
PENINGKATAN RANK ALEXA MENGGUNAKAN METODE SEO UNTUK MENINGKATKAN WEB VISITOR PADA OFFICIAL SITE ILEARNING PLUS

Untung Rahardja¹

Ray Indra Taufik Wijaya²

Endah Nirmala Dewi³

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

Email: untung@raharja.info, rayindra@raharja.info, endah@raharja.info

Diterima: 5 Desember 2016/ Disetujui : 19 Desember 2016

ABSTRACT

Information Technology has gave major contribution to human life. Information has become the most important part of our lives. Online marketing is a phenomenon that appears in today's marketing world. This journal is written by reason of the presence of pressure from the high growth of the number of internet users, particularly in Indonesia. Overall of this paper will discuss the official site iLearning Plus, with any outlines some strategies that can increase the frequency of web visitor to the official site iLearning plus. The purpose of the strategy is to increase the popularity of official site iLearning Plus itself. Therefore it needs the right strategy to achieve this, one of them using the techniques of SEO (Search Engine Optimized) with using Alexa benchmarks. In addition also explain about what methods are used in this journal such as literature review, mind maps, flowcharts, and the others. There is also a formulation of the problem and also the solution to solve the problem which has been accompanied by some evidence and the results that have been obtained. And the last, the conclusions of the results of research that addresses the entirety of this journal .

Keyword : Alexa, iLearning Plus, Official Site

ABSTRAK

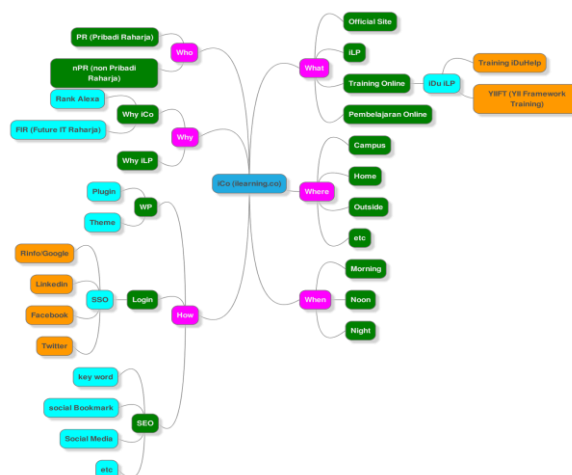
Teknologi Informasi telah memberi kontribusi besar terhadap kehidupan manusia. Informasi telah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan kita. Pemasaran melalui internet merupakan suatu fenomena yang mencuat dalam dunia pemasaran saat ini. Jurnal ini ditulis dengan alasan terdapatnya tekanan dari jumlah pertumbuhan yang tinggi dari pengguna internet, khususnya yang ada di Indonesia. Keseluruhan dari jurnal ini akan membahas mengenai official site iLearning Plus, yaitu dengan menjabarkan beberapa strategi apa saja yang dapat meningkatkan frekuensi dari kunjungan web visitor ke official site iLearning plus. Tujuan dari adanya strategi tersebut adalah untuk meningkatkan popularitas official site iLearning Plus itu sendiri. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat untuk mencapai hal tersebut, salah satunya yaitu dengan menggunakan teknik SEO (Search Engine Optimized) dengan tolak ukur menggunakan Alexa. Selain itu, dijabarkan juga mengenai apa saja metode yang digunakan dalam jurnal ini seperti literature review, mind map, flowchart, dan lain sebagainya. Terdapat pula rumusan masalah dan juga solusi untuk memecahkan masalah tersebut yang sudah disertai dengan beberapa pembuktian dan hasil yang telah didapatkan. Terakhir, kesimpulan dari hasil penelitian yang membahas keseluruhan dari jurnal ini.

