

Analisis Strategi Visibility Dan Activity Pada Website Stikom.edu Dalam Upaya Peningkatan Ranking Webometrics

by Metta Ameilia Damayanti

FILE	JURNAL-METTA-10410100156.DOC (284.5K)		
TIME SUBMITTED	14-JUL-2016 08:59PM	WORD COUNT	2329
SUBMISSION ID	689598021	CHARACTER COUNT	21025

**Analisis Strategi Visibility Dan Activity
Pada Website Stikom.edu Dalam Upaya Peningkatan Ranking Webometrics**

Metta Ame⁵ Damayanti¹⁾ Anjik Sukmaaji²⁾ Sri Suhandiah³⁾

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi

STMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email: 1)metta.masran@gmail.com, 2)anjik@stikom.edu, 3)diah@stikom.edu

Abstract : The website is an important part of various aspects that support the improvement of academic activities. An educational institution must understand that the Web is not merely a tool, but a search of information. Stikom Surabaya has a main website i.e. stikom.edu, which became a participant of webometrics. Webometrics is one of Australian-based web sites on the internet which is used as a reference against the institution, then the visibility and the main indicators of activity which has the biggest weighting in the strategy improved ranking in college. Cybermetrics Lab publishes a ranking of universities every 6 months once IE in January and July. The percentage of visibility assessment (50%) and activity (50%) based three activities namely the presence (20%), openness (15%) and excellence (15%). Stikom Surabaya was ranked 73 release in January 2016, due to a drop in rank on the website stikom.edu, then the required visibility strategy analysis and activity on the website stikom.edu in the webometrics ranking improvement efforts, by means of observing indicators and parameters that are available in the two providers of information, and search engines i.e. MajesticSEO, ahrefs, Google and Bing. The analysis is done using web impact factor to measure the average number of linkweb perhalaman on the web space. The results obtained are then used a formula to get the percentage value normalization and make new stratgi measures to increase the ranking webometrics ranking. Lakang-step strategy that had already been identified in the study is divided into four (4) categories, namely policy, tekis, content or content and penunjuang or supporters. The steps the strategy formed the increase ranking can be done for real.

Keywords : webometrics, website, visibility, activity, web impact factor, ranking.

Stikom Surabaya mempunyai website utama yaitu stikom.edu, berdasarkan data yang dihimpun dari www.webometrics.info sebagai website yang dapat menyajikan peringkat website universitas di Indonesia. Ranking webometrics merupakan studi aspek kuantitatif dalam membangun dan menggunakan sumber-sumber informasi (Björneborn dan Ingwersen, 2004). Pentingnya status WCU dan strategi untuk mencapai WCU sangat diperlukan di bidang pendidikan. Peringkat website yang dilakukan merupakan tujuan untuk meningkatkan rangking institusi perguruan tinggi.

Cybermetrics Lab mempublikasikan ranking universitas setiap 6 bulan sekali yaitu bulan Janu³ dan Juli. Dua indikator ranking webometrics adalah visibility/impact (50%), dan activity (50%). Penilaian activity didasarkan pada tiga kegiatan yaitu presence (20%), openness (15%) dan excellence (15%).

Sikom Surabaya mengikuti webometrics dari tahun 2010 sampai 2016. Dapat dilihat pada tabel 1 data ranking webometrics pada periode Januari 2014, 2015 dan 2016 di Indonesia.

Berdasarkan tabel 1 yang merupakan hasil dari ranking yang di peroleh stikom.edu dari tahun 2014 sampai 2016, stikom.edu mengalami penurunan dari 49 ke- 73. Maka dari itu Stikom Surabaya memerlukan strategi untuk meningkatkan ranking.

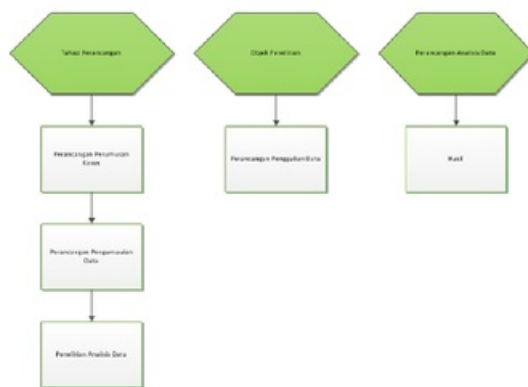
Berdasarkan permasalahan dapat disimpulkan adanya analisis yang dapat meningkatkan visibility/impact dan activity. Solusi yang ditawarkan adalah dengan membuat analisis strategi visibility dan activity pada website stikom.edu dalam upaya peningkatan ranking webometrics. Hasil analisis dapat digunakan oleh tim pengembang untuk meningkatkan visibility/impact dan activity website dalam upaya peningkatan rangking webometrics.

