

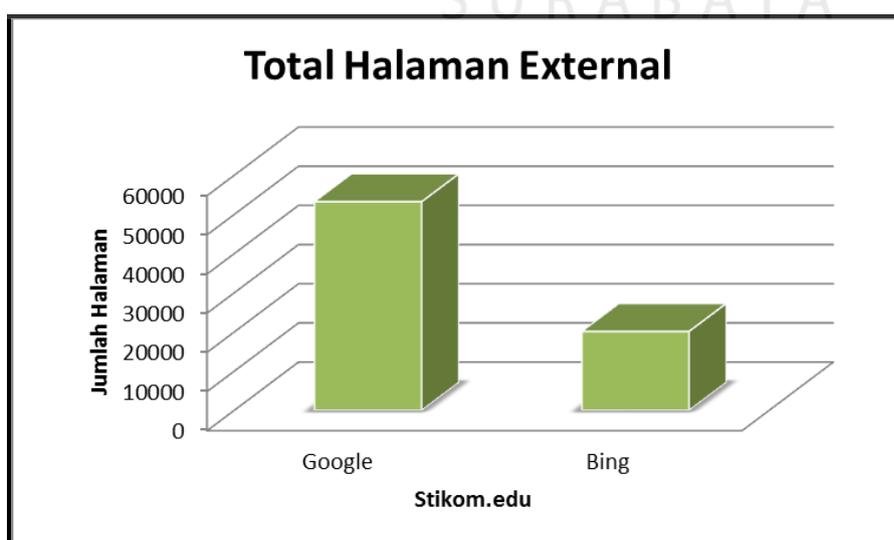
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari analisis data yang didapatkan berupa nilai dari setiap indikator dan parameter stikom.edu untuk mendapatkan strategi baru sehingga mampu meningkatkan isi konten dan peningkatan *ranking* pada *webometrics*, hasil yang diukur melalui dua mesin pencari *MajesticSEO* dan *Ahrefs* untuk menentukan *visibility/impact* yang sudah ditentukan *webometrics*, *Google* dan *Bing* untuk mendapatkan hasil dari setiap indikator beserta parameternya adalah sebagai berikut:

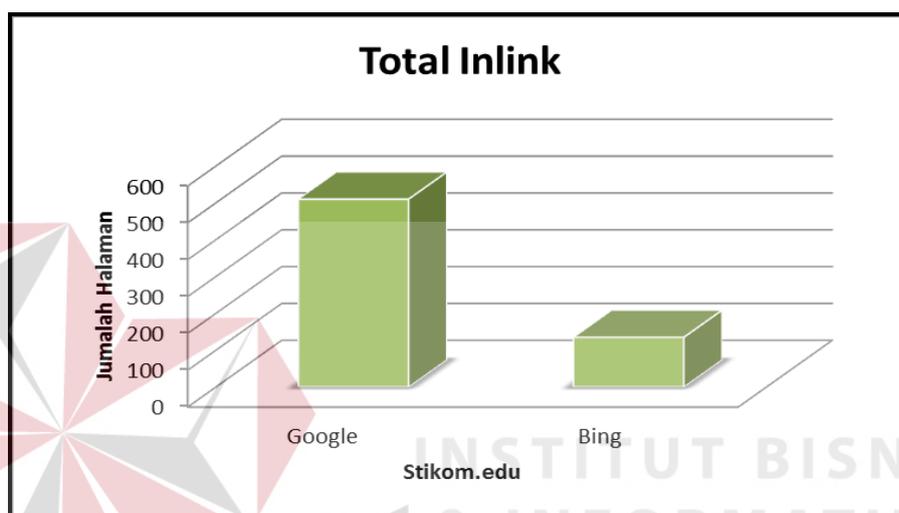
4.1 Indikator *Web Impact Factor*

Pengumpulan data pada parameter *Web Impact Factor* dengan menggunakan mesin pencari dari *Google* dan *Bing* untuk mengukur seberapa banyak *inlink* dan jumlah halaman *web* yang dipublikasi dalam suatu situs *website* yang terindeks oleh mesin pencari, berikut hasil penggalian data.



Gambar 4.1 Total Halaman *External* Stikom.edu

Pada Gambar 4.1 merupakan total halaman *external* antara *Google* dan *Bing* dengan cara mengetik *syntax* “site:stikom.edu” maka akan muncul jumlah dari halaman *external*. *Google* memiliki 53.500 total halaman *external* yang dipublikasikan dan terindeks oleh mesin pencari, sedangkan *Bing* memiliki 20.100 halaman yang terindeks.



Gambar 4.2 Jumlah *Inlink* Domain Stikom.edu

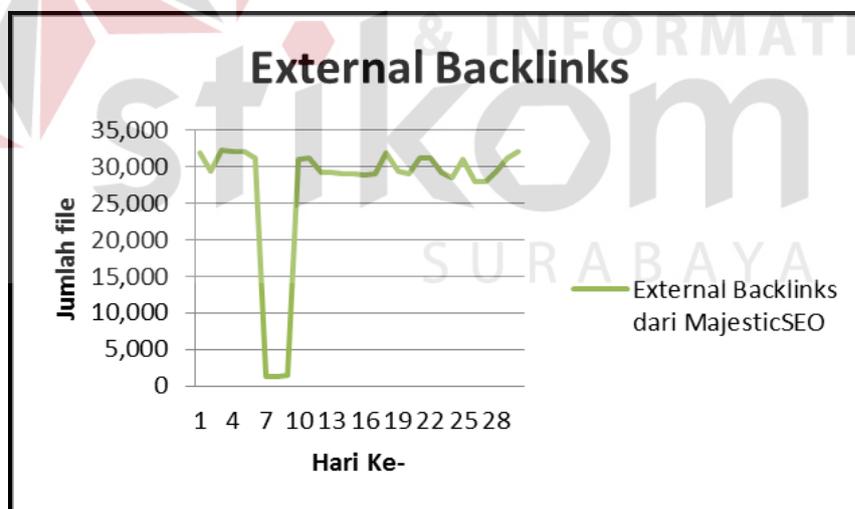
Pada Gambar 4.2 merupakan hasil *inlink* domain yang didapat pada dua mesin pencari yaitu *Google* mendapatkan 510 *inlink* atau *backlink* untuk mendapatkan hasil *inlink* dengan cara mengetik *syntax* pada *Google* “*Backlink For stikom.edu*”. Sedangkan dengan *syntax* “*LinkFromDomain:stikom.edu*” *Bing* mendapatkan 135 *inlink* yang terindeks, terlihat perbedaan hasil yang sangat jauh disebabkan kurangnya *inlink* yang didapatkan dari *Bing* dan terdapat perbedaan algoritma antara kedua mesin pencari, pengumpulan data dilakukan pada tanggal 16 Maret 2016 sampai 14 April 2016. Demikian hasil dari pengumpulan data pada Gambar 4.1 dan Gambar 4.2 untuk mendapatkan nilai pada *Web Impact Factor*

dengan menghitung hasil yang sudah didapatkan menggunakan rumus 2.1 yang membagi hasil dari total halaman *external* dan jumlah *inlink*.

