, ini menjadi kesempatan untuk menyisipkan link salah satu subdomain.
4	Post Inbound	Menulis sebuah artikel ataupun postingan singkat namun padat akan informasi mengenai salah satu subdomain yang ingin kita ulas lebih di website lain.
5	Story Inbound	Menceritakan atau menggambarkan bagaimana website yang ingin kita tuju, seperti review sebuah website. kemudian adanya komunikasi lebih lanjut untuk bisa menambahkan cerita yang telah dibuat agar dimuat disana.
6	Link Exchange Inbound	Saling bertukar link (<i>exchange link</i>), Pada level ini bisa memberikan keuntungan satu sama lain.
7	Static Inbound	website <i>partnership</i> , adanya kerjasama yang di jalin antara kedua situs official site

		dimana masing-masing menampilkan link yang disertai dengan logo partnernya.
8	<i>Contribution Inbound</i>	Menjadi kontributor atau menjadi partisipan dalam membuat artikel yang menarik. Website semacam ini biasanya memiliki auditor, sehingga untuk promosi baiknya sedikit diminimalisir.
9	<i>Wiki Inbound</i>	Menjadi bagian dari Wikipedia, dapat membuat postingan atau mencantumkan link pada bagian referensi.
10	<i>Template Inbound</i>	membuat template untuk konsumsi public. Misalnya membuat sebuah template untuk blog atau <i>blogspot</i> or <i>wordpress</i> yang selanjutnya menyisipkan link official ke dalam <i>copyright</i> atau <i>design by</i> .

Dan untuk outbound, adanya link yang tersebar diseluruh bagian website baik itu artikel, video, bahkan juga link partner yang ditampilkan berupa listing untuk menampilkan link berserta logo partner. Perhitungan visibility didasarkan pada kualitas konten yang di evaluasi berdasarkan kesepakatan umum secara virtual, dihitung dari semua link eksternal web domain.

Pada penjelasan diatas, penulis sudah menjawab apa yang ada dalam permasalahan sebelumnya. Bawa metode inbound dan outbound telah dapat membangun konsep *linking* tersebut agar para dosen maupun mahasiswa khususnya tim webo warriors dalam penyebaran linking lebih terarah dan mudah sesuai dengan adanya 10 level inbound dan proses yang mudah dalam penempatan outbound. Selain itu, peningkatan yang ditargetkan berdasarkan indikator inbound webometrics, sebanyak 29% telah dicapai para webo warriors dari 50 % angka *visibility*. Hal ini dibuktikan dengan pergeseran diagram sesuai dengan jumlah capaian saat ini hingga bulan Juli mendatang dimana hasil *rank* webometrics periode ke-2 di tahun 2016 ini akan di publikasikan. Dibawah ini adalah *progress status* capaian webometrics.

3.3 Listing Program

Dalam menghasilkan outbound, dibutuhkan link dari site luar untuk bisa dikemas sedemikian rupa hingga tertata dengan apik pada setiap subdomain dibawah raharja.ac.id. Dan untuk menampilkan sebuah logo yang dapat mengarah langsung ke site lain, maka perlu adanya sebuah *listing* program yang berguna untuk bisa menjalankan program tersebut. Berikut ini penulis tampilkan *listing* program yang digunakan untuk menampilkan *Partner* pada salah satu subdomain yaitu ilp.raharja.ac.id. Dimana pada bagian tersebut terdapat logo yang mengarahke *official site* dari pihak luar yaitu Universitas Banten Jaya (UNBAJA), dan SMK Al-Fattah pada halaman *official site iLearning Plus*. Dibawah ini adalah *listing program* tersebut.

```
<div class="textwidget">
<tbody>
<tr>
<td>
<div align="center"><a href="http://www.unbaja.ac.id/">
target=_blank"></a></div>
</td>
</tr>
</tbody>
</div>
```

Gambar 4. Listing program untuk menampilkan link dan logo UNBAJA

Dari gambar diatas adalah listing program untuk menampilkan logo Universitas Banten Jaya (UNBAJA) sebagai partner Perguruan Tinggi Raharja, adanya link official site UNBAJA menghasilkan outbound link.

```
<div class="textwidget">
<tbody>
<tr>
<td>
<div align="center"><a href=""http://smkalfattah.ilearning.me">
target=_blank"></a></div>
</td>
</tr>
</tbody>
</div>
```

Gambar 5. Listing program untuk menampilkan link dan logo SMK Al-Fattah

Berdasarkan gambar diatas adalah listing program untuk menampilkan logo SMK Al-Fattah sebagai partner Perguruan Tinggi Raharja, adanya link official site SMK Al-Fattah menghasilkan outbound link.