METODE

Dalam melakukan peneltian analisis memerlukan 3 tahapan yang tepat untuk mendapatkan strategi peningkatan visibility /impa⁸ dan activity pada stikom.edu, demikian 3 tahapan dapat dilihat pada Gambar 1.

Table 1. Webometrics Ranking Edisi Januari 2014, 2015 dan 2016

Tahun	Ranking	World Rank	University	Presence Rank	Impact Rank	Openness Rank	Excellence Rank
Januari 2014	49	4068	STIKOM SURABAYA	6574	2801	4438	5155
Juli 2014	45	3364	STIKOM SURABAYA	3201	4396	934	5442
Januari 2015	60	4148	STIKOM SURABAYA	2323	7794	880	5414
Juli 2015	52	4542	STIKOM SURABAYA	2015	4378	1886	5490
Januari 2016	73	5207	STIKOM SURABAYA	4518	5599	1626	5484



Gambar 1 Model Tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan strategi *visibility* dan *activity* pada *website* stikom.edu dalam upaya peningkatan *ranking*.

Pengumpulan data dari setiap indikator *webometrics* dengan menggunakan mesin pencari, dengan penggunaan syntax atau kata kunci yang terkait, masing-masing indikator berbeda pencariannya pada mesin pencari. Berikut indikator beserta parameternya dan cara untuk mendapatkan nilai.

Web impact factor salah satu dari tiga ukuran standar yang diciptakan oleh The Institute of Scientific Information (ISI) yang digunakan untuk mendapatkan nilai dari sebuah jurnal yang menerima sitasi pada artikelnya. Dalam penelitian ini pemeringkatan dengan parameter Web impact factor menggunakan jenis revised, setelah di diperoleh nilai dari setiap domain, maka dilakukan pemeringkatan dengan mengurutkan dari nilai tertinggi untuk peringkat pertama. WIF-revised yang dihitung dengan rumus (1) sebagai berikut :

$$WIF_{revised} = \frac{\text{jumlah link}}{\text{jumlah total halaman web}} \dots\dots\dots (1)$$

Formulasi serta indikator yang digunakan dalam web impact factor adalah sebagai berikut (Jalal:2009).

Keterangan :

A = Total jumlah halaman web

B = Jumlah dari eksternal link (backlink)

Webometrics nilai dari indikator yang digunakan dalam pemeringkatan harus dinormalisasi dulu sebelum dimasukan ke perhitungan selanjutnya dengan rumus (2). Adapun untuk menormalisasi adalah dengan persamaan (Aguillo, 2008).

$$N = \log \frac{(n_i + 1)}{\log(\max(n_i) + 1)} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

Na = Nilai normalisasi

na = Nilai dari mesin pencari

max(ni) = Jumlah na yang paling tinggi

Visibility/impact (50%) menilai kualitas materi isi web yang didasarkan atas backlink eksternal, dengan jumlah backlink yang diperoleh oleh *website* Stikom Surabaya, Maksimum dari hasil normalisasi adalah indikator *impact* (Aguillo, I, 2015), dengan rumus 2.3 sebagai berikut :

$$Impact = \sqrt{\sum backlinks \times \sum domain} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

N(V) = Nilai *Visibility/impact* yang sudah dinormalisasikan

Impact = indikator *impact*

$\sum backlinks$ = jumlah backlink

$\sum domain$ = jumlah domain yang berasal dari backlink

Berdasarkan *activity* (7%) dibagi 3 kegiatan atau bisa disebut parameter yaitu *presence* (20%), *openness* (15%) dan *excellence* (15%). *Visibility/impact* merupakan persentase yang terbesar dengan mengandalkan dua situs penyedia informasi yaitu MajesticSEO dan Ahrefs. Sedangkan *activity* dan parameter menggunakan *search engine optimization*. Kemudian untuk mendapatkan strategi baru akan dilakukan analisis deskriptif dengan cara menilai perilaku pengguna strategi yang sudah dilakukan atau yang sudah dilaksanakan.