4.2 Indikator *Webometrics*

A. *Visibility/impact* (50%)

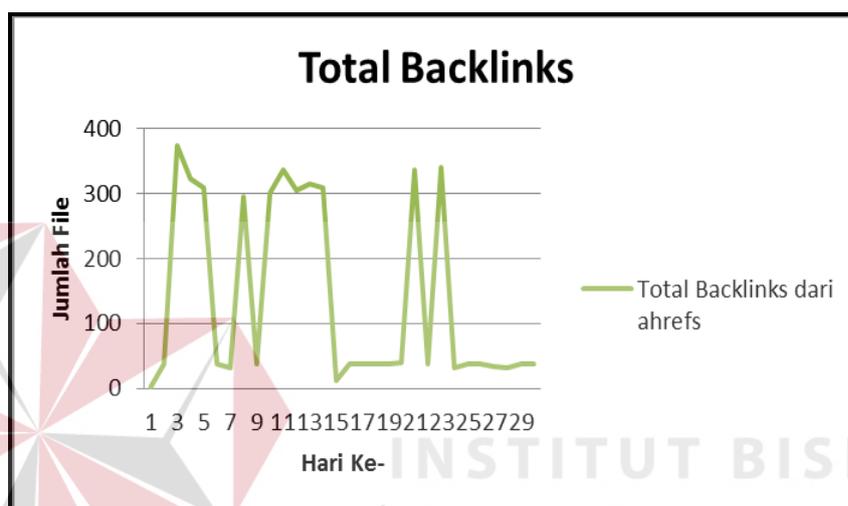
Indikator *visibility/impact* yang memiliki bobot sebesar (50%) didapatkan dari kualitas konten yang diukur dengan cara mengetahui seberapa banyak tautan *external* dari situs *website* lain yang mengutip dan memberikan *link* ke situs utama Stikom Surabaya yang disebut sebagai *inbound link* pada *website*, dengan mengamati perilaku mesin pencari dalam melakukan *crawler* domain yang menampilkan jumlah *backlink* yang terindeks oleh dua mesin pencari yang digunakan oleh *webometrics* yaitu *MajesticSEO* dan *Ahrefs*.



Gambar 4.3 *External Backlinks* Stikom.edu

Pengamatan dilakukan selama 30 hari yang terhitung dari tanggal 16 Maret 2016 sampai 14 April 2016. Berikut jumlah alamat situs yang memberikan *link* ke situs utama Stikom Surabaya yang didapatkan dari *MajesticSEO* dan

Ahrefs. Pada Gambar 4.3 menunjukkan jumlah *external backlinks* selama 30 hari dengan cara mengamati data pada *Ahrefs*. Pada tanggal 16 Maret sampai 31 Maret 2016 adalah 371,371 dan *backlink* pada hari ke 30 pada tanggal 1 April sampai 14 April 2016 adalah 447,489 dari *Ahrefs*. Hal ini berarti jumlah *external backlinks* telah naik sebanyak 76,118 poin.



Gambar 4.4 Total *Backlinks* Stikom.edu

Pada Gambar 4.4 memperlihatkan hasil dari total *backlinks* yang diterima oleh stikom.edu dengan menghitung banyaknya *backlink external* yang diberikan dari pihak ketiga dengan terhubung pada situs utama Stikom Surabaya yaitu stikom.edu atau beberapa *sub domain* dan kemudian dari hasil pengamatan pada *MajesticSEO* yang dilakukan selama 30 hari yang dihitung dari tanggal 16 Maret 2016 sampai 14 April 2016.

Pada tanggal 16 Maret sampai 31 Maret 2016 adalah 3023.85 dan jumlah *external* di hari ke 30 pada tanggal 1 April sampai 14 April 2016 adalah 1116.9 serta jumlah *external* meningkat sebanyak 1906.95 buah dari jumlah awal yang didapatkan. Demikian jumlah dari *external backlinks* pada Gambar 4.3 dan total

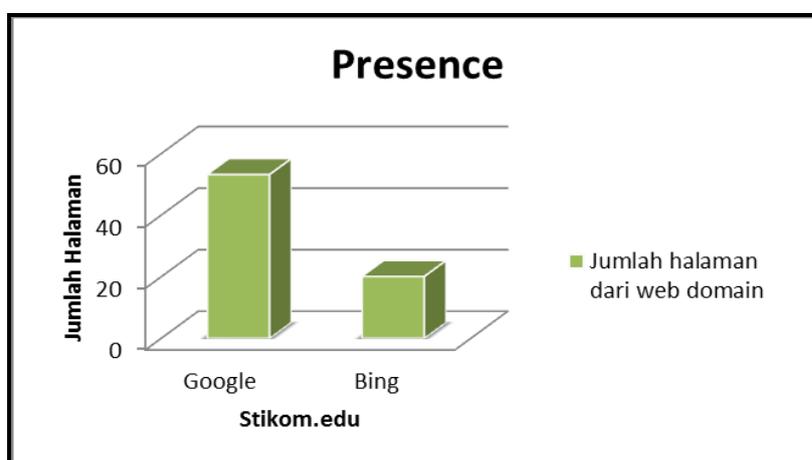
backlinks pada Gambar 4.4 untuk mendapatkan hasil dari *visibility/impact* menggunakan rumus 2.3 dengan cara perkalian jumlah dari *external backlinks* dan total *backlinks*. Hasil perkalian dari 2 jumlah yang disebutkan kemudian dinormalisasikan untuk mendapatkan nilai rata-rata untuk persentase.

B. Activity (50%)

Activity terbagi menjadi tiga parameter, yaitu *presence* (20%), *openness* (15%) dan *excellence* (15%), untuk dapat meningkatkan *ranking website* stikom.edu pada *webometrics*, maka diperlukan perhitungan dan pengumpulan data untuk mendapatkan nilai pada masing-masing parameter. Berikut hasil dari tiga parameter *activity*, yaitu:

1. Presence

Parameter *presence* mempunyai bobot sebesar (20%) dari total penilaian yang dihitung berdasarkan seberapa banyak konten total halaman *website* dan halaman dinamik yang terindeks oleh mesin pencari *Google* dan *Bing*. Jumlah halaman akan diketahui dengan cara mengetik kata kunci atau *syntax* pada mesin pencari “site:stikom.edu”. Berikut hasil dari mesin pencari *Google* dan *Bing*.

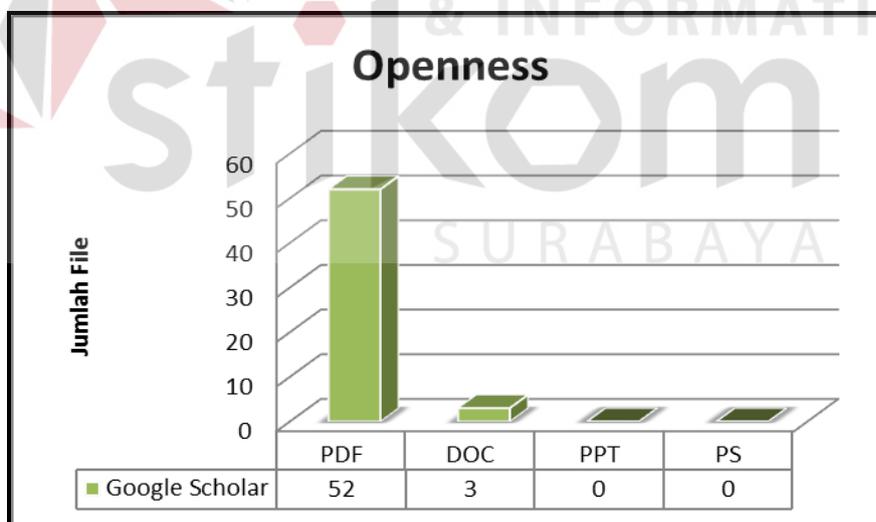


Gambar 4.5 Jumlah *Presence* Domain Stikom.edu

Pada Gambar 4.5 merupakan hasil masing-masing dari *Google* dan *Bing*, untuk mendapatkan total halaman *website* yang menyambung atau menautkan kepada situs *stikom.edu* dapat dilihat perbandingan antara kedua mesin pencari. *Google* mendapatkan hasil sebesar 53.200, sedangkan pada *Bing* 20.100. Hasil yang terlihat banyaknya halaman yang terindeks pada *Google* dibandingkan *Bing* dikarenakan perbedaan algoritma pada kedua mesin pencari.

2. *Openness*

Parameter *openness* mempunyai bobot (15%) yang menampilkan jumlah *file* dokumen dengan format (.ps, .eps), (.doc, .docx) dan (.ppt, .pptx) yang terindeks oleh *Google Scholar*. Berikut cara mencari jumlah *file* yang dimiliki *stikom.edu* yang terpublikasi dan terindeks *Google Scholar* dengan mengetikkan kata kunci atau *syntax* “*site:stikom.edu file type: format*”.