Kata Kunci: Alexa, iLearning Plus, Official Site

PENDAHULUAN

SEO (Search Engine Optimized) adalah segala upaya yang dapat kita lakukan untuk meningkatkan *ranking website* kita pada mesin pencari, baik yang kita lakukan langsung pada *website* kita sendiri (*on-page*) ataupun faktor-faktor eksternal dari luar *website* kita (*off-page*)^[1]. Cara yang digunakan untuk mencapai tujuan *SEO*, diantaranya adalah mempromosikan *official site iLearning Plus* di *social media*, menambah *keyword* pada artikel yang ada di *official website iLearning Plus* dan mendaftarkan *website* ke *alexa*. Selain itu salah satu metode *SEO* yang dapat digunakan untuk mempromosikan pembelajaran secara online yang ada di *iLearning Plus* yaitu dengan cara meningkatkan *rank alexa* yang ada pada *official site iLearning Plus*. Metode ini merupakan salah satu dari beberapa metode *SEO* yang sering digunakan oleh para *Webmasters*. Pembelajaran *online* merupakan sebuah interaksi saat seseorang berbicara satu dengan yang lain menggunakan teknologi informasi, saling berbagi gagasan dan pendapat. Namun setiap pembelajaran *online* yang diberikan pastinya ada manfaat atau kelemahan, sehingga para mahasiswa harus memahami berbagai metode pembelajaran *online* agar mahasiswa dapat memilih dan menggunakan metode yang tepat sesuai dengan materi dan tujuan pembelajaran. Pembelajaran *online* yang digunakan diharapkan mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam proses berpikir dan mengungkapkan pendapat dalam tulisan.

Informasi menjadi suatu kata yang cukup menarik, apabila dibicarakan dan seolah tak ada habisnya untuk dikaji. Karena pertumbuhannya dan kebutuhan yang sangat cepat. Teknologi Informasi memacu dalam suatu lingkungan di mana informasi menjadi sangat penting dalam segala sisi kehidupan kita di dunia maya atau biasa disebut internet. Proses pembuatan *website* pada umumnya dimulai dengan penyusunan *web page*. Setelah selesai dibuat dan di-*upload* ke dalam *server*, tugas pengelola *website* lainnya adalah mempromosikan *website* yang telah dibuat. Fungsi utama promosi adalah agar semakin banyak peselancar *internet* mengunjungi *website* yang dipromosikan. Aspek penting dari promosi *website* adalah menampilkan *website* pada index mesin pencari (*search engine*) ketika pengguna *Internet* melakukan pencarian (*searching*) dan memiliki *ranking* yang baik. Penelitian ini membahas tentang strategi untuk meningkatkan *web visitor tracker* pada *official site iLearning plus* agar *website* berada pada urutan *ranking* yang tinggi. Maka kita perlu menggunakan teknik ukur *alexa rank*, dengan menerapkan *alexa rank* ini, kita dapat mengetahui informasi mengenai kualitas situs lain dan juga *official site iLearning Plus*.



Gambar 1. Mind Map Official Site *iLearning Plus*

Mind Map ini menggunakan rumus 5W+1H, *what* menjelaskan tentang pengertian pada *Official Site iLearning Plus*, *where* menjelaskan tentang dimana saja *Official Site iLearning Plus* dapat di akses, *when* menjelaskan kapan saja *Official Site iLearning Plus* dapat di akses, *who* siapa saja pengguna yang dapat mengakses *Official Site iLearning Plus* dan *why* menjelaskan kenapa *Official Site iLearning Plus* harus digunakan dan apa saja keunggulan *Official Site iLearning Plus*. Sedangkan *how* menjelaskan tentang bagaimana terciptanya *Official Site iLearning Plus*, bagaimana cara meningkatkan *Rank* pada *website iLearning Plus* dan bagaimana cara *login* pada *Official Site iLearning Plus*.



Gambar 2. Logo *iLearning Plus* yang ada di *Official Site iLearning Plus*

Nama *iLearning Plus* diambil dari sebuah inovasi perkembangan dari metode pembelajaran *iLearning* sebelumnya yang sudah diterapkan di Perguruan Tinggi Rahaarja. Lalu Istilah *iLearning* berawal dari pemikiran perkembangan metode pembelajaran dengan menggunakan teknologi *iPad* di Perguruan Tinggi Rahaarja, yang dicetuskan pertama kali oleh Ir. Untung Rahaarja, M.T.I yang berisi 4B (Belajar, Bermain, Berdoa dan Bekerja).