Penelitian dilakukan selama 30 hari, terhitung dari 16 Maret 2016 sampai 14 April 2016 dengan cara memonitor atau mengawasi mesin pencari secara berkala. Pada jurnal ini akan dibahas langkah-langkah strategi *visibility* dan *activity* pada *website* stikom.edu dalam upaya peningkatan *ranking webometrics*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan pada *website* utama Stikom Surabaya yaitu stikom.edu, indikator *web impact factor*, indikator *webometrics*, majesticSEO, Ahrefs dan dalam upaya untuk mendapatkan nilai yang objektif dari masing-masing indikator. Hasil yang didapatkan berupa nilai dan strategi untuk meningkatkan strategi *visibility* dan *activity* pada *website* stikom.edu dalam upaya peningkatan *ranking webometrics*.

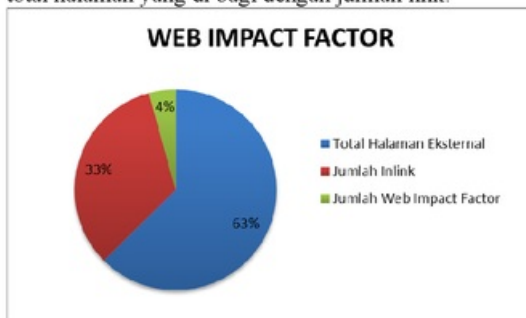
Hasil Analisis Normalisasi dari Indikator

Analisis yang sudah dijabarkan berupa hasil dari masing-masing mesin pencari yang berdasarkan indikator dan parameter yang dinilai. Normalisasi data sebelum melakukan perhitungan, untuk mendapatkan nilai rata-rata pada setiap indikator, untuk mendapatkan strategi yang efektif untuk meningkatkan *ranking* pada indikator dan parameter yang memiliki nilai dibawah persentase yang sudah ditentukan oleh *webometrics*.

1. Hasil Normalisasi Impact Factor

Gambar 1 merupakan nilai normalisasi dari web impact factor yang sudah di hitung menggunakan rumus, pada jumlah web impact factor mendapatkan hasil (4%) 0.528 jumlah web yang terindeks. Dimana

4% merupakan hasil normalisasi dari 2 variabel yaitu total halaman yang di bagi dengan jumlah link.



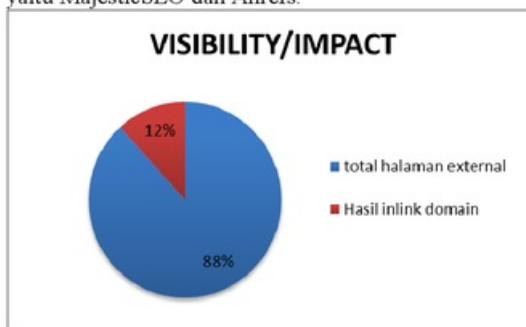
Gambar 1 Hasil Normalisasi Web Impact Factor

2. Hasil Normalisasi Webometrics

Hasil normalisasi yang akan dijabarkan dan selanjutnya akan dilihat sesuai dengan persentase yang didapatkan setiap indikator dan parameternya, nilai *visibility* dan *activity* yang sudah dinormalisasikan tidak boleh kurang dari (50%). Dan berikut hasil dari normalisasi pada indikator *webometrics*.

a. Visibility/Impact

Pada *visibility/impact* memiliki bobot (50%) hasil dari normalisasi yang sudah dihitung. Pada gambar 2 merupakan hasil dari normalisasi dari total halaman eksternal dengan persentase (88%) dengan hasil yang sudah dinormalisasikan sebesar 2,27 (4.179 link eksternal) 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 dapat stikom.edu dan memastikan terindeks pada 2 situs yang digunakan *webometrics* yaitu MajesticSEO dan Ahrefs.



Gambar 2 Hasil Normalisasi Visibility/Impact

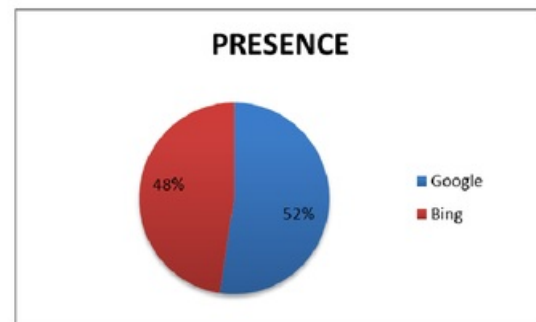
b. Activity

Pada bobot (50%) Berikut hasil normalisasi pada setiap parameter dari *activity* yang terbagi menjadi 3. Masing-masing parameter harus mencapai nilai sesuai dengan bobot yang sudah di tentukan pada setiap kegiatan harus mencapai persentase.

