

ANALISA PENINGKATAN POPULARITAS WEBSITE KAMPUS UNISBANK MENGUNAKAN ALEXA RANK DAN TOOLS JETPACK

*Eka Ardianto*¹, *W.T. Handoko*², *Rara Sriartati Redjeki*³, *Edi Supriyanto*⁴, *Endang Lestariningsih*⁵

^{1,2}Progdi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Stikubank Semarang

^{3,4,5}Progdi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Stikubank Semarang

e-mail : ¹ekaardhianto@edu.unisbank.ac.id, ²wthandoko@edu.unisbank.ac.id

³rara_artati@edu.unisbank.ac.id, ⁴edy_supriyanto@edu.unisbank.ac.id,

⁵endang_lestariningsih@edu.unisbank.ac.id

ABSTRAK

Salah satu strategi yang dapat digunakan dalam peningkatan popularitas dalam web adalah memperkaya informasi pada website yang dimiliki. Dengan adanya informasi yang cukup banyak maka website tersebut mudah untuk di index oleh mesin pencari. Sebuah website mempunyai kinerja terhadap search engine. Website kampus tentunya memerlukan popularitas guna menambah kepercayaan terhadap kegiatan yang ada pada website. Dimana website kampus merupakan website yang bergerak di bidang pendidikan. Pada dasarnya website kampus perlu dipopulerkan karena berimbas kepada kepercayaan dari masyarakat.

Dengan memasang tools jetpack dalam website kampus, akan menjadi lebih mudah dalam melakukan analisa untuk melakukan pengembangan website dan arah untuk mempopulerkan website. Sebagai acuan yang digunakan adalah pemeringkatan website yang dilakukan oleh situs alexa dan webometric yang melakukan pemeringkatan website yang secara periodik.

Dengan memanfaatkan data data yang tersaji dan melihat perkembangan upaya dan usahayang dilakukan dalam periode penelitian, maka dengan melihat perbandingan data dan hasil pemeringkatan website dapat dilakukan dan ditarik sebuah kesimpulan bahwa upaya yang dilakukan dalam peningkatan peringkat akan memiliki dampak pada peringkat dalam situs alexa dan webometric.

Kata Kunci : peringkat website, popularitas, alexa, webometric

1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi di berbagai sektor sudah dapat diterapkan dan yang saat ini sedang berkembang adalah teknologi website. Website atau situs merupakan media informasi berupa kumpulan halaman-halaman teks, gambar, suara, video, adapun semuanya yang tergabung dan terangkum dalam sebuah domain atau subdomain yang bertempat di dalam internet. Sebuah situs dapat berperan menjadi sarana interaksi manusia ataupun perusahaan, baik dengan pihak luar maupun kalangan sendiri. Selain itu, situs juga dapat berfungsi untuk menggalang komunitas atau semacamnya. Karena itulah, seharusnya manusia dituntut selalu berpikir apa yang menjadi tujuan dasar dari dibangunnya sebuah situs. Jika situs tersebut memang ditujukan untuk kalangan umum yang tidak terbatas, suka atau tidak suka ada tuntutan untuk mempopulerkan situs tersebut.

Salah satu strategi yang dapat digunakan dalam peningkatan popularitas dalam web adalah memperkaya informasi pada website yang dimiliki. Dengan adanya informasi yang cukup banyak maka website tersebut mudah untuk di index oleh mesin pencari. Sebuah website mempunyai kinerja terhadap search engine. Semakin baik maka akan mempermudah website mendapat pengunjung. Namun demikian tidak hanya cukup memperkaya informasi pada website tersebut, pihak lembaga juga harus mengetahui strategi SEO (Search Engine Optimization).

Website kampus tentunya memerlukan popularitas guna menambah kepercayaan terhadap kegiatan yang ada pada website. Dimana website kampus merupakan website yang bergerak di bidang pendidikan. Pada dasarnya website kampus perlu dipopulerkan karena berimbas kepada kepercayaan dari masyarakat. Kepercayaan masyarakat sangat di perlukan dalam hal ini. Seperti pada website Universitas Stikubank Semarang yaitu unisbank.ac.id yang merupakan website kampus di kota semarang. Oleh sebab itu, kepopuleran sebuah website sangat berhubungan dengan hal ini. Faktor pengguna internet yang ada di Indonesia juga berpengaruh terhadap tingkat popularitas sebuah website.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