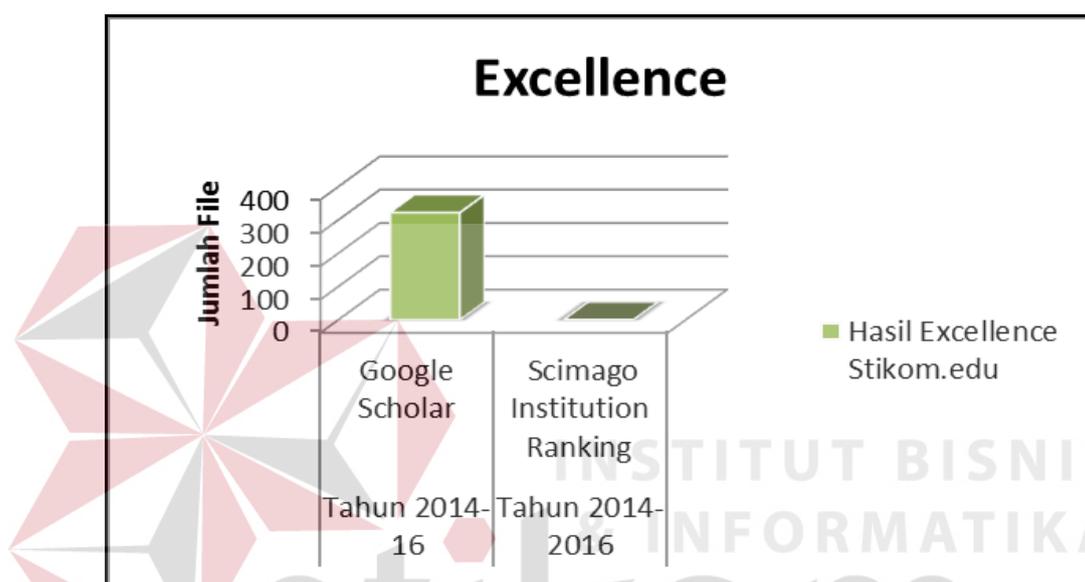


Gambar 4.6 Jumlah *Openness* Domain *Stikom.edu*

Pada Gambar 4.6 merupakan jumlah *rich file* (pdf, doc, docs dan ppt) yang dipublikasi oleh *stikom.edu* dan terindeks oleh mesin pencari masih sangat sedikit dan masih berada kurang dari 1000 yang terindeks pada *Google Scholar*.

3. Excellence

Parameter ini memiliki bobot (15%) dari total penilaian berupa jumlah makalah dan artikel akademis yang diterbitkan dalam jurnal internasional yang dipublikasi oleh perguruan tinggi di *Scimago Institution Ranking* yang terindeks *Scopus* dan *Google Scholar*.

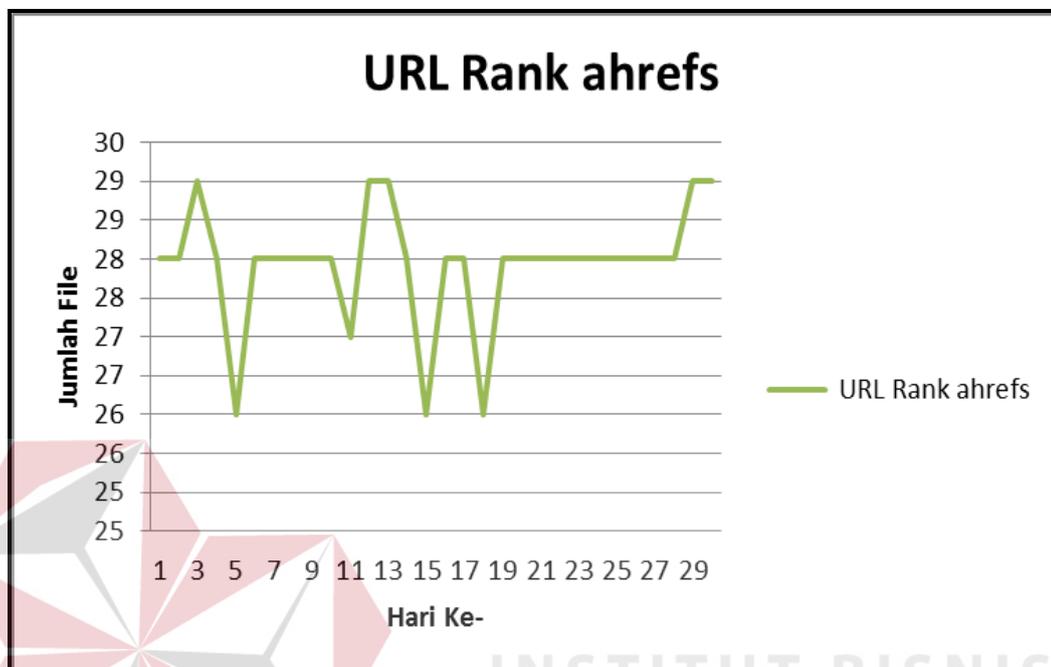


Gambar 4.7 Jumlah Excellence Ranking Google Scholar Dan Scimago Institution Ranking Stikom.edu

Pada Gambar 4.7 hasil yang ditampilkan dari dua mesin pencari yang merupakan jumlah karya ilmiah dan jurnal yang sudah dipublikasikan, pada *Google Scholar* mendapatkan hasil sejumlah 322 hasil pencarian dengan mengetikkan kata kunci “stikom.edu”, sedangkan pada *Scimago Institution Ranking* hasil tidak didapatkan dikarenakan Stikom Surabaya belum mendaftarkan dan bergabung ke situs resmi *Scimago Institution Ranking* yang digunakan oleh *webometrics* untuk mengukur *excellence*.

4.3 Indikator Dari Ahrefs

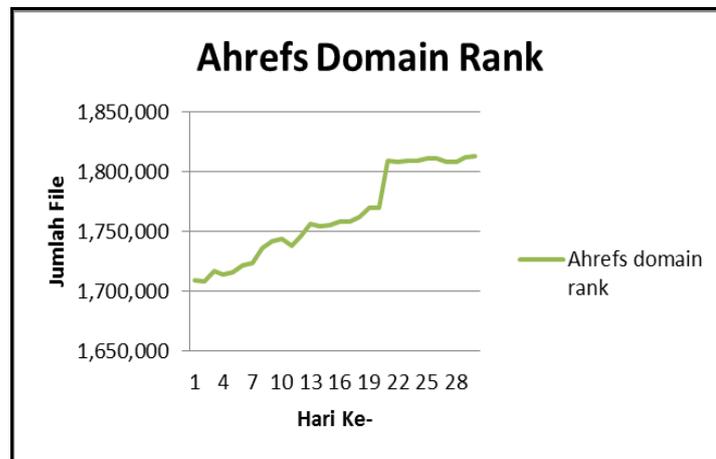
A. URL Rank Ahrefs



Gambar 4.8 URL Rank Stikom.edu

Pada Gambar 4.8 memperlihatkan peringkat URL stikom.edu menurut Ahrefs yang diurutkan dari angka 0-100. Peringkat URL menilai dan mengukur bagaimana pentingnya sebuah URL yang diperiksa dari jumlah dan kualitas *backlink* yang didapatkan. Algoritma Ahrefs menentukan perhitungan skor dan nilai antara 1-100 yang tertinggi, 0-30 berarti URL tidak populer, 31-70 berarti rata-rata dan 71-100 menunjukkan URL sangat populer. Dapat dilihat pada Gambar 4.8 setelah melakukan pengamatan dan peringkat URL stikom.edu mendapatkan peningkatan sebesar 2 poin, dari *ranking* 27 menjadi *ranking* 29. *Ranking* ini menyatakan bahwa URL stikom.edu masih belum populer.