1. Presence

Gambar 3 merupakan hasil persentase ada mesin pencari Google dan Bing. Dari gambar diatas terlihat hasil *presence* yang dimiliki Stikom Surabaya

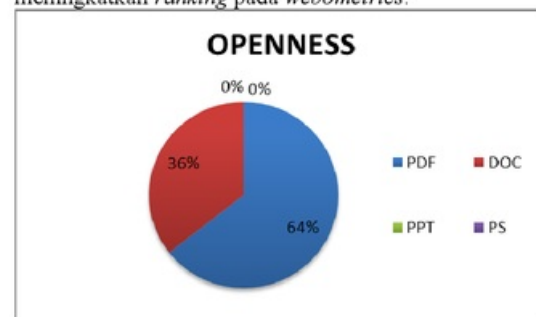
pada Google (57%) dengan hasil yang dinormalisasikan yaitu 1,62 (79 halaman). Sedangkan pada Bing (43%) hasil yang dinormalisasikan yaitu 1.21 (20 halaman) yang tertangkap oleh mesin pencari tersebut. Dengan hasil persentase pada kedua mesin pencari menunjukkan bahwa *presence* sudah memenuhi bobot yang ditentukan oleh *webometrics*.



Gambar 3 Hasil Normalisasi Presence

2. Openness

Pada gambar 4 merupakan hasil dari normalisasi pada *excellence* yang di nilai pada dua mesin pencari yaitu Google Scholar dan Simago. Hasil persentase yang sudah di nomalisasikan yang menunjukkan bahwa *excellence* belum memenuhi bobot yang di tentukan, pada Simago tidak terindeks hasil publish karya ilmiah ataupun jurnal yang dimiliki. Maka dari itu parameter ini memerlukan strategi untuk meningkatkan *ranking* pada *webometrics*.



Gambar 4 Hasil Normalisasi Openness

3. Excellence

Pada gambar 5 merupakan hasil dari normalisasi pada *excellence* yang di nilai pada dua mesin pencari yaitu Google Scholar dan Simago. Hasil persentase yang sudah di nomalisasikan yang menunjukkan bahwa *excellence* belum memenuhi bobot yang di tentukan, pada Simago tidak terindeks hasil publish karya ilmiah ataupun jurnal yang dimiliki. Maka dari itu parameter ini memerlukan strategi untuk meningkatkan *ranking* pada *webometrics*.



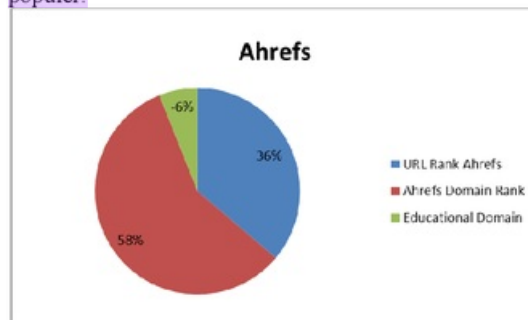
Gambar 5 Hasil Normalisasi Scimago Institution Ranking dan Google Scholar

3. Hasil Normalisasi Ahrefs

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

a. URL Rank Ahrefs

Pada gambar 6 memperlihatkan 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 total backlink yang tidak banyak terindeks oleh mesin pencari. Algoritma ahrefs menentukan perhitungan skor antara 1-100 yang tertinggi, 0-30 berarti URL tidak populer, 31-70 berarti rata-rata dan 71-100 menunjukkan URL, domain sangat populer.



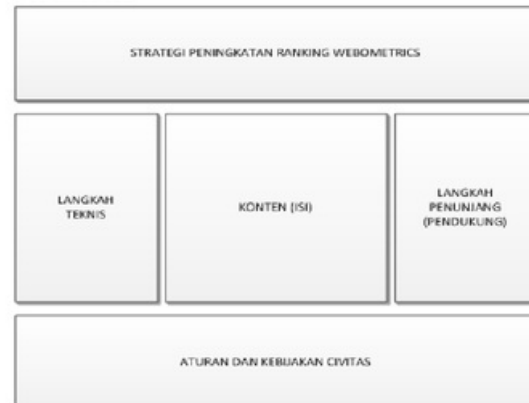
Gambar 6 Hasil Normalisasi Ahrefs Rank Domain

Hasil Dari Strategi

Hasil dari strategi 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 dibawah untuk meningkatkan nilai setiap indikator dan parameter.