Arti dari “*When study is not all about classroom*” merupakan pembelajaran yang menyediakan kemudahan dan *fleksibilitas*, mahasiswa dapat mengontrol waktu belajar kapan pun mereka inginkan dan tidak mengharuskan diri untuk tatap muka atau *standby* di kampus.

Huruf L yang diartikan dalam penulisan *iLearning* adalah melambangkan perubahan 90° yang artinya adalah *iLearning Plus* ini berubah 90° dari *iLearning* sebelumnya, pembelajaran yang tadinya harus selalu ada di dalam kelas tetapi dengan *iLearning Plus* ini pembelajaran tidak harus selalu ada di kampus atau di dalam kelas.

Filosofi Warna

Panca Warna yang digunakan adalah Hijau, dan Oranye dengan makna sebagai berikut :

1. Warna Hijau mencerminkan kemakmuran, kesejahteraan dan kedamaian/persaudaraan, warna hijau ini juga melambangkan kampus kita, yang dikenal dengan sebutan *green campus*
2. Warna Oranye adalah kombinasi energi dari warna merah dan dari warna kuning. Warna ini sering dihubungkan dengan kegembiraan, warna oranye ini mencerminkan kesuksesan yang artinya adalah dengan adanya *iLearning Plus* ini kita dapat belajar dan dapat meraih kesuksesan.

PERMASALAHAN

Dalam promosi tidak ada aturan yang melarang teknologi dijadikan sebagai media promosi selama masih bersifat positif bagi penggunaannya. Seharusnya yang harus diketahui bahwa salah satu prinsip dalam hal berpromosi harus disesuaikan dengan kondisi zaman dimana belajar itu dapat dilakukan dimana saja. Karena itu sangat tepat jika di zaman yang modern seperti saat ini, apabila di era informasi dan komunikasi ini kita memanfaatkan teknologi sebagai media promosi, maka itu sekiranya sangat berguna sekali dan banyak menghasilkan ilmu yang luar biasa. Promosi *online* merupakan metode terkini dari suatu media teknologi dan yang dapat diterapkan bagi mereka yang kurang memiliki waktu dikarenakan kesibukan dalam aktifitas sehari-hari.

Hal ini terbukti kurangnya promosi pada pembelajaran dan training pada *official site iLearning Plus*, kurangnya like di *fan pages facebook* dikarenakan kurangnya Promosi di *facebook* dan kurangnya posting mengenai *iLearning Plus* di *fan page*, artikelnya yang ada di di *website iLearning Plus* yang masih sedikit dan menyebabkan *website* tersebut belum terdeteksi di *search engine*, cakupannya belum cukup luas karena masih menggunakan *mailchimp* yang menggunakan hanya Rinfo sehingga *iLearning Plus* tidak dapat dilihat oleh pihak luar kampus, dan kurangnya data-data email dari luar kampus. Sehingga hal ini menyebabkan sedikitnya orang yang mengetahui informasi *iLearning Plus*, khususnya pihak luar (*Non Rinfo*).

Sebenarnya masalah *website* adalah masalah klasik, salah satunya adalah kurangnya *visitor* yang datang ke dalam *website iLearning Plus* sehingga hal ini menyebabkan rendahnya *rank alexa* pada *iLearning Plus*. Ibaratnya kita punya sebuah toko dan toko itu pengunjunnya ramai, banyak yang melihat, banyak yang bertanya, dan tentu harapan ke depannya ada yang membeli jasa atau produk kita. *Website iLearning Plus* belum terdaftar di *alexa* sehingga menyebabkan *website iLearning Plus* belum terdeteksi di *rank alexa*, dan kurangnya penerapan *SEO* untuk meningkatkan *rank alexa*.

Pada *website iLearning Plus* belum terdapat fitur *SSO (single sign on)* dan hal ini menyebabkan sulitnya *login* pada *website iLearning Plus*, karena harus *login* menggunakan *username* dan *password*. Belum lagi *user* terkadang lupa *password* atau *username* saat ingin *login*. Belum memudahkan *user* untuk *login* karena hanya terbatas dan hanya bisa menggunakan *email*.