Menurut situs wikipedia, Situs web (bahasa Inggris: website) adalah sekumpulan halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi. Sebuah situs web biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti Internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat Internet yang dikenali sebagai URL. Gabungan atas semua situs yang dapat diakses publik di Internet disebut pula sebagai World Wide Web atau lebih dikenal dengan singkatan WWW. Meskipun setidaknya halaman beranda situs Internet umumnya dapat diakses publik secara bebas, pada praktiknya tidak semua situs memberikan kebebasan bagi publik untuk mengaksesnya, beberapa situs web mewajibkan pengunjung untuk melakukan pendaftaran sebagai anggota, atau bahkan meminta pembayaran untuk dapat menjadi anggota untuk dapat mengakses isi yang terdapat dalam situs web tersebut, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surel (e-mail), dan lain-lain. Pembatasan-pembatasan ini umumnya dilakukan karena alasan keamanan, menghormati privasi, atau karena tujuan komersial tertentu.

Sebuah halaman web merupakan berkas yang ditulis sebagai berkas teks biasa (plain text) yang diatur dan dikombinasikan sedemikian rupa dengan instruksi-instruksi berbasis HTML atau XHTML, kadang-kadang pula disisipi dengan sekelumit bahasa skrip. Berkas tersebut kemudian diterjemahkan oleh peramban web dan ditampilkan seperti layaknya sebuah halaman pada monitor komputer.

Halaman-halaman web tersebut diakses oleh pengguna melalui protokol komunikasi jaringan yang disebut sebagai HTTP, sebagai tambahan untuk meningkatkan aspek keamanan dan aspek privasi yang lebih baik, situs web dapat pula mengimplementasikan mekanisme pengaksesan melalui protokol HTTPS.



Gambar 1. Website universitas stikubank semarang

2.2 Alexa Rank

Alexa Rank adalah sebuah tool marketing yang menggunakan data traffic sebuah website untuk me-ranking website populer. Alexa Rank banyak digunakan oleh bisnis untuk menganalisa kompetisi. Ranking Alexa ditentukan dengan menggabungkan data estimasi jumlah pengunjung website dan berapa banyak halaman yang dikunjungi pengunjung website.

Alexa sendiri awalnya adalah perusahaan di California yang didirikan pada tahun 1996 dan diambil alih oleh Amazon pada tahun 1999. Alexa memang fokus di bidang pengumpulan data traffic website. Pada awalnya, Anda membutuhkan toolbars dan extension browser untuk mengumpulkan data. Dengan data-data ini, Alexa membantu berbagai bisnis untuk berkembang. Salah satunya adalah Wayback Machine, sebuah arsip Internet. Tetapi produk mereka yang paling terkenal adalah Alexa Rank – sebuah metric yang menyusun ranking website sesuai dengan popularitasnya atau berapa banyak orang yang mengakses dan menggunakan website itu dalam tiga bulan terakhir.

Bagaimana Alexa Rank Menyusun Ranking. Menurut penjelasan resmi dari Alexa, ranking mereka dihitung dengan mengkombinasikan jumlah visitor setiap harinya dengan jumlah pageview yang didapatkan sebuah website dalam tiga bulan terakhir.

Data-data ini dikumpulkan dari pengguna user internet yang menggunakan satu dari 25,000 extension browser di Google Chrome, Firefox, atau Internet Explorer yang menginstal script Alexa di dalamnya. Kemudian Alexa menggunakan algoritma mereka untuk memperbaiki data-data yang dirasa bias untuk memberikan data yang lebih akurat. Selain itu, ada beberapa website yang memiliki coding Alexa di websitenya sehingga Alexa tahu berapa banyak orang yang datang ke website tersebut dengan lebih akurat. Karena data yang dikumpulkan dari penggunaan user internet hanyalah estimasi.

Selain itu, ada juga yang mengatakan bahwa Alexa menggunakan data dari pihak ketiga supaya bisa memberikan data dari sumber yang lebih luas. Kalau Anda mengunjungi website Alexa, Anda bisa langsung melihat ranking sebuah website tanpa harus menginstall extensions atau widget. Rankingnya tersedia secara global dan menurut negara.



Gambar 2. halaman situs alexa.com

2.3 Tools Jetpack Elementor

Plugin Jetpack adalah sebuah plugin WordPress yang memberikan beragam fitur penting yang dibutuhkan seperti keamanan sebuah website, statistik pengunjung, mendatangkan trafik bagi website, dan berbagai tools SEO yang menjadikan sebuah plugin komprehensif yang sangat dibutuhkan bahkan bisa dikatakan wajib bagi anda yang membangun website berbasis wordpress.

Plugin Jetpack ini memiliki setidaknya lebih kurang 30 fungsi yang membantu website wordpress anda, namun kita tidak akan membahas semuanya.