Gambar 7 merupakan komponen pada strategi yang dibuat untuk meningkatkan *visibility* dan *activity* pada setiap parameter yang dimiliki oleh indikator

webometrics.



Gambar 7 Komponen Strategi Peningkatan *Ranking Webometrics*(Achmad Solichin,2011).

Strategi Peningkatan *Ranking*

Pencapaian strategi dan langkah-langkah (tindakan) dibagi menjadi 4 jenis (Achmad Solichin,2011), 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.

b. Teknis

Jenis kedua yang bersifat teknis merupakan tanggung jawab dari direktorat teknologi informasi, staf 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, karyawan, dosen, organisasi mahasiswa dan mahasiswa aktif, pihak yang terkait harus memiliki tanggung jawab terhadap langkah-langkah strategi yang terkait oleh konten atau isi.

d. Penunjang atau pendukung

Jenis ini menjelaskan tentang langkah penunjang atau pendukung yang terkait sosialisasi dan penjelasan pentingnya *webometrics*

1. Strategi Penataan Nama Sub domain

Pada tabel 1 ada empat strategi untuk mengatur sub domain Stikom Surabaya. Setiap bagian dan jurusan yang ada di Stikom Surabaya, seperti Sistem Informasi juga memiliki sub domain tersendiri. terdapat beberapa bagian yang belum memiliki sub domain sendiri dan adanya kendala pada sub domain yang tidak aktif. Oleh karena itu, penentuan dan penamaan sub domain untuk seluruh bagian di Stikom Surabaya sebaiknya di atur dan ditangani agar semua mengarah ke domain utama Stikom Surabaya.

Tabel 1 Step Plan Untuk Strategi 1

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
1 Step 1.1 : Membuat sub domain untuk semua bagian dan jurusan di perguruan tinggi Stikom Surabaya. Langkah-langkah yang dapat dilakukan 1 melakukan pencatatan atau mengecek kembali sub domain yang sudah ada, dan melakukan penghapusan sub domain yang sudah tidak digun 1 atau sudah tidak aktif, mencatat bagian dan jurusan yang belum memiliki sub domain dan cek link sub domain pada situs utama stikom.edu. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi.	TEKNIS
Step 1.2 : Memastikan link termasuk alamat email yang aktif sudah mengarah ke domain utama stikom.edu. Kemudian dengan cara memeriksa setiap link diseluruh situs dan memastikan semua link yang dimiliki dan aktif 1 arah kepada domain stikom.edu. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi.	TEKNIS
Step 1.3 : Memastikan semua link di dalam domain utama Stikom 1 haya,yaitu : stikom.edu dan memastikan sub domain tidak ada yang mati (broken link). Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi.	TEKNIS
Step 1.4 : Memastikan semua sub domain Stikom.edu menggunakan SEO (search engine optimization). Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi dan Rektor.	TEKNIS

2. Strategi Meningkatkan Jumlah Inbound Link (Visibility/Impact) ke Situs Stikom.edu

Nilai dan jumlah inbound link yang dianggap sangat berpengaruh pada *visibility* dari situs *website* Stikom Surabaya. Pada tabel 2 merupakan strategi untuk meningkatkan jumlah inbound link.

Tabel 2 Langkah Plan Untuk Strategi 2.