Setelah membahas permasalahan di atas, maka dapat disimpulkan jurnal ini akan membahas beberapa permasalahan diantaranya yaitu adalah :

1. Apa yang menyebabkan kurangnya promosi pembelajaran dan *training* yang ada di *iLearning Plus*?
2. Apa yang menyebabkan *ranking* yang ada di *website iLearning Plus* yang masih rendah?
3. Apakah fitur *SSO (Single Sign On)* diperlukan pada *website iLearning Plus*?

LANDASAN TEORI

Definisi SEO

Search Engine Optimization (SEO) merupakan proses dari meningkatkan volume dan kualitas lalu lintas sebuah *website* dari *search engine* via “natural” hasil pencarian untuk kata kunci yang ditargetkan. Biasanya suatu *website* yang paling awal dipresentasikan dalam hasil *search* atau lebih tinggi *ranking* nya, makin banyak para pencari akan mengunjungi situs tersebut. *SEO* juga dapat menargetkan pencarian yang berbeda jenis, termasuk pencarian gambar, pencarian lokal, dan spesifik industri mesin pencari vertikal. *SEO*, merupakan salah satu aspek yang vital dari suatu *website*, tetapi sering diabaikan atau disia-siakan. Suatu *website* mungkin terlihat indah, memiliki sistem yang sempurna, tetapi dengan tanpa pengunjung, semua sia-sia.

Definisi Training Online

Menurut *The Manpower Service Commission's Glossary of Training Term* dalam Tobari (2015:18), pelatihan didefinisikan sebagai suatu proses perencanaan untuk mengembangkan sikap, pengetahuan atau keahlian melalui pembelajaran untuk meningkatkan kinerja yang efektif dalam aktivitasnya.

Menurut Bernadin dan Russel (2015:19) Pelatihan adalah untuk memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja tertentu, terinci, rutin dan yang dibutuhkan sekarang. Pelatihan tidak diprioritaskan untuk membina kemampuan melaksanakan pekerjaan di masa yang akan datang saja, tetapi juga meningkatkan motivasi kerja.

Secara umum, sesuatu dikatakan *online* adalah bila ia terkoneksi/terhubung dalam suatu jaringan ataupun sistem yang lebih besar. Beberapa arti kata *online* lainnya yang lebih spesifik yaitu:

1. Dalam percakapan umum, jaringan/*network* yang lebih besar dalam konteks ini biasanya lebih mengarah pada *internet*, sehingga *online* lebih kepada menjelaskan status bahwa ia dapat diakses melalui *internet*.
2. Secara lebih spesifik dalam sebuah sistem yang terkait pada ukuran dalam satu aktivitas tertentu, sebuah elemen dari sistem tersebut dikatakan *online* jika elemen tersebut beroperasi. Sebagai

contoh, Sebuah instalasi pembangkit listrik dikatakan *online* jika ia dapat menyediakan listrik pada jaringan elektrik.

3. Dalam telekomunikasi, Istilah *online* memiliki arti lain yang lebih spesifik. Suatu alat diasosiasikan dalam sebuah sistem yang lebih besar dikatakan *online* bila berada dalam kontrol langsung dari sistem tersebut. Dalam arti jika ia tersedia saat akan digunakan oleh sistem (*on-demand*), tanpa membutuhkan intervensi manusia, namun tidak bisa beroperasi secara mandiri di luar dari sistem tersebut.

Dengan *Internet* kita dapat menerima dan mengakses informasi dalam berbagai format dari seluruh penjuru dunia. Kehadiran internet juga dapat memberikan kemudahan dalam dunia pendidikan, hal ini terlihat dengan begitu banyaknya situs *web* yang menyediakan media pembelajaran yang semakin interaktif serta mudah untuk dipelajari.

Kesimpulannya adalah Training Online adalah pelatihan yang dikerjakan secara online atau dengan menggunakan media elektronik yang membutuhkan koneksi internet.