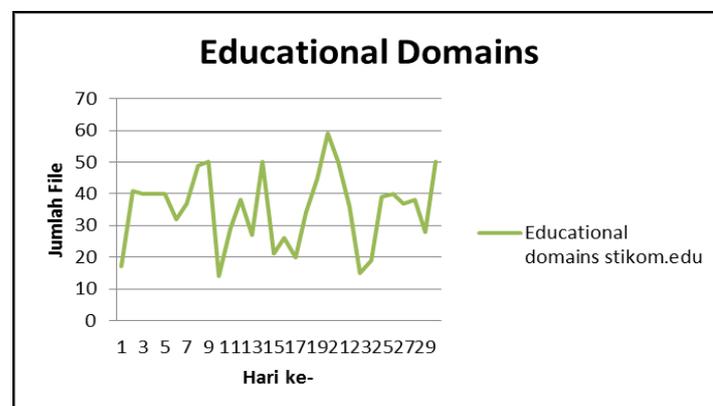
B. Ahrefs Domain Rank



Gambar 4.9 Ahrefs Domain Stikom.edu

Pada algoritma *Ahrefs* menentukan perhitungan skor antara 1-100 yang tertinggi, 0-30 berarti domain tidak populer, 31-70 berarti rata-rata dan 71-100 mengindikasikan domain sangat populer, dimana sebuah domain sangat penting. Pada Gambar 4.9 merupakan hasil pengamatan yang dilakukan selama 30 hari yang dihitung dari tanggal 16 Maret 2016 sampai 14 April dan *Ranking* domain naik menjadi 1,151 poin.

C. Educational Domain



Gambar 4.10 Educational Domain Stikom.edu

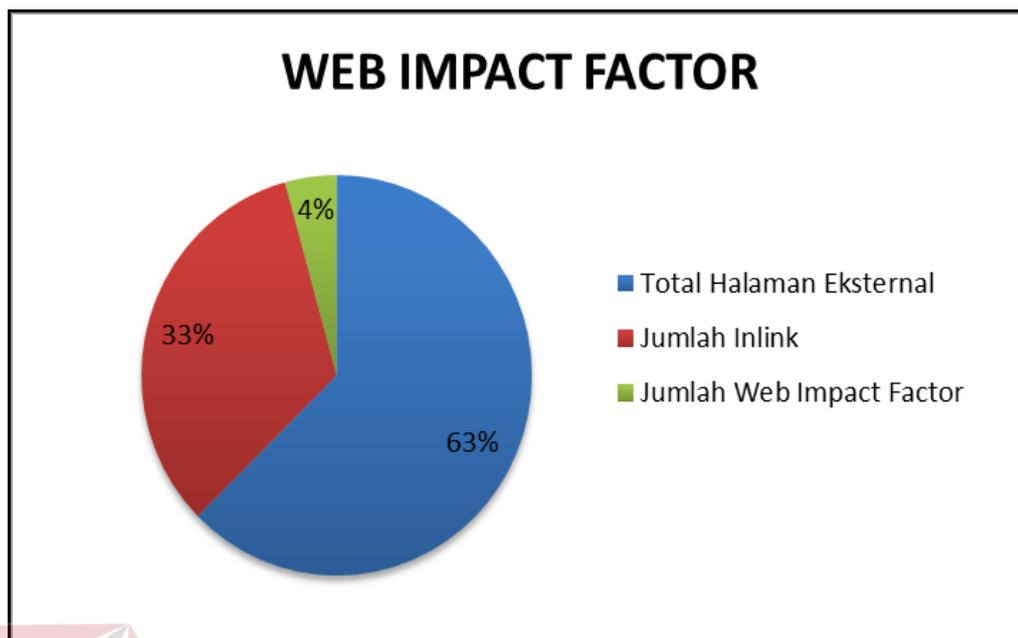
Pada Gambar 4.10 merupakan hasil dari pengumpulan data yang menghasilkan jumlah domain yang berakhiran edu atau ac.id yang memuat atau mencantumkan sedikitnya satu *backlink* yang terhubung dengan stikom.edu ataupun ke beberapa *sub* domain. Grafik di atas memperlihatkan adanya peningkatan *educational* sebanyak 11 poin, tetapi dari keseluruhan data yang dikumpulkan *backlink* yang didapat sangat sedikit dan belum banyak situs yang memberikan *backlink* ke domain stikom.edu.

4.4 Hasil Analisis Normalisasi dari Indikator

Hasil dari analisis yang sudah dijabarkan berupa hasil dari masing-masing mesin pencari yang berdasarkan indikator dan parameter yang dinilai, maka tahap berikutnya adalah normalisasi data sebelum melakukan perhitungan untuk mendapatkan nilai rata-rata pada setiap indikator, sehingga bisa mendapatkan strategi yang efektif untuk meningkatkan *ranking* setiap indikator dan parameter yang mempengaruhi *ranking* perguruan tinggi pada *webometrics*.

4.4.1 Hasil Normalisasi *Web Impact Factor*

Hasil normalisasi atau nilai rata-rata yang didapatkan dari hasil awal yang dihitung menggunakan rumus atau persamaan 2.2 yang sudah ditentukan. Pada Gambar 4.11 merupakan nilai normalisasi dari *Web Impact Factor* yang sudah dihitung menggunakan rumus 2.2, pada jumlah *Web Impact Factor* mendapatkan hasil (4%) 0.528 jumlah *web*. Dimana 4% merupakan hasil normalisasi dari dua variabel yaitu total halaman yang dibagi dengan jumlah *link*.



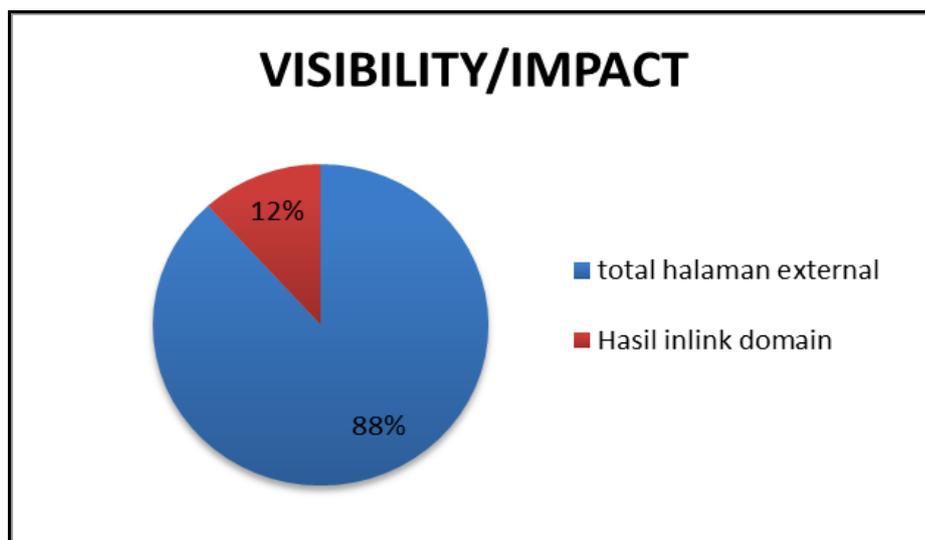
Gambar 4.11 Hasil Normalisasi *Web Impact Factor*

4.4.2 Hasil Normalisasi *Webometrics*

Hasil normalisasi yang dijabarkan dan selanjutnya akan dilihat sesuai dengan persentase dari setiap indikator dan parameternya menggunakan rumus 2.2 untuk mendapatkan nilai rata-rata. Nilai *visibility* dan *activity* yang sudah dinormalisasikan tidak boleh kurang dari (50%), berikut hasil dari normalisasi pada indikator *webometrics*.