Fungsi yang sebaiknya diaktifkan untuk plugin Jetpack ini antara lain Wordpress statistik, dengan fitur ini maka setiap kali kita masuk dashboard oleh jetpack kita akan disajikan grafik yang menunjukkan berapa pengunjung website kita, baik perhari, minggu, bulan bahkan tahun.

Bahkan bukan hanya itu dengan statistiknya Jetpack bisa memberitahukan kita, post apa yang paling banyak dibaca/populer, kemudian apakah ada click yang terjadi apabila kita pasang banner. Jetpack juga bisa menunjukkan sumber trafik kita apakah dari mesin pencari, media sosial, dll.



Gambar 3. Fitur jetpack dalam menunjukkan trafik pengunjung website

2.4 Webometric

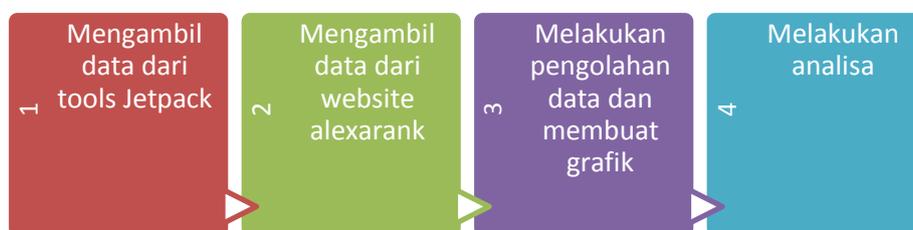
Webometrics adalah salah satu perangkat atau sistem untuk mengukur atau memberikan penilaian terhadap kemajuan seluruh universitas atau perguruan tinggi terbaik di dunia (World Class University) melalui Website universitas tersebut. Peringkatan dimulai pada tahun 2004 dan didasarkan pada gabungan indikator yang memperhitungkan baik volume maupun isi Web, visibilitas dan dampak dari publikasi web sesuai dengan jumlah pranala luar yang diterima. Peringkat ini diperbaharui setiap bulan Januari dan Juli, penyedia Web indikator universitas dan pusat penelitian di seluruh dunia. Pendekatan yang mempertimbangkan berbagai kegiatan ilmiah diwakili di situs akademik yang sering diwakilkan dengan penggunaan indikator bibliometrik.

Metodologi penilaian Webometrics adalah:

1. Visibility : Impact (50%) Merupakan jumlah eksternal link yang unik (jumlah backlink) yang diterima oleh domain web universitas (inlinks) yang tertangkap oleh mesin pencari (Google). Untuk meminimalisir kesalahan dan data bisa terkoreksi dengan benar, maka Webometric mengumpulkan data jumlah link tersebut dari 2 situs yaitu Majestic SEO dan Ahrefs. Indikator hasilnya adalah penjumlahan jumlah external inlink dengan jumlah domain yang menghasilkan external inlink tersebut, kemudian dimasukkan dalam akar pangkat dua.
2. Activity (50%), terdiri atas :
 - a. Presence, adalah jumlah halaman website (html) dan halaman dinamik yang tertangkap oleh mesin pencari (Google), tidak termasuk rich files. Jumlah ini mewakili halaman situs perguruan tinggi yang aktif dan diperbarui.
 - b. Openness, merupakan jumlah file dokumen (Adobe Acrobat (.pdf), Adobe PostScript (.ps, .eps), Microsoft Word (.doc, .docx) and Microsoft Powerpoint (.ppt, .pptx) yang online/open di bawah domain website universitas yang tertangkap oleh mesin pencari (Google Scholar). Termasuk jumlah file penelitian dengan format tertentu (*pdf, *doc, *ppt, *ps) yang online/open di bawah domain website universitas dan terindeks dalam Google Scholar dan diterbitkan dalam kurun waktu mulai 2008 hingga sekarang. Jumlah file ini nantinya yang akan mewakili usaha perguruan tinggi dalam mendukung publikasi hasil penelitian dalam repository.
 - c. Excellence , merupakan jumlah artikel-artikel ilmiah publikasi perguruan tinggi yang bersangkutan yang terindeks di Scimago Institution Ranking dan di Google Scholar. Termasuk jumlah paper akademik berkualitas, yang dipublikasikan dalam jurnal yang memiliki reputasi internasional.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah dilakukan dengan beberapa tahapan dalam kerangka kerja yang dapat dilihat pada gambar. 4. adapun kerangka kerja yang dilakukan dalam tahapan penelitian ini adalah : 1. Melakukan pengambilan data dari tools jetpack yang sudah terpasang dalam website, daya tang diambil adalah data mengenai statistik pengunjung website dan data pengunjung setiap halaman serta data publish view artikel pada website. 2. Mengambil data dari situs alexa, data yang diambil adalah perkebangan ranking website kampus unisbank dari awal periode penelitian. 3. Melakukan pengolahan data dan membuat gambar grafik dari data yang didapatkan dari dua sumber yaitu jetpack dan alexa. 4. Melakukan analisa dari grafik hasil pengolahan data.