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
1 Step 2.1 : Mendaftarkan situs stikom 1 ke semua media sosial bookmarking site, sosial networking site dan pada mesin pencari. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi.	TEKNIS
Step 2.2 : Mendaftarkan website stikom.edu kepada 2 situs yaitu MajesticSEO dan Ahrefs yang 1 lakukan oleh webometrics untuk menampilkan 1 erapa banyak tautan eksternal dari situs orang lain yang mengutip dan memberikan link ke situs utama Stikom Surabaya (inbound link). Penanggung Jawab : Fakultas, Direktorat Sistem Informasi.	KEBIJAKAN TEKNIK
Step 2.3 : Membuat dan menyediakan blog untuk semua dosen, staf, mahasiswa, dan organisasi mahasiswa. Kemudian membuat peraturan untuk mewajibkan pengguna blog slalu aktif dalam update informasi. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi, dan Ketua Jurusan.	TEKNIS
Step 2.4 : Membuat <i>notice</i> kepada seluruh dosen yang terindeks oleh mesin pencari bahwa blog nya sudah dalam keadaan "remove link atau brokenlink". Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi.	TEKNIS
Step 2.4 : Mewajibkan seluruh email yang dimiliki dan yang aktif digunakan oleh dosen, staf, mahasiswa, dan organisasi mahasiswa agar 1 antumkan link ke situs Stikom Surabaya. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi, Fakultas.	TEKNIS
Step 2.5 : 1 memasang iklan di media sosial seperti facebook, 1 oggle, yahoo, bing, dan sosial media lainnya dengan menggunakan kata kunci (keyword) yang mudah dan yang tepat untuk situs utama Stikom Surabaya (endorsement). Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi dan Rektor.	TEKNIS

3. Strategi Meningkatkan Jumlah Halaman (Presence) Pada Situs Stikom.edu

Jumlah halaman situs domain perguruan tinggi yang dapat dicari oleh mesin pencari Google. Jumlah ini mewakili halaman situs perguruan tinggi yang aktif dan diperbarui (update). Pada tabel 3 merupakan langkah strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan jumlah halaman pada situs stikom.edu.

Tabel 3 Langkah Plan Untuk Strategi Untuk Strategi 3

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
Step 3.1 : Mewajibkan seluruh staf teknis, staf bagian lainnya, dosen, serta mahasiswa memiliki blog dan situs yang dihubungkan ke domain stikom.edu. Membuat pemberitahuan resmi kepada seluruh staf teknis, staf bagian lainnya, dosen dan mahasiswa terkait hal tersebut. Penanggung Jawab : Fakultas.	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI
Step 3.2 : Mewajibkan seluruh staf teknis, staf bagian lainnya, dosen, serta mahasiswa, untuk 1 membuat artikel ataupun tulisan tentang karya ilmiah 1 secara rutin dan selalu mempublikasikannya di situs atau blog pribadi yang aktif serta selalu di update. Serta mempublish seluruh informasi dalam website dan memberikan <i>notice</i> kepada seluruh penanggung jawab mengenai pentingnya publikasi informasi melalui website ataupun blog. Penanggung Jawab : Fakultas, Direktorat.	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI
Step 3.3 : Menyediakan forum diskusi 1 tukar pendapat serta berbagi informasi antara dosen dan mahasiswa. Penanggung Jawab : Fakultas, Direktorat Sistem Informasi, Dosen dan Mahasiswa.	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI

4. Strategi Meningkatkan Jumlah File (Oppenness) yang Dipublish di Domain Stikom.edu

Jumlah file dokumen (.pdf), (.ps, .eps), (.doc, .docx) dan (.ppt, .pptx) yang mempengaruhi nilai *openness*. Pada **1** el 4 langkah strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan jumlah file yang dipublish di domain stikom.edu.

Tabel 4 Langkah Plan Untuk Strategi Untuk Strategi 4

LANGKAH-LANGKAH STRATEGI PENINGKATAN RANKING	KATEGORI
Step 4.1 : Memastikan mahasiswa mempunyai blog dan selalu aktif mengisi dan memperbaharui materi yang terkait perkuliahan. Memberikan <i>notice</i> secara 1 kepada seluruh mahasiswa mengenai pentingnya publikasi informasi melalui website ataupun blog, dapat diberikan penghargaan bagi website yang selalu update dan berkualitas. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi.	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI, TEKNIK
Step 4.2 : Mewajibkan seluruh dosen dan mahasiswa untuk mempublish 4 perkuliahan di situs atau blog yang berbentuk <i>Adobe Acrobat (.pdf), Adobe PostScript (.ps, .eps), Microsoft Word (.doc, .docx) dan Microsoft Powerpoint (.ppt, .pptx)</i> yang terindeks pada mesin pencari. Peran penting untuk melaksanakan strategi ini adalah dari fakultas untuk mengawasi pelaksanaan strategi. Penanggung Jawab : Akademik dan Fakultas.	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI
Step 4.3 : Mempublish setiap informasi di blog atau situs dengan menyertakan file dalam format 4 <i>Acrobat (.pdf), Adobe PostScript (.ps, .eps), Microsoft Word (.doc, .docx) dan Microsoft Powerpoint (.ppt, .pptx)</i> dan <i>keyword</i> yang simpel dan mudah ditemukan oleh mesin pencari. Penanggung Jawab : Akademik dan Fakultas.	PENDUKUNG ATAU PENUNJANG

5. Strategi Meningkatkan Jumlah Karya Ilmiah dan Jurnal (Excellence) yang Dipublish di Domain stikom.edu

Tabel 5 merupakan langkah strategi yang dapat meningkatkan excellence yang hasil persentasenya rendah, karena jurnal atau karya ilmiah yang dimiliki tidak terindeks oleh simago dan kurangnya publish yang dilakukan oleh stikom.edu.