A. *Visibility/impact*

Pada bobot (50%) hasil dari normalisasi yang sudah dihitung *visibility/impact* memiliki nilai yang rendah yaitu kurang dari (50%), merupakan hasil *inlink* yang belum mencapai bobot dari indikator. Hasil dari kualitas konten yang menautkan dan memberikan *link* ke situs utama Stikom Surabaya (*inbound link*), berikut hasil persentase normalisasi pada *MajesticSEO* (total halaman *external*) dan *Ahrefs* (hasil *inlink*).



Gambar 4.12 Hasil Normalisasi *Visibility/impact*

Pada Gambar 4.12 merupakan hasil normalisasi dari total halaman *external* dengan persentase (88%) dengan hasil yang sudah dinormalisasikan yaitu sebesar 2,27 (4.179 *link external*) dari situs lain. Sedangkan persentase pada *inlink* domain stikom.edu sebesar (12%) dengan hasil yang dinormalisasikan yaitu 0,3 (5.179 *backlink*) tautan *link* yang didapat stikom.edu. Pada Gambar 4.12 menampilkan seberapa besar dampak dari nilai yang didapatkan situs utama. Situs utama yang dimiliki oleh Stikom Surabaya memiliki beberapa *sub* domain yang dimana kurangnya informasi mengenai *sub* domain sehingga pihak ketiga kesulitan untuk mengakses dan memberikan *backlink* untuk stikom.edu, pihak yang bertanggung jawab harus memastikan semua *sub* domain menggunakan *Search Engine Optimization*.

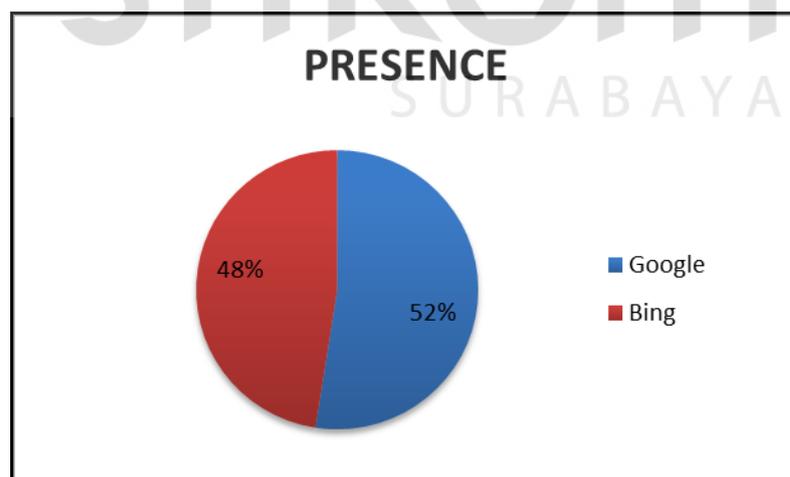
B. Activity

Pada bobot (50%) berikut hasil normalisasi pada setiap parameter dari *activity* yang terbagi menjadi tiga masing-masing parameter dengan hasil persentase sesuai dengan bobot masing-masing.

1. *Presence* (20%)

Pada bobot (20%) hasil dari normalisasi yang didapatkan menghasilkan persentase *presence* yang didapatkan nilai pada setiap mesin, digunakan untuk melakukan penggalian data. *Presence* mempunyai persentase yang memenuhi nilai yang ditentukan oleh bobot (20%) dalam total halaman yang tertangkap di mesin pencari, berikut hasil persentase normalisasi pada *Google* dan *Bing*.

Pada Gambar 4.13 merupakan hasil persentase pada mesin pencari *Google* dan *Bing*. Gambar di atas terlihat hasil *presence* yang dimiliki Stikom Surabaya pada *Google* (57%) dengan hasil yang dinormalisasikan yaitu 1,62 (79 halaman). Sedangkan pada *Bing* (43%) hasil yang dinormalisasikan yaitu 1.21 (20 halaman) yang tertangkap oleh mesin pencari tersebut. *Sub* domain (termasuk semua *sub* domain dan direktori lainnya) yang dimiliki Stikom Surabaya beberapa tidak terindeks oleh mesin pencari *Google* dan *Bing* sehingga mempengaruhi nilai pada *ranking webometrics*.



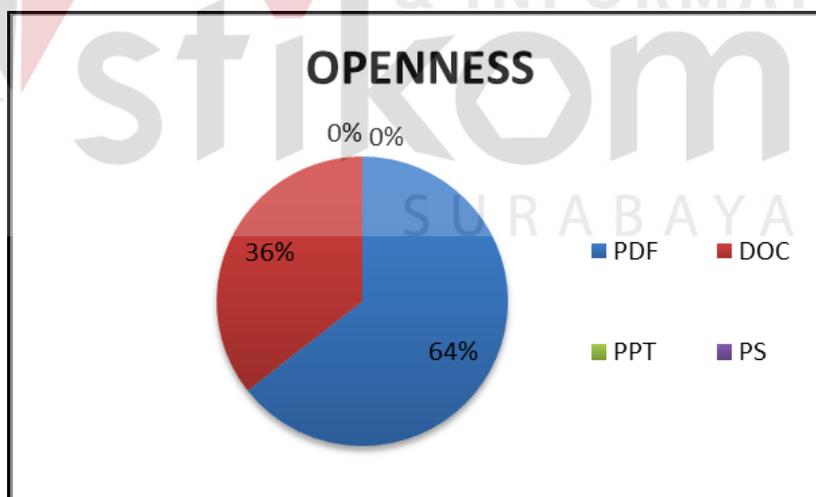
Gambar 4.13 Hasil Normalisasi *Presence*

Sub domain dan termasuk direktori lainnya tidak terindeks dikarenakan kurangnya partisipasi dalam mempublikasi informasi atau *file* lainnya tidak

menautkan ke stikom.edu sehingga mesin pencari tidak menemukan halaman yang dimaksud. Dengan hasil persentase di atas pada kedua mesin pencari memperlihatkan bahwa *presence* sudah memenuhi bobot yang ditentukan oleh *webometrics*.

2. *Openness* (15%)

Openness dengan bobot (15%) mendapatkan hasil normalisasi pada setiap *file* dokumen yang dipublikasi yang tertangkap oleh mesin pencari dengan masing-masing dengan format (.ps, .eps), (.doc, .docx) dan (.ppt, .pptx). Format “pdf” yang sering digunakan dalam publikasi karya ilmiah yang dapat distribusi secara mudah, karena “pdf” lebih mudah ditemukan pada mesin pencari dibandingkan format lainnya. Berikut hasil normalisasi dari *openness* pada *Google Scholar*.



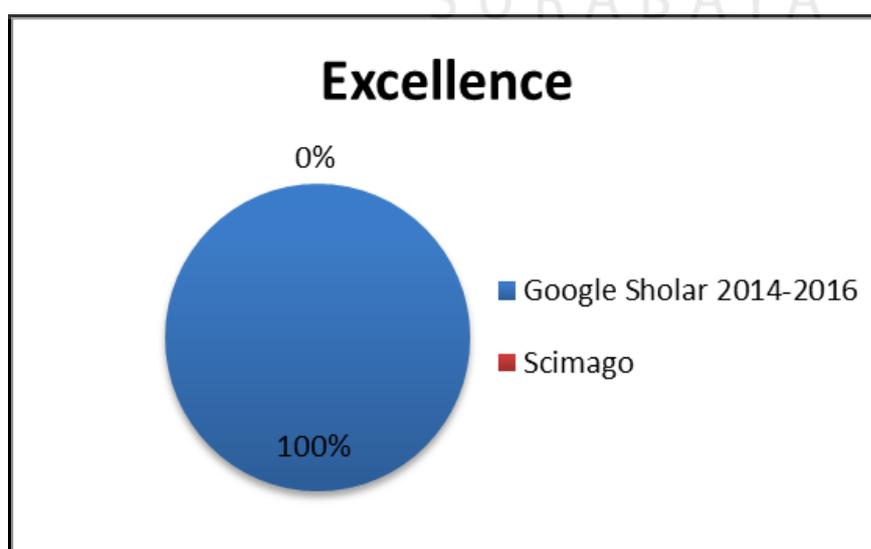
Gambar 4.14 Hasil Normalisasi *Openness*

