

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini pada era revolusi industri 4.0 orang - orang dapat mencari informasi yang ingin mereka ketahui dengan menggunakan alat mesin pencari (*search engine*) dengan mudah dan cepat, terutama informasi situs *web*. Hal ini merupakan salah satu bentuk representasi dari suatu organisasi atau universitas untuk menyajikan berita akademik, kegiatan mahasiswa dan informasi – informasi akademik lainnya. Globalisasi pendidikan tinggi saat ini diharapkan mampu meningkatkan mutu dan akses perguruan tinggi. Hal tersebut sejalan dengan salah satu kebijakan strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) tentang kebijakan pemerataan dan perluasan akses, mutu dan daya saing lulusan. Sehingga diharapkan setiap institusi pendidikan tinggi di Indonesia bisa memosisikan dirinya dalam deretan *World Class University* (WCU). Salah satu indikator menuju *World Class University* (WCU) adalah penyelenggaraan program internasional pada institusi pendidikan tinggi. Sebagai salah satu langkah konkrit yang bisa dilakukan adalah menjajaki kemungkinan kerja sama penyelenggaraan pendidikan dengan institusi pendidikan internasional. Universitas Airlangga menjadi salah satu universitas yang ditunjuk oleh pemerintah melalui Kemendikbud untuk menjadi universitas kelas dunia.

Untuk menunjang upaya – upaya tersebut, tentu tiap perguruan tinggi harus menampilkan citra yang terbaik agar dikenal luas bukan hanya melalui banyaknya kerjasama dengan universitas lain, kegiatan *inbound* dan *outbound* yang dilakukan oleh para mahasiswa dan para civitas akademika namun juga dengan *branding* melalui *website* yang dimiliki oleh tiap universitas.

Peringkat *Webometrics* (Aguillo I. F., 2020) dari universitas dunia adalah inisiatif dari Lab Cybermetrics, sebuah kelompok penelitian milik *Consejo Superior de Investigaciones Cientificas* (CSIC), badan penelitian publik terbesar di Spanyol..

Pemeringkatan ini ada sejak tahun 2004, setiap setiap bulan, *Cybermetrics Lab* melakukan penilaian secara independen, obyektif, bebas, dan terbuka untuk menyediakan informasi yang handal, multidimensi, terbaru 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. *Webometrics* merupakan studi aspek kuantitatif dalam membangun dan menggunakan sumber-sumber informasi, struktur dan teknologi *web* dengan pendekatan *bibliometric* dan *infometric* (Björneborn dan Ingwersen, 2004).

Webometrics menggunakan empat indikator untuk membuktikan aksesibilitas informasi situs *web*. Indikator pertama adalah 50% dari *visibility* atau visibilitas situs *web* dengan evaluasi dari skor dampak situs *web* yang dampak situs *web* adalah jumlah *backlink* ke situs *web* lembaga pendidikan. *Webometrics* menggunakan dua alat untuk mengevaluasi *backlink* termasuk *Ahrefs* dan *Majestic SEO* dan yang lainnya adalah 50% dari aktivitas situs *web*. Lalu indikator lainnya seperti aktivitas situs *web* mencakup 5% *Presence*, 10% *Openness* atau *Transparency*, dan yang terakhir adalah 35% dari *Excellence* atau *Scholar*.

Upaya yang telah dilakukan oleh dua puluh perguruan tinggi di Indonesia yang menduduki peringkat teratas di *webometrics* untuk meningkatkan ranking sangat beragam, diantaranya dengan menggunakan metode SEO seperti *On-Page SEO* dan *Off-Page SEO* salah satunya dengan pencantuman tautan (*link*) perguruan tinggi pada situs eksternal (Sukoco, et al., 2009). Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas konten agar nilai pada indikator *visibility Webometrics* perguruan tinggi meningkat.

Maka dari itu diperlukan analisis untuk mengetahui seberapa optimal penggunaan metode *Search Engine Optimization* dalam upaya peningkatan ranking *Webometrics* pada kedua puluh peringkat pertama perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Sehingga dapat membantu perguruan tinggi dalam menentukan metode

Search Engine Optimization yang lebih efektif untuk meningkatkan nilai *visibility* dalam perangkaian *Webometrics*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi peningkatan *visibility* dalam upaya peningkatan ranking *Webometrics* pada kedua puluh peringkat pertama perguruan tinggi di Indonesia yang ada di *Webometrics*?
2. Apa metode *Search Engine Optimization* yang paling baik dan efektif yang digunakan untuk meningkatkan *visibility* dalam perangkaian *Webometrics* pada tiap perguruan tinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis penggunaan metode *Search Engine Optimization* dalam strategi peningkatan *visibility* dalam upaya peningkatan ranking *Webometrics* pada kedua puluh peringkat pertama perguruan tinggi di Indonesia yang ada di *Webometrics*.
2. Untuk mengidentifikasi metode *Search Engine Optimization* yang efektif digunakan untuk meningkatkan *visibility* dalam perangkaian *Webometrics*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perguruan tinggi dalam menentukan metode *Search Engine Optimization* yang lebih efektif untuk meningkatkan nilai *visibility* dalam perangkaian *Webometrics*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggunakan *tools Lighthouse SEO, SEOquake, Majestic SEO, dan Ahrefs*.

2. Data yang digunakan merupakan ranking dua puluh peringkat pertama perguruan tinggi di Indonesia pada saat periode Juli 2019 dan Januari 2020.
3. Data yang digunakan diperoleh dari Seksi Pencitraan Informatika Direktorat Sistem Informasi (DSI) Universitas Airlangga dan situs resmi <https://Webometrics.info>