Tabel 5 Langkah Plan Untuk Strategi Untuk Strategi 5

Step 5.1 : Memastikan semua karya tulis (KP, TA, dan Jurnal) sudah dipublish di stikom institutional repository (SIR) dan tersedia download file abstraksi dalam bentuk PDF. Penanggung Jawab : Fakultas, Perpustakaan	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI
Step 5.2 : Mewajibkan menggunakan bahasa inggris pada karya ilmiah dan jurnal yang dipublish. Penanggung Jawab : Direktorat Sistem Informasi dan Fakultas	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI
Step 5.3 : Memperluas dan memperbanyak koleksi karya ilmiah dan jurnal pada website.	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI
Step 5.4 : Mendaftarkan Stikom.edu pada Scimago Institution Ranking untuk meningkatkan ranking Stikom Surabaya. Scimago Institution Ranking digunakan oleh webometrics untuk menampilkan berapa banyak jumlah makalah dan artikel akademis yang diterbitkan dalam jurnal internasional. Strategi ini sangat penting untuk meningkatkan excellence. Penanggung Jawab : rektor Direktorat Sistem Informasi dan Fakultas	KEBIJAKAN, KONTEN ATAU ISI, PENDUKUNG ATAU PENUNJANG

SIMPULAN

Hasil dari penelitian analisis strategi *visibility* dan *activity* pada *website* stikom.edu dalam upaya peningkatan *ranking webometrics*, maka menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Langkah-langkah strategi yang sudah diidentifikasi dalam penelitian terbagi menjadi 4(empat) kategori yaitu kebijakan, teks, konten atau isi dan penunjuang atau pendukung. Dan strategi untuk meningkatkan indikator dan parameter yang belum memenuhi ersentase penilaian dibagi 5 (lima) langkah strategi, kemudian dijabarkan menjadi 19 langkah-langkah strategi peningkatan *ranking* yang dapat dilakukan secara nyata.
2. Upaya yang perlu dilakukan untuk mendukung dan meningkatkan nilai pada indikator dan parameter dari penilaian *webometrics* pada *website* utama Stikom Surabaya yaitu stikom.edu adalah orang yang berperan sekaligus bertanggung jawab atas tugas masing-masing untuk meningkatkan kualitas konten, dan mendukung penuh akses terbuka terhadap kualitas konten yang dimiliki. Stikom Surabaya bersedia mendaftar pada situs yang digunakan oleh *webometrics* untuk meningkatkan *ranking*.

RUJUKAN

- A.Solichin. (2011). Strategi peningkatan Peringkat Perguruan Tinggi di *webometrics*, Studi Kasus Universitas Budi Luhur. Prosiding Seminar

Nasional Multidisiplin ilmu, Universitas Budi Luhur. Jakarta.

Aguillo, I. (2015). *Methodology*.(online).

Chu, H, M. (1996). Search engines for the World Wide Web: A comparative study and evaluation methodology.

Thelwal, & Thelwal, M. (2000). Web impact factors and search engine coverage. *Journal of Documentation*,56 (2) 185-189.

Thelwall, M. (2007). Bibliometrics to Webometrics. *Journal of Information Science*.34 (4).2-3.

Analisis Strategi Visibility Dan Activity Pada Website Stikom.edu Dalam Upaya Peningkatan Ranking Webometrics

ORIGINALITY REPORT

16%	14%	%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	achmatim.net Internet Source	7%
2	Submitted to STIKOM Surabaya Student Paper	3%
3	tenia.dosen.st3telkom.ac.id Internet Source	2%
4	mastersmart.co.id Internet Source	1%
5	jurnal.stikom.edu Internet Source	1%
6	linkpenelitian.blogspot.com Internet Source	1%
7	www.unikomcenter.com Internet Source	1%
8	repository.upnyk.ac.id Internet Source	<1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY ON