Pada Gambar 4.14 merupakan jumlah *rich file* (pdf, doc, docs dan ppt) yang berada pada di *website* utama Stikom Surabaya masih sangat sedikit dan masih berada kurang dari 1000 yang tertangkap atau terindeks pada *Google*

Scholar. Persentase yang didapatkan pada *Google Scholar* sebesar (64%) untuk format “pdf” dengan hasil yang sudah dinormalisasikan sebesar 1.488 (52 *file*) dan (36%) untuk format “doc” dengan nilai yang dinormalisasikan sebesar 0.822 (tiga *file*), sedangkan format ”ppt” dan “ps” masih (0%). Dari hasil persentase di atas maka *openness* memerlukan strategi yang dapat meningkatkan nilai pada *ranking webometrics*, karena bobot yang dimiliki *openness* sangat berpengaruh untuk *ranking civitas* dan *webometrics*.

3. *Excellence* (15%)

Excellence dengan bobot (15%) mendapatkan hasil normalisasi pada jumlah makalah dan artikel akademis yang diterbitkan dalam jurnal internasional dipublikasi oleh perguruan tinggi yang terindeks di *Scimago Institution Ranking* dan *Google Scholar*. *Excellence* memiliki nilai persentase yang belum memenuhi bobotnya, nilai makalah atau jurnal yang dipublikasi tidak terindeks pada *Scimago*, berikut hasil normalisasi *excellence* pada *Scimago Institution Ranking* dan *Google Scholar*.

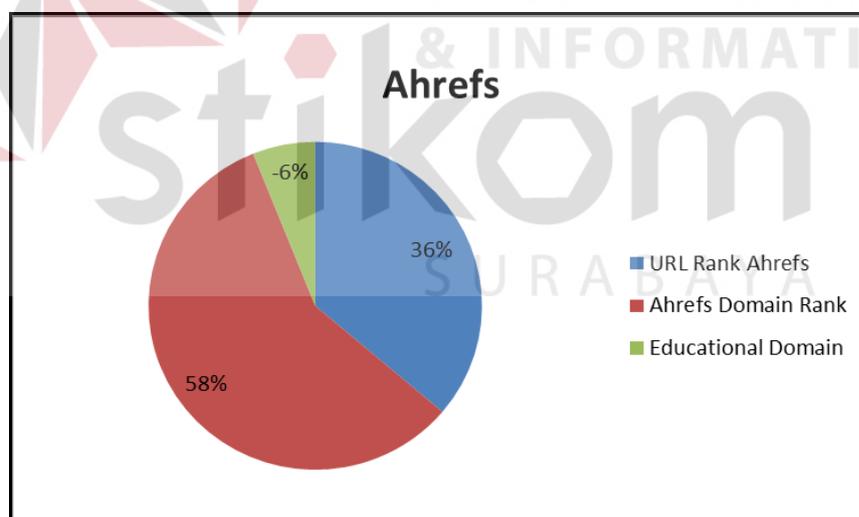


Gambar 4.15 *Scimago Institution Ranking* Dan *Google Scholar*

Pada Gambar 4.15 merupakan hasil dari normalisasi pada *excellence* yang dinilai pada dua mesin pencari yaitu *Google Scholar* dan *Scimago*. Hasil di atas merupakan persentase yang sudah dinormalisasikan yang menunjukkan bahwa *excellence* belum memenuhi bobot yang ditentukan. Pada *Scimago* tidak terindeks karya ilmiah yang dimiliki oleh Stikom Surabaya, maka dari itu parameter ini memerlukan strategi untuk meningkatkan *ranking* pada *webometrics*.

4.4.3 Hasil Normalisasi *Ahrefs*

Hasil normalisasi pada *Ahrefs* diukur dari seberapa besar hasil dan nilai persentase yang ditentukan domain *rank*. Hasil dari URL, domain *rank* dan *educational*.



Gambar 4.16 Hasil Normalisasi *Ahrefs Rank Domain*

Pada Gambar 4.16 merupakan peringkat URL pada situs *Ahrefs* yang diurutkan dari angka 0-100 sebesar (38%) yang bernilai 1.31 URL yang terindeks. Pada persentase (68%) dengan nilai 2.09 domain *ranking* yang menunjukkan

seberapa populer domain yang dimiliki. Sedangkan pada persentase (-6%) merupakan persentase dari *educational* domain dimana nilai dari normalisasi sebesar -0.22 merupakan total *backlinks* yang tidak banyak terindeks oleh mesin pencari.

4.5 Strategi Peningkatan *Ranking Webometrics*

Strategi peningkatan *ranking webometrics* ini merupakan strategi baru yang diperlukan untuk membantu meningkatkan nilai pada setiap indikator dan parameter yang berpengaruh pada *ranking webometrics* terhadap Stikom Surabaya terutama pada *website* stikom.edu. Setelah melakukan analisis dari data yang ada, maka dihasilkan strategi seperti yang dijabarkan di bawah untuk meningkatkan nilai setiap indikator dan parameter.

4.5.1 Komponen Strategi Peningkatan *Ranking*



Gambar 4.17 Komponen Strategi Peningkatan *Ranking Webometrics* (Achmad Solichin, 2011)

Pada Gambar 4.17 merupakan komponen pada strategi yang dibuat untuk meningkatkan *visibility* dan *activity* pada setiap parameter yang dimiliki oleh indikator *webometrics*. Penelitian dilakukan dengan tujuan meningkatkan *ranking webometrics* Stikom Surabaya, maka diperlukan strategi yang dapat meningkatkan serta didukung oleh seluruh pihak Perguruan Tinggi Stikom Surabaya. Pencapaian strategi dan langkah-langkah (tindakan) dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

A. Kebijakan

Jenis dan langkah yang terkait dengan kebijakan atau aturan yang merupakan langkah mendasar yang harus dilaksanakan terlebih dahulu karena dapat menjadi landasan untuk langkah-langkah yang berikutnya. Maka dari itu pihak yang berperan penting dan harus aktif adalah *staff* teknis Stikom.edu sesuai dengan kebijakan yang diambil dan sudah ditentukan.

B. Teknis

Jenis kedua yang bersifat teknis merupakan tanggung jawab dari direktorat teknologi informasi, *staff* dan bagian Stikom Surabaya sebagai pihak yang menyediakan sarana dan prasarana teknologi informasi yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas *website* yang dapat meningkatkan *ranking* Perguruan Tinggi Stikom Surabaya.

C. Konten atau isi

Jenis ini menjelaskan tentang keterkaitan dengan konten atau isi. Yang bertanggung jawab oleh jenis ini adalah teknis Stikom.edu, humas, *staff*, dosen, organisasi mahasiswa dan mahasiswa aktif, pihak yang terkait harus memiliki tanggung jawab terhadap langkah-langkah strategi yang terkait oleh konten atau

isi. Konten ini merupakan jenis yang sangat menentukan keberhasilan dan kesuksesan dari keseluruhan strategi peningkatan *ranking webometrics*.

D. Penunjang atau pendukung

Jenis ini menjelaskan tentang langkah penunjang atau pendukung yang terkait sosialisasi dan penjelasan pentingnya *webometrics*, langkah penunjang atau pendukung dapat mempengaruhi keberhasilan keseluruhan strategi peningkatan *ranking webometrics* pada Stikom Surabaya.

4.5.2 Strategi 1: Meningkatkan Jumlah *Inbound link* (*Visibility/impact*)

Nilai dan jumlah *inbound link* yang dianggap sangat berpengaruh pada *visibility/impact* dari situs *website* stikom.edu untuk meningkatkan jumlah dan nilai *inbound link* (*backlink*) pada domain utama stikom.edu, maka pada Tabel 4.1 merupakan strategi yang sudah digunakan juga diterapkan oleh stikom.edu dan langkah-langkah strategi untuk meningkatkan jumlah *inbound link* serta kategori yang digunakan.