Gambar 4. Metode Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Bahan Penelitian

Bahan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan yang nantinya digunakan sebagai bahan input, proses alur bisnis dan output. Adapun bentuk bahan inputan yang digunakan adalah :

Analisa Peningkatan Popularitas Website Kampus Unisbank Menggunakan Alexa Rank Dan Tools Jetpack

data yang di dapat dari alexa rank dan data dari tools jetpack yang terpasang dalam website unisbank semarang.

4.2 Rancangan Kerja

Bentuk rancangan kerja untuk melakukan Analisa Popularitas Website Kampus Unisbank Semarang ini adalah sebagai berikut : 1. Mengambil data dari log tools jetpack, 2. Mengambil data dari website alexarank, 3. Melakukan pengolahan data dan membuat grafik 4. Melakukan analisa dan usulan kemungkinan pengembangan. Gambar 5 menggambarkan bentuk bagan rancangan kerja.



Gambar 5 Bagan rancangan kerja Analisa Popularitas Website Kampus Unisbank

Dari gambar 5 dapat dijelaskan bahwa bentuk rancangan kerja adalah melakukan pengambilan data dari tools jetpack dan website alexa, kemudian dilakukan pengolahan data untuk melihat perkembangan pada setiap jeda waktu dan dilanjutkan dengan melakukan analisa perkembangan website berdasar data yang telah diolah.

4.3 Hasil dan Pembahasan

Pembahasan pertama adalah melihat pada grafik trafik pengunjung website kampus unisbank. Data ini didapatkan dari tools jeppack yang dipasang dalam website kampus unisbank. Pada gambar 6 dapat dilihat bentuk grafik yang memberikan visualisasi jumlah pengunjung pada website kampus unisbank.

Dalam grafik yang terlihat pada gambar 6 terlihat data jumlah view yaitu jumlah total halaman yang dilihat oleh pengunjung, jumlah visitor yaitu jumlah total pengunjung yang mengakses website kampus unisbank pada tanggal berjalan dan jumlah views per visitor yaitu rata rata jumlah laman yang diakses oleh visitor.



Gambar 6 Gambar Grafik Pengunjung website kampus unisbank

Bentuk grafik lain yang dapat dilihat adalah bentuk grafik visitor dan viewer secara dayly, weekly dan monthly, seperti terlihat pada gambar 6, 7 dan 8. Pada grafik tersebut dapat diperhatikan bahwa visualisasi pengunjung dapat dilihat dalam grafik secara harian, mingguan dan bulanan.

Dari grafik yang menunjukkan jumlah visitor harian, terdapat sebuah pola yang memperlihatkan bahwa puncak pengunjung hanya pada hari senin hingga hari kamis, dan terjadi penurunan pada hari akhir pekan yaitu hari jumat hingga hari minggu. Berdasar dari gambaran grafik harian dan data yang didapatkan dari bidang pengajaran, hal ini dimungkinkan karena aktifitas kegiatan perkuliahan hanya didominasi pada hari weekday yaitu hari senin hingga kamis, sedangkan untuk hari weekend yaitu hari jumat hingga minggu jumlah perkuliahan sudah mulai berkurang dan sangat sedikit ada perkuliahan di kampus unisbank.



Gambar 7. Grafik pengunjung website kampus secara harian

Dari grafik jumlah pengunjung mingguan dan bulanan, ditampilkan visualisasi peningkatan jumlah visitor pada website kampus unisbank. Pengamatan ini dilakukan mulai dari akhir tahun 2018 hingga akhir bulan juli 2019. Dalam grafik bulanan, jumlah pengunjung website kampus meningkat pada bulan maret 2019, yang mana bulan maret adalah awal perkuliahan semester genap. dari pengamatan yang dilakukan, dapat diambil kemungkinan bahwa pengunjung adalah mahasiswa aktif yang mulai masuk perkuliahan awal semester yang mencari informasi tentang jadwal kuliah atau pun pengisian rencana studi untuk semester berjalan. Pada bulan mei 2019 terdapat penurunan jumlah visitor, hal ini dimungkinkan karena pada bulan tersebut adalah bulan yang bertepatan dengan pelaksanaan ibadah puasa, sehingga pada bulan mei kemungkinan meskipun kegiatan perkuliahan tetap berjalan, namun hal ini berdampak pada popularitas website kampus unisbank. Hal ini juga dimungkinkan karena pada akhir bulan mei terdapat libur perkuliahan untuk hari raya idul fitri.