Pembelajaran Online

Pembelajaran online (juga dikenal dengan pembelajaran elektronik, atau *e-Learning*) merupakan hasil dari suatu pembelajaran yang disampaikan secara elektronik dengan menggunakan komputer dan media berbasis komputer. Bahannya sering diakses melalui sebuah jaringan. Sumber bisa berasal dari *website*, internet, CD-ROM, dan DVD. Selain memberikan instruksi, *e-learning* juga dapat memonitor kinerja mahasiswa dan melaporkan kemajuan mahasiswa. *E-learning* tidak hanya mengakses informasi (misalnya, halaman web), tetapi juga membimbing mahasiswa untuk mencapai hasil belajar yang spesifik (misalnya, tujuan).^[1]

iLearning

Pengertian diatas adalah pengertian luas dari pembelajaran *online* sedangkan di Perguruan Tinggi Raharja memiliki pembelajaran *online* tersendiri yang disebut *iLearning*, yang dicetuskan oleh Untung Rahardja dan memiliki arti bahwa *iLearning* itu adalah mengintegrasikan sumber daya dalam menjalankan dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan menggunakan iPad, dimana iPad memiliki aplikasi pendukung pembelajaran dan masih banyak lainnya. Sistem *iLearning* yang ada sudah cukup baik, namun belum efektif dan beragam karena pelaksanaan ujian nya masih terpaku pada konsep *paper based*. Dengan menggunakan konsep *computer based* saat pelaksanaan ujian akan menentukan mutu kualitas dalam proses pembelajaran *iLearning*.^[2]

Alexa

adalah sebuah anak perusahaan dari Amazon.com yang berbasis di California, dan menyediakan data komersial terkait *traffic web*. Didirikan sebagai sebuah perusahaan independen pada tahun 1996, Alexa kemudian diseleksi oleh *Amazon* pada tahun 1999. *Toolbar* yang diciptakan oleh Alexa mengumpulkan data berupa kebiasaan berselancar penggunaannya di internet dan mengirimkannya ke pusat data Alexa, dimana data-data tersebut disimpan dan di analisa, sehingga menjadi dasar dari laporan *web traffic* yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Sebagaimana tercatat pada tahun 2014, Alexa menyediakan data *traffic*, *ranking* situs *web* secara global maupun dalam satu negara tertentu, dan berbagai informasi lainnya pada lebih dari 30 juta situs *web* yang terdaftar. Situs *web* Alexa dikunjungi lebih dari 8,8 juta orang setiap bulannya.^[3]

Website

Website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman *web* yang saling berhubungan. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web lainnya disebut dengan *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*.^[4]

Visitor

Visitor adalah pengunjung yang sedang membuka *website* kita, baik membuka karena sengaja, maupun secara tidak sengaja.^[5]

Ada 2 macam jenis *visitor* yaitu *organic traffic* dan *non organic traffic*, sementara *non organik traffict* sendiri terdapat *direct traffic* dan *referral traffic*. Untuk lebih jelasnya, baca selengkapnya dibawah ini:

1. Organic Traffic

Organic traffic juga sering disebut original trafik adalah trafik yang berasal dari *search engine*. Mesin pencari yang direkomendasikan adalah yang terpercaya seperti *google*, *yahoo* dan *MSN* termasuk juga melalui pencarian gambar seperti *google images*. Pengunjung dari *organic traffic* ini sangat diminati dan yang paling Diinginkan. *Organic Traffic* Disukai oleh semua Pelaku *SEO*. Yaitu karena *Organic Traffic* ini berkualitas, Gratis lagi. Ini menandakan bahwa *web / blog* kita populer di mata *search engine*. Untuk mendapatkan *organic traffic* kita harus memanfaatkan teknik *SEO* bisa dengan mengikuti *PPC (Pay Per Click)* dan mendaftarkan web di *search engine*.

2. Non Organic Traffict ada 2 yaitu:

1. Direct Traffic

Trafik langsung atau pengunjung datang ke *web/blog* kita langsung tanpa perantara. Mereka masuk langsung mengetik *web* kita di *browser*. *Web* yang mempunyai *direct traffic* kemungkinan besar sudah terkenal, karena pengunjung mampir ke *blog* kita secara langsung, tanpa perantara *website*, *blog*, ataupun *search engine*. Untuk mendapatkan *direct traffic* anda bisa dengan promosi *offline* seperti membuat brosur atau iklan di koran / majalah.