Tabel 4.1 Strategi Yang Digunakan Dan Strategi Peningkatan *Visibility/impact*

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN <i>RANKING</i>	KATEGORI
<p>1.1: Tampilan <i>website</i> stikom.edu dan <i>sub</i> domain sudah menampilkan semua informasi inti dari berbagai kebutuhan termasuk informasi <i>sub</i> domain (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: Pengelola <i>Website</i>, PPTI</p>	<p>1.1: Setiap informasi yang ada pada domain atau <i>sub</i> domain harus mencantumkan Stikom Surabaya atau stikom.edu untuk meningkatkan <i>external link</i> domain</p> <p>Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: PPTI dan Humas</p>	TEKNIS

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
<p>1.2: <i>Sub</i> domain setiap bagian sudah menautkan <i>link</i> ke stikom.edu (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Observasi dan Wawancara Penanggung Jawab: PPTI dan Pengelola <i>Website</i></p>	<p>1.2 : Memastikan setiap informasi yang diperbaharui pada <i>sub</i> domain mencantumkan stikom.edu</p> <p>1.2.1 : Membuat item menu <i>link</i> URL <i>external</i> di aplikasi <i>web</i> dari php</p> <p>Status: Wajib dan meningkatkan Penanggung Jawab: PPTI dan Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian)</p>	TEKNIS
<p>1.3: Semua <i>sub</i> domain Stikom.edu menggunakan <i>SEO</i> (<i>Search Engine Optimization</i>) Contoh: <i>Google, Bing, Yahoo</i> dan <i>Ask</i> (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: PPTI dan Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian)</p>	<p>1.3: Memastikan semua <i>sub</i> domain Stikom.edu menggunakan <i>SEO</i> (<i>Search Engine Optimization</i>) <i>free</i> maupun prabayar dan memperbaharui informasi sebanyak-banyaknya</p> <p>Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: PPTI dan Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian)</p>	TEKNIS
<p>1.4: Semua <i>subdomain</i> yang dimiliki tidak ada kondisi <i>broken link</i> (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian)</p>	<p>1.4: Memastikan semua <i>link</i> didalam stikom.edu dan memastikan <i>sub</i> domain tidak ada yang mati (<i>broken link</i>)</p> <p>Status: Wajib Penanggung Jawab: Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian)</p>	TEKNIS
<p>1.5: Memeriksa <i>link</i> yang masuk dari <i>blog</i> dosen ke <i>website</i> stikom.edu 1 minggu sekali (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: PPTI</p>	<p>1.5: Mencantumkan Stikom Surabaya sebagai <i>link</i>, serta memastikan <i>blog</i> dosen dan mahasiswa yang aktif sudah mengarah ke domain utama stikom.edu.</p> <p>1.5.1: Membuat <i>notice</i> kepada seluruh dosen atau bagian yang terindeks oleh <i>mesin pencari</i></p>	TEKNIS

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
	<p>bahwa <i>blog</i> nya sudah dalam keadaan “<i>remove link</i> atau <i>broken link</i>”.</p> <p>Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: PPTI</p>	
<p>1.6: Stikom.edu memiliki akun di banyak sosial media, Contoh: Facebook, twitter dan youtube (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Website</i> dan Humas</p>	<p>1.6: Mendaftarkan situs stikom.edu ke semua media sosial <i>bookmarking</i> site, sosial <i>networking</i> site dan pada mesin pencari serta mendaftar ke situs layanan manajemen konten yang menyediakan layanan media saring contohnya: hootsuite.com, ifttt.com dan delicious.com</p> <p>1.6.1: Memasang iklan di media sosial seperti facebook, <i>Google</i>, <i>Yahoo</i>, <i>Bing</i> dan sosial media lainnya dengan menggunakan kata kunci (<i>keyword</i>) yang mudah dan yang tepat untuk situs utama Stikom Surabaya (<i>endorsement</i>).</p> <p>Status: Wajib Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian) dan Humas</p>	TEKNIS
<p>1.7: Memiliki <i>blog</i> yang ditautkan ke <i>blog</i> dosen. (Lampiran 1)</p> <p>1.7.1: Menautkan URL stikom.edu dan <i>blog</i> dosen stikom pada jejaring sosial yang dimiliki (Lampiran 1)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: Rektor, Fakultas dan PPTI</p>	<p>1.7: Mendaftarkan <i>website</i> stikom.edu kepada dua situs berbayar yaitu <i>MajesticSEO</i> dan <i>Ahrefs</i> yang digunakan oleh <i>webometrics</i> untuk menampilkan informasi tentang banyak tautan <i>external</i> dari situs orang lain yang mengutip dan memberikan <i>link</i> ke situs utama Stikom Surabaya (<i>inbound link</i>).</p> <p>Status: Wajib Penanggung Jawab: Rektor, Fakultas dan PPTI</p>	KEBIJAKAN TEKNIS
1.8: Aktif memposting	1.8: Membuat peraturan untuk	TEKNIS

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN <i>RANKING</i>	KATEGORI
informasi atau artikel di <i>blog</i> (Lampiran 1) Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: Fakultas dan PPTI	mewajibkan pengguna <i>blog</i> (dosen dan mahasiswa) slalu aktif dalam <i>update</i> informasi 1.8.1: Seluruh email yang aktif digunakan oleh dosen, <i>staff</i> , mahasiswa dan organisasi mahasiswa mencantumkan <i>link</i> ke situs stikom.edu dan membuat <i>footer</i> otomatis dari <i>web</i> mail atau sistem dan menggunakan <i>keyword</i> stikom.edu atau Stikom Surabaya Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: Fakultas dan PPTI	

4.5.3 Strategi 2: Meningkatkan Jumlah Halaman (*Presence*)

Jumlah halaman situs domain perguruan tinggi yang dapat dicari oleh mesin pencari *Google*. Berdasarkan hasil dari persentase yang memperlihatkan jumlah halaman situs perguruan tinggi yang aktif dan diperbarui (*update*) sudah cukup memenuhi nilai yang diperlukan oleh *webometrics*, untuk meningkatkan konten dalam *presence* stikom.edu tetap memerlukan strategi. Pada Tabel 4.2 merupakan strategi yang sudah digunakan juga diterapkan oleh stikom.edu dan langkah-langkah strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan jumlah halaman pada situs stikom.edu.

Tabel 4. 2 Strategi Yang Digunakan Dan Strategi Peningkatan *Presence*

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN <i>RANKING</i>	KATEGORI
2.1: Memberikan informasi	2.1: Informasi seputar	KEBIJAKAN,