Pada bulan juni dan juli 2019 jumlah pengunjung mulai meningkat, hal ini karena perkuliahan sudah mulai aktif dan kegiatan calon mahasiswa baru sudah mulai digelar. Dapat ditarik kesimpulan sementara adalah bahwa pengunjung website kampus unisbank adalah para mahasiswa dan calon mahasiswa dan dari kalangan internal kampus unisbank.



Gambar 8. Grafik pengunjung website kampus secara mingguan



Gambar 9. Grafik pengunjung website kampus secara bulanan

Gambar 10 dan 11 adalah memberikan visualisasi mengenai rata rata pengunjung dalam bulanan dan harian serta jumlah seluruh artikel yang di publish dan jumlah seluruh penunjang pada website kampus unisbank.

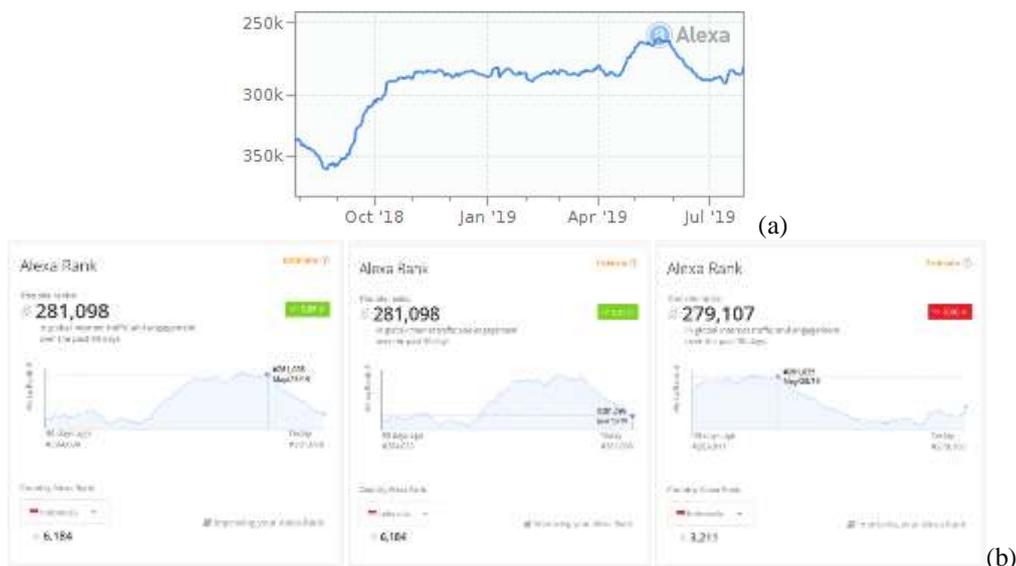


Gambar 10. Rata rata penunjang dalam bulanan dan harian



Gambar 11. Jumlah seluruh posting dan jumlah visitor

Pembahasan selanjutnya adalah melihat data yang didapat dari website alexa. Data ini didapat dari situs www.alex.com dengan memasukkan data website kampus unisbank sebagai data yang akan digunakan sebagai bahan melakukan analisa. Data yang akan diambil adalah data peringkat popularitas website kampus unisbank yang disajikan dalam bentuk grafik selama 90 hari terakhir yang dapat dilihat seperti pada gambar 12.



Gambar 12. Grafik yang didapat dari Alexa rank

Gambar 12 menunjukkan beberapa angka yaitu angka peringkat website secara internasional, gambar grafik peringkat website selama 90 hari terakhir dan angka peringkat website secara nasional. Gambar 12 bagian a, menunjukkan grafik peringkat website sejak bulan Agustus 2018 hingga akhir juli 2019. Dapat dilihat bahwa pemeringkatan website terlihat dinamis. Hal ini disebabkan beberapa faktor, salah satunya adalah jumlah pengunjung dan jumlah artikel yang dimuat dalam website tersebut, dalam hal ini adalah website kampus unisbank. Dari gambaran yang didapatkan dari grafik dari situs alexa, website kampus unisbank dari data yang didapatkan dari tools jetpack yang dibahas sebelumnya terkait dengan pemeringkatan website kampus unisbank pada situs alexa.com.