3.4 Implementasi

Pada tahap implementasi, pemanfaatan dari banyaknya subdomain yang dimiliki Perguruan Tinggi Raharja adalah peluang besar untuk bisa mencapai peringkat atas pada webometrics, salah satunya dengan memenuhi indikator *visibility*. Berikut ini adalah tampilan pada halaman awal domain utama raharja.ac.id dan 2 subdomain yaitu ilp.raharja.ac.id dan logistik.raharja



Gambar 6: Tampilan home

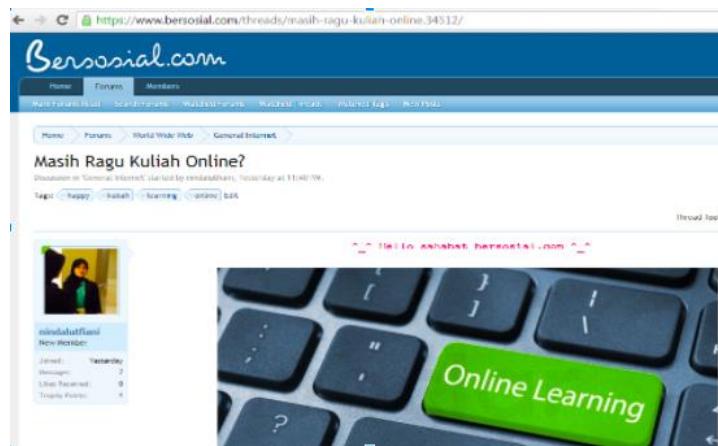
Dapat dilihat dari gambar 6 yaitu tampilan *home*, template yang digunakan pada setiap sub domain sama seperti raharja.ac.id, hal ini untuk keseragaman dan menjadi ciri khas Perguruan Tinggi Raharja.

Penerapan metode inbound dan outbound yang dilakukan berdasarkan 10 level inbound beserta upaya memaksimalkan outbound yang telah tersebar ke banyak website termasuk juga jejaring sosial dan youtube. berikut ini contoh penerapan inbound dan outbound:



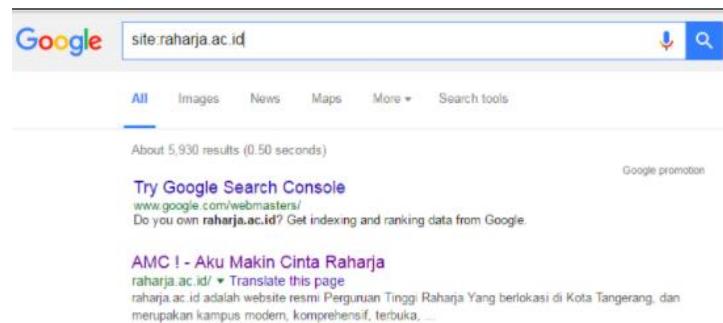
Gambar 7 : Outbound dalam bentuk Partner link

Dilihat dari Gambar diatas bahwa adanya *Partner link* pada ilp.raharja.ac.id yang menjadi sub domain Perguruan Tinggi Raharja, ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan jumlah *linking*.



Gambar 8: Inbound link

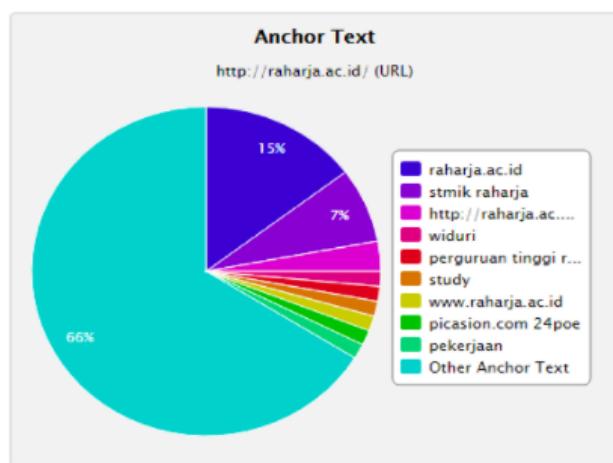
Pada gambar diatas adalah proses penyebaran inbound link pada subdomain ilp.raharja.ac.id menggunakan level 4 yaitu post inbound. Membuat postingan pada site lain dengan menyisipkan link ilp.raharja.ac.id.



Gambar 9: Hasil pencarian pada Google sebanyak 5.930

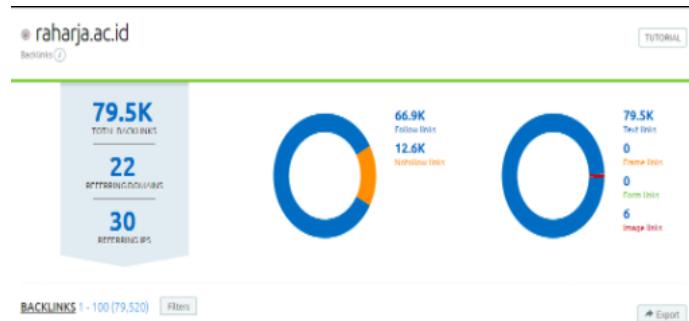
Setelah melakukan penyebaran link, hasil pencarian pada mesin pencari juga terus diamati. Seperti yang tergambar di atas bahwa hasil pencarian pada Google mnunjukkan angka hingga 5.930 dari jumlah sebelumnya sebanyak 4630 hasil pencarian .