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
<p><i>event</i> yang ada pada stikom.edu di <i>blog</i> dosen dan mahasiswa (Lampiran 2)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian) dan Fakultas</p>	<p>kegiatan yang dilaksanakan selalu menautkan stikom.edu</p> <p>2.1.1: Memberikan info seputar <i>webometrics</i> dan mengadakan pelatihan untuk dosen, mahasiswa, humas dan bagian Prodi agar mengetahui apa itu <i>webometrics</i> dan bagaimana strategi untuk meningkatkan <i>ranking</i></p> <p>2.1.2: Menugaskan satu bagian atau <i>staff</i> khusus untuk mengawasi, mengedit dan memonitor seluruh isi <i>website</i> utama. Hal ini diperlukan agar isi informasi yang di tampilkan dan di sajikan tetap terjaga kualitas dan konsistensinya</p> <p>Status: Wajib Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian), Mahasiswa dan Fakultas</p>	KONTEN ATAU ISI
<p>2.2: Bagian Prodi dan mahasiswa aktif dalam memposting informasi dan artikel di <i>blog</i> dosen serta selalu mengakses <i>blog</i> dosen ataupun mahasiswa dan menjadikan referensi tugas (Lampiran 2)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Website</i> (setiap bagian) dan Fakultas</p>	<p>2.2: Membuat artikel ataupun tulisan tentang karya ilmiah secara rutin dan selalu mempublikasikannya di situs atau <i>blog</i> pribadi yang aktif serta selalu di <i>update</i> yang dimiliki seluruh <i>staff</i> teknis, <i>staff</i> bagian, dosen dan mahasiswa</p> <p>2.2.1: Memberikan <i>notice</i> kepada seluruh Penanggung Jawab mengenai pentingnya publikasi informasi melalui <i>website</i> ataupun <i>blog</i></p> <p>2.2.2: Menyertakan <i>link</i> stikom.edu atau <i>sub</i> domain di</p>	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN <i>RANKING</i>	KATEGORI
	bawahnya setiap posting informasi Status: Wajib Penanggung Jawab: PPTI, Mahasiswa, Pengelola <i>Webside</i> (setiap bagian) dan Fakultas	
2.3: Memiliki <i>blog</i> untuk dosen dan memperbaharui informasi <i>blog</i> atau pun <i>event</i> yang ada (Lampiran 2) Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Webside</i> (setiap bagian) dan Fakultas	2.3: Menyediakan forum diskusi untuk tukar pendapat serta berbagi informasi antara dosen dan mahasiswa, selalu menautkan Stikom Surabaya ataupun stikom.edu pada setiap diskusi serta saat membagikan informasi tertulis 2.3.1: Memastikan dalam <i>website</i> stikom.edu dan <i>blog</i> dosen, mahasiswa yang dimiliki mempunyai konten view setiap hari untuk mengetahui berapa banyak orang yang mengakses <i>website</i> dan <i>blog</i> yang dimiliki Status: Wajib Penanggung Jawab: PPTI, Pengelola <i>Webside</i> (setiap bagian) dan Fakultas	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI

4.5.4 Strategi 3: Meningkatkan Jumlah *File* (*Openness*)

Jumlah *file* dokumen dengan format (.ps, .eps), (.doc, .docx) dan (.ppt, .pptx) yang mempengaruhi nilai *openness*. *File* penelitian dengan format tertentu (pdf, doc, ppt, ps) yang di bawah domain *website* perguruan tinggi dan terindeks dalam *Google Scholar*. Pada Tabel 4.3 adalah strategi yang sudah dilakukan oleh stikom.edu dan langkah-langkah strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan jumlah *file* yang dipublikasi oleh Stikom Surabaya.

Tabel 4. 3 Strategi Yang Digunakan Dan Strategi Peningkatan *Openness*

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN <i>RANKING</i>	KATEGORI
<p>3.1: Mempublikasikan seluruh koleksi (abstraksi) karya ilmiah mahasiswa ke Stikom <i>Institutional Repositories</i> (SIR) satu hari dua karya ilmiah. Disediakan juga <i>download file</i> abstraksi dalam bentuk PDF (Lampiran 3)</p> <p>Sumber: Wawancara dan Observasi Penanggung Jawab: Prodi dan Perpustakaan</p>	<p>3.1: Memaksimalkan publikasi seluruh koleksi (abstraksi) karya ilmiah ke <i>institutional repository</i> (SIR) dalam satu hari dua karya ilmiah dan membuat perencanaan waktu dan menyediakan <i>download file</i> abstraksi dalam format PDF</p> <p>3.1.1: Setiap melakukan <i>download</i> menautkan stikom.edu dan mencantumkan hak cipta</p> <p>3.1.2: Memastikan mahasiswa mempunyai <i>blog</i> dan selalu aktif mengisi dan memperbaharui materi yang terkait perkuliahan. Memberikan <i>notice</i> secara resmi kepada seluruh mahasiswa mengenai pentingnya publikasi informasi melalui <i>website</i> ataupun <i>blog</i>, dapat diberikan penghargaan bagi <i>website</i> yang selalu <i>update</i> dan berkualitas</p> <p>Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: Prodi dan Perpustakaan</p>	<p>KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI, TEKNIS</p>
<p>3.2: Memberikan informasi dan materi perkuliahan dalam <i>blog</i> dengan bentuk doc dan pdf (Lampiran 3)</p> <p>Sumber: Wawancara dan Observasi Penanggung Jawab: Prodi dan Fakultas</p>	<p>3.2: Mewajibkan seluruh dosen dan mahasiswa untuk mempublikasi materi perkuliahan di situs atau <i>blog</i> yang berbentuk dengan format (.ps, .eps), (.doc, .docx) dan (.ppt, .pptx) yang terindeks pada mesin pencari. Peran penting untuk melaksanakan strategi ini adalah dari fakultas</p>	<p>KEBIJAKAN, PENDUKUN G, KONTEN ATAU ISI</p>

	<p>untuk mengawasi pelaksanaan strategi</p> <p>3.2.1: Setiap informasi di <i>blog</i> atau situs dengan menyertakan <i>file</i> dalam format dengan format (.ps, .eps), (.doc, .docx) dan (.ppt, .pptx) dan <i>keyword</i> yang simpel dan mudah ditemukan oleh mesin pencari</p> <p>Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: Prodi dan Fakultas</p>	
--	--	--

4.5.5 Strategi 4: Meningkatkan Jumlah Karya Ilmiah dan Jurnal (*Excellence*)

Pada Tabel 4.4 merupakan strategi yang sudah digunakan juga diterapkan oleh stikom.edu dan langkah-langkah strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan *excellence*, karena jurnal atau karya ilmiah yang dimiliki tidak terindeks oleh *Scimago* dan kurangnya publikasi yang dilakukan oleh penanggung jawab, maka diperlukan strategi untuk meningkatkan.

Tabel 4. 4 Strategi Yang Digunakan Dan Strategi Peningkatan *Excellence*

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
<p>4.1 Mempublikasikan karya ilmiah melalui stikom <i>institutional repository</i> (SIR) sebagai <i>digital library</i> dan Garuda (Lampiran 4)</p> <p>4.1.1 Karya tulis (KP, TA dan Jurnal) sudah dipublikasi di stikom <i>institutional repository</i> (SIR) dan tersedia</p>	<p>4.1: Mempublikasikan karya ilmiah per periodik untuk meningkatkan <i>excellencenya</i></p> <p>4.1.1: Memperluas koleksi karya ilmiah dengan cara bergabung dengan <i>Scimago Institution Ranking</i> untuk meningkatkan <i>ranking</i> Stikom Surabaya pada <i>excellence webometrics</i>. Dengan bergabung pada situs berbayar</p>	<p>KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI, PENDUKUNG ATAU PENUNJANG</p>

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI YANG SUDAH DILAKUKAN	LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN <i>RANKING</i>	KATEGORI
<p><i>download file</i> abstraksi dalam bentuk PDF (Lampiran 4)</p> <p>Penanggung Jawab: Prodi, Fakultas dan Perpustakaan</p>	<p>seperti <i>Scimago Institution Ranking</i> salah satu portal koleksi karya ilmiah nasional</p> <p>4.1.2: Mewajibkan penggunaan bahasa inggris pada karya ilmiah yang ada dipublikasi baik pada jurnal nasional maupun internasional dan jurnal yang dipublikasi.</p> <p>Status: Meningkatkan Penanggung Jawab: Prodi, Fakultas dan Perpustakaan</p>	
<p>4.2: Menjadikan karya ilmiah dosen maupun mahasiswa sebagai referensi (Lampiran 4)</p> <p>Sumber: Wawancara Penanggung Jawab: Fakultas dan Perpustakaan</p>	<p>4.2: Mengakses dan menggunakan karya ilmiah sebagai referensi dan menautkan pada <i>link</i> Stikom Surabaya</p> <p>Status: Wajib Penanggung Jawab: Fakultas dan Perpustakaan</p>	<p>KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI</p>