Seperti terlihat pada gambar 12 bagian b, terlihat penurunan peringkat website kampus unisbank yang dimulai pada akhir bulan mei 2019. Yakni bertepatan dengan permulaan libur hari raya yang mana berlangsung lebih kurang selama dua pekan. Jika dibandingkan dengan jumlah pengunjung yang didapat dari data tools jetpack pada bulan mei 2019 juga terjadi penurunan jumlah pengunjung. Untuk data selanjutnya dapat dilihat bahwa pada gambar 12.b terjadi peningkatan peringkat pada bulan juli 2019, hal ini seiring dengan jumlah pengunjung yang didapat dari data sebelumnya. Sehingga dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa jumlah pengunjung website kampus akan berdampak pada peringkat popularitas website secara dunia melalui website alexa.com.

Setelah membahas data pengunjung website dari tools jetpack dan membahas peringkat website yang terdapat dalam situs alexa.com yang ternyata adalah cukup memiliki korelasi peringkat website dan jumlah pengunjung. Sekarang dibahas mengenai popularitas artikel website kampus unisbank dari jumlah pengunjung yang membaca atau melihat halaman artikel yang dipublish dalam website kampus unisbank seperti terlihat pada gambar 13.

Dari gambar 13 terlihat data jumlah pengunjung yang melihat artikel dapat dilihat secara keseluruhan dan secara periodik harian, mingguan, bulanan, 3 bulan atau satu tahun penuh yang sedang berjalan. dari visualisasi gambar 13, diperlihatkan mayoritas pengunjung akan melihat halaman beranda sebelum melihat artikel yang termuat dalam website kampus unisbank. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah angka pengunjung yang mencapai jumlah 59.686 pengunjung pada periode berjalan.

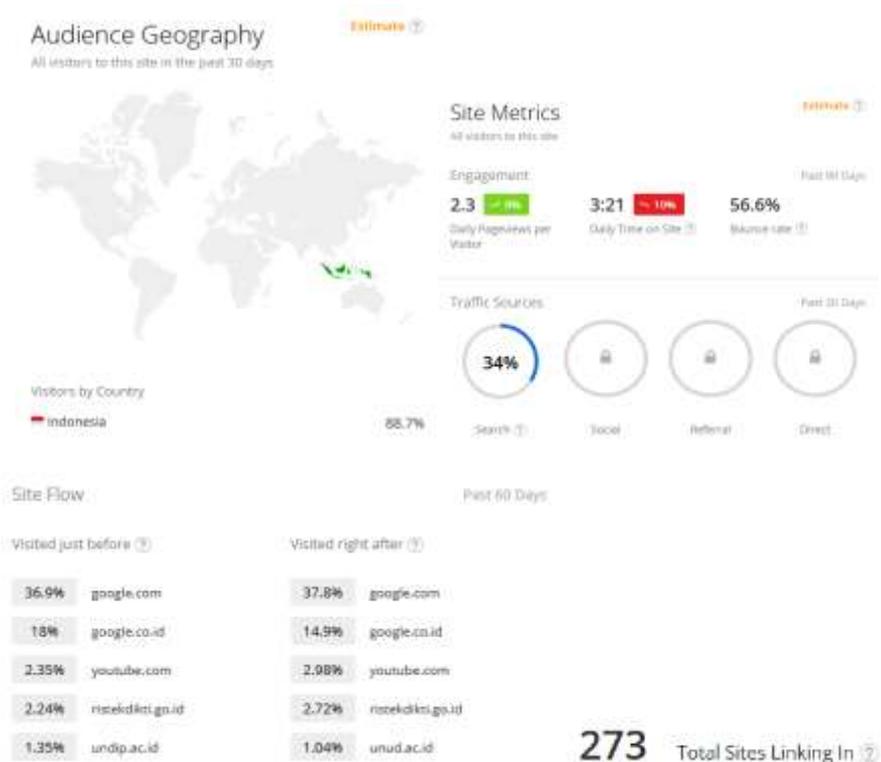
Jika dilihat dari artikel yang dilihat oleh pengunjung, terlihat artikel dengan judul "campuss trip" memiliki jumlah visitor yang cukup banyak dibanding artikel dengan judul yang lain. Dan selanjutnya adalah artikel pada halaman kontak. Jika dilihat dari konten yang terdapat pada artikel campuss trip, hal ini akan berelasi dengan kemungkinan pengunjung adalah calon mahasiswa baru yang akan mengikuti kegiatan awal sebagai mahasiswa kampus unisbank. sehingga dapat diartikan bahwa pengunjung website unisbank masih dari kalangan internal kampus atau warga kampus. sedangkan artikel selanjutnya yang paling sering dilihat adalah tentang halaman kontak kampus unisbank. dari jumlah visitor yang cukup banyak dan hampir sama dengan artikel yang bertema campuss trip, dapat dimungkinkan adalah para visitor adalah sebagai pengunjung yang sama.