Data dikumpulkan melalui metode observasi, pada tahap ini dilakukan dengan mengamati perilaku mesin pencari dalam melihat jumlah backlink dari pihak ketiga melalui hasil pencarian dengan mamasukkan *keyword* site:raharja.ac.id, pencapaian anchor melalui perhitungan grafik anchor text melalui majestic.com dan hasil perhitungan *backlink* pada semrush.com, sebagai berikut.



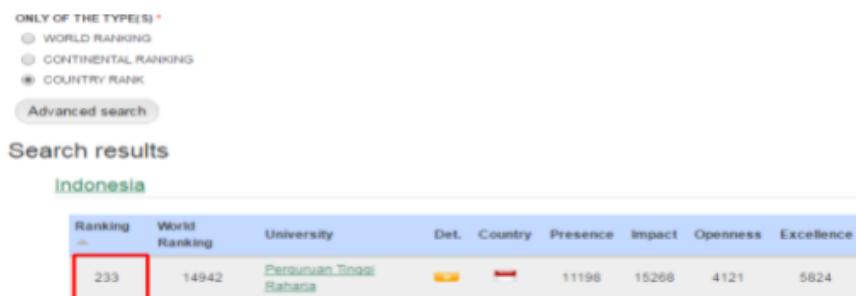
Gambar 10: *Grafik Anchor Text* pada majestic.com

Dari langkah-langkah strategi yang dilakukan, situs MajesticSEO menghitung jumlah *reference domains* dari situs educational (berakhiran .edu atau ac.id). Jumlah peningkatan pada link rahaia.ac.id mendapatkan hasil sejumlah 15% peringkat URL.



Gambar 11: hasil perhitungan *backlink* semrush.com

Seperti pemeringkatan URL, semrush menunjukkan jumlah dan kualitas dari backlink. Hasil dari implementasi mulai dari proses inbound dan outbound link, analisa melalui Majestic dan semrush yang dijalankan selama bulan April sampai dengan Juli 2016, telah membuahkan hasil dengan meningkatnya peringkat Perguruan Tinggi Raharja pada pemeringkatan Webometrics edisi Juli 2016.



Gambar12: Peringkat Webometrics Edisi Juli 2016

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa jumlah *ranking* pada edisi bulan Juli 2016 ini menjadi 233 dari capaian sebelumnya 303. Selain itu jumlah *impact/visibility* yang juga menjadi fokus bahasan naik hingga 15.268 dari jumlah capaian sebelumnya yaitu 19.730

impact. hal ini menandakan capaian yang didapat dari strategi inbound dan outbound yang diterapkan dapat berhasil secara signifikan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa metode inbound dan outbound dapat meningkatkan jumlah backlink secara efisien. Disamping itu, penerapan metode ini dinilai menarik karena sangat mudah diterapkan yang didukung dengan adanya 10 level inbound dan proses dalam menanamkan link outbound yang sangat mudah dilakukan dengan membuat artikel, membuat link partner, membuat video dan lain sebagainya. Pencapaian webometrics setelah melalui proses implementasi inbound dan outbound link dengan memaksimalkan indikator *visibility* telah berhasil meningkatkan peringkat Perguruan Tinggi Raharja dari sebelumnya 303 menjadi 233. Menjadi bagian dari webometrics penting adanya untuk melihat seberapa jauh kualitas dari website dan kekayaan digital yang dimiliki oleh Perguruan Tinggi Raharja. Penerapan inbound dan outbound sebagai salah satu bagian dari indikator *visibility* terbukti dapat meningkatkan rank dengan selisih sebanyak 70 tingkat.

5. SARAN

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih mengembangkan metode inbound dan outbound link dengan memperluas penyebaran link baik itu pada domain utama ataupun setiap subdomain ke berbagai situs yang ada di internet. Konsistensi untuk terus meningkatkan jumlah *linking*, akan mendukung mwningkatnya indikator *visibility* dalam pemeringkatan webometrics.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada STMIK Raharja yang telah memberi dukungan finansial terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wahyuningrum, Tenia. (2015). Strategi Peningkatan Visibility Dalam Rangka Peningkatan Ranking Webometrics. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENTIKA), 151-156. Diambil dari <https://fti.uajy.ac.id/sentika/publikasi/makalah/2015/19.pdf>
- [2] Adedapo, A. (2015). *Webometrics Rangkings As Informer Of Public On University Education: Some Implication For Nigeria's Economic Growth*. European Journal Of Educational Studies, 7(1). Diambil dari <http://anadolu.ergipark.gov.tr/ejes>
- [3] Jeyashree, S., & Ravichandran, R. (2013). Perspectives of Webometric Tools for Web Impact Assessment Studies: A Review. *International Journal of Library Science*, 2(2), 43-48. Tersedia di <http://article.sapub.org/10.5923.j.library.20130202.03.html>
- [4] Osunade, O., & Ogundele, C. O. (2012). Valuation of the university of Ibadan website using webometric ranking parametars. *Transnational Journal of Science and Technology*, 2(3), 66-78. Tersedia di http://www.tjournal.org/tjst_april_2012/c5.pdf
- [5] Vaughan, L., & Yang, R. (2013). *Web traffic and organization performance measures: Relationships and data sources examined*. *Journal of informetrics*, 7(3), 699-711. Tersedia di <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1751157713000412>