2. Referral traffic

Traffic yang berasal dari *web* selain *search engine*. Artinya pengunjung datang melalui perantara *web* lain. Untuk mendapatkan *referral traffic* ini pengunjung bisa memanfaatkan situs *social media*, *social bookmarking*, forum dan juga blog lain.^[6]

LITERATURE REVIEW

Banyak penelitian yang sebelumnya dilakukan berkenaan dengan *Literature Review* mengenai konsep antara diskusi dengan teknologi. Dalam upaya mengembangkan *iLearning Plus* ini perlu dilakukan studi pustaka sebagai salah satu dari penerapan metode penelitian yang akan dilakukan. Diantaranya adalah mengidentifikasi kesenjangan dan mengidentifikasi metode yang pernah dilakukan, meneruskan penelitian sebelumnya, serta untuk mengetahui orang lain yang spesialisasi dan area penelitiannya sama di bidang ini. Beberapa *Literature Review* tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mukhamad Masrur, dari Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum pada tahun 2011 dengan judul “Langkah-Langkah Strategis Dalam Peningkatan Daya Saing Universitas Menggunakan Teknologi Informasi” Penelitian ini menjelaskan mengenai upaya peningkatan daya saing perguruan tinggi melalui internet adalah dengan cara membangun *website* universitas yang bisa disebut sebagai *web* portal sebagai ujung tombak dalam merealisasikan cita cita sebagai universitas nomor satu di dunia, didukung dengan *Search Engine Optimization (SEO)* sebagai cara untuk memudahkan *website* universitas untuk dicari melalui mesin pencari seperti *google*, serta adanya *webometric* sebagai aplikasi berbasis *web* yang berguna untuk pemeringkatan *website* universitas seluruh dunia.^[7]
2. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Utami Dewi, dan I Wayan S. Wicaksana, dari Universitas Gunadarma pada tahun 2008 dengan judul “*Strategy* Untuk Memasukan Nama *Website* Dengan *Ranking* Tertentu Pada Sebuah *Search Engine*” Penelitian ini menjelaskan mengenai Penelitian ini ditulis karena tekanan dari pertumbuhan pengguna internet yang sangat tinggi, juga bermunculan nya *Search Engine* yang makin canggih. Penelitian ini membahas tentang strategi untuk memasukkan nama *website* di *Search Engine* agar *website* berada pada urutan tertinggi di *Google*, *Yahoo*, atau *search engine* yang lain, maka kita perlu menjalankan teknik *SEO (Search Engine Optimization)*. Dengan menerapkan teknik *SEO* ini, blog atau *website* kita bukan hanya berada pada urutan tertinggi di *search engine*, tapi blog atau *website* kita juga akan memiliki banyak pengunjung. Teknik *SEO* ada dua jenis, yaitu *ON PAGE* dan *OFF PAGE*. Percobaan yang kami lakukan dengan menggunakan kedua

- teknik *SEO* tersebut sehingga dengan hasil yang dicapai yaitu *website* atau blog yang kita buat tampil pada *index search engine Google, Yahoo Search, dan MSN*.^[8]
3. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Budi Santoso, dari Universitas Stikubank Semarang pada tahun 2009 dengan judul “Pemanfaatan Teknologi *Search Engine Optimization* sebagai Media untuk Meningkatkan Popularitas *Blog Wordpress*” Penelitian ini menjelaskan mengenai Metode yang digunakan dalam *SEO(search engine optimization) / Optimasi Mesin Pencari* adalah bagaimana teknik nya untuk menjaring pengunjung supaya mengunjungi situs tersebut lewat pencarian didalam mesin pencari. *Google* merupakan salah satu mesin pencari yang paling banyak dipakai saat ini, maka metode *SEO* yang akan dibahas disini adalah optimasi untuk *google* pada *blog