Dari data artikel lain terlihat jumlah pengunjung tidak terlalu banyak, hal ini dapat dimungkinkan bahwa pengunjung yang melihat artikel adalah kalangan terbatas yang mungkin adalah kalangan internal kampus unisbank. Sehingga dari analisa data pengunjung artikel ini dapat diambil kesimpulan sementara bahwa pengunjung website kampus unisbank adalah kalangan mahasiswa baru yang sudah resmi sebagai mahasiswa.

Data yang lain yang dapat dibahas adalah audience geography, yang mana terlihat bahwa mayoritas pengunjung website kampus unisbank adalah dari negara indonesia. Data yang lain adalah bahwa pengunjung yang mencari website unisbank mencari dengan mesin pencari google. Data analisa lainnya adalah bahwa peringkat engagement dari website kampus unisbank mengalami kenaikan sebanyak 9% dan bounce rate yang masih tinggi, yaitu diatas 50%.

Title	Views
Berkas	30.636
Home page Admin	2.540
Informasi Pelaksanaan Campus Trip Kegiatan 1 Unisbank	1.840
Informasi Pelaksanaan Campus Trip 2020 - 1 Unisbank	1.319
Berkas	1.084
Info Campus Trip GKI II	846
Tiket Tiket	827
PMDK UNISBANK	792
Unisbank memulainya Levelegan Kijang Ditem	742
11 Wanita Unisbank Serahngan penyelesaian Beasiswa Bidiklat	731
Ordnatur Organisasi	710
Levelegan Ditem Hubun	610
Ordnatur Organisasi Yggawar	440
12 Mahasiswa raih AwardRay A	418
10PMK Unisbank Mencajukan Pembangunan Restoran di Kampus Kandang	412
Mahasiswa baru Unisbank mulai Campus Trip II	378
Berkas	346
Sponsor	327
Prosedur Penulisan Baru Jujur PMDK Gunungjati (One Day Service	297
Kelas Reguler Sore sudah mulai jam 18.00 dan Semester Genap 2018/2019	296
Unisbank bermitra Beasiswa Orsis 2019 hingga 100% melalui jalur PMDK	227
Computing Unisbank	221
File & Mba	212

Gambar 13. Tabel View posting dalam website



Gambar 14. Site Metric, Audience Geography, Site Flow dan Sites Linking

Pembahasan selanjutnya adalah data peringkat website yang diambil dari situs webometric.com. webometric ini adalah salah satu perangkat atau sistem untuk mengukur atau memberikan penilaian terhadap kemajuan seluruh universitas atau perguruan tinggi terbaik di dunia (World Class University) melalui Website universitas tersebut. Peringkat dimulai pada tahun 2004 dan didasarkan pada gabungan indikator yang memperhitungkan baik volume maupun isi Web, visibilitas dan dampak dari publikasi web sesuai dengan jumlah pranala luar yang diterima.

Penilaian yang dilakukan oleh webometric adalah terbagi menjadi beberapa komponen yaitu :

1. Presence : Diukur berdasar jumlah website universitas termasuk subdomainnya.
2. Impact : Dinilai dari jumlah backlink atau tautan yang disertakan dari website luar.
3. Openness : Diukur berdasar jumlah file (.pdf, .ps, .eps, .doc, .docx dan .ppt, .pptx) yang bisa diakses dan terhubung dengan domain website universitas.
4. Excellence : Dinilai berdasar jumlah artikel publikasi ilmiah karya sivitas akademika yang terindeks pada jurnal internasional dengan reputasi tinggi.

Dari gambar 15, terlihat bahwa website kampus unisbank memiliki beberapa nilai dari empat poin penilaian yang dilakukan oleh webometric. Jika dilihat dari jumlah pengunjung dan jumlah artikel yang termuat dalam website unisbank. setelah dilakukan pengamatan mulai peringkat yang didapat pada akhir tahun 2018 dan hingga saat ini, ranking impact dan ranking openes terjadi peningkatan. Hal ini terjadi karena jumlah dokumen yang tersaji dalam website kampus unisbank dan jumlah artikel yang terpublish dalam website kampus unisbank juga menjadi lebih banyak dari akhir tahun 2018. Sehingga dapat ditarik kesimpulan sementara bahwa faktor jumlah artikel akan mempengaruhi peringkat yang dinilai pada website webometric.

Ranking	Website Rank	University	Ref.	Presence Rank	Impact Rank	Openness Rank	Excellence Rank
201	8828	U1 Faculty of Pharmacy, Muhammadiyah Semarang University	👉	8877	8375	7582	8048
202	8858	STAN Semarang University	👉	16471	10313	3846	8048
203	8864	Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga	👉	2523	7101	8802	8048
204	8919	Universitas Muhammadiyah Jember	👉	12583	5479	8802	8048
205	8958	Universitas Jember (UNJ) Jember, Jember	👉	8418	12138	3303	8048
206	8998	UIN Sultan Thaha Saifuddin Jember	👉	12099	8219	8802	8048
207	8998	Instansi Nasional Sistem Sertifikasi	👉	8138	10079	3743	8048
208	9033	Universitas Sebelas Maret	👉	8995	11888	4506	8048
209	9090	Universitas Serang	👉	11841	11140	5140	8048
210	9104	Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer STMIK Negeri Semarang Utara	👉	9525	6087	8802	8048
211	9184	Universitas Penuin (UPNU) Boyer	👉	8155	12287	4287	8048
212	9187	Politeknik Negeri Semarang	👉	8041	11448	3383	8048
213	9271	Politeknik Negeri Semarang (PNS) Semarang	👉	13390	7974	8877	8048
214	9288	Politeknik Jember	👉	12579	9408	3802	8048
215	9437	Instansi Nasional Sistem Sertifikasi	👉	8003	7260	8802	8048
216	9454	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan STIKES Negeri Muhammadiyah Semarang	👉	18221	9408	3888	8048
217	9481	Universitas Muslim Semarang (UMS) Semarang	👉	7529	10695	5746	8048
218	9511	Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Teknik Komputer STMIK (STMIK) Boyer	👉	18103	11888	4884	8048
219	9571	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan (STIKES)	👉	8807	8887	3172	8048

Gambar 15. Gambar Ranking dalam webometric

5. KESIMPULAN

Dari proses penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa point kesimpulan, yaitu :

1. Dilihat dari grafik trafik pengunjung, website unisbank memiliki pola pengunjung yang padat pada hari senin hingga kamis, hal ini dikarenakan perkuliahan mayoritas dijadwalkan pada hari tersebut. Meskipun ada perkuliahan pada hari akhir pekan, namun pengunjung website tidak dapat sebanyak pada hari weekday.

2. Dilihat dari trafik pengunjung per bulan, terdapat peningkatan visitor dan viewer. Hal ini dikarenakan kegiatan bersamaan dengan kegaitan mahasiswa baru campusstrip yang mendominasi popularitas website kampus.
3. Dari hasil pengamatan jumlah rtikel dan tema artikel yang dilakukan, mayoritas pengunjung website unisbank adalah kalanganinternal kampus unisbank saja yang terdiri dari mahasiswa baru, mahasiswa, dosen dan karyawan.
4. Dari komponen pengamatan yang dilihat dari tools jetpack dan jumlah artikel serta jumlah pengunjung akan berdampak ada pemeringkatan website pada witus alexa.com dan situs webometric.com.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prasetya, A., & Rahmawati, L. S. (2015). ANALISIS WEBSITE TOKO ONLINE. JURNAL TEKNOLOGI INFORMASI: Teori, Konsep, dan Implementasi, 6(1), 19-22
- [2] Rahardja, U., Aini, Q., & Sulastrini, L. R. (2017). Penerapan Inbound Official Site Sistem Informasi Untuk Meningkatkan Rank Webometrics. Technomedia Journal, 1(2), 106-117.
- [3] Solihin, A. (2011). Strategi Peningkatan Peringkat Perguruan Tinggi di Webometric: Studi Kasus Universitas Budi Luhur. In Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu.
- [4] Raharja, U., Aini, Q., Dewi Y.N., (2018). Alexa rank sebagai Alalt Ukur Popularitas Website Crowdfunding, Technomedia Jurnal, Vol. 2 No. 2 Februari.
- [5] Saputra, S., Rufai A., (2018), Analisis Popularitas Website untuk Meningkatkan Business Intelligence Menggunakan Similar Web, Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis 2018, IIB DARMAJAYA Bandar Lampung, Lampung.
- [6] https://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web. diakses : 28 Mei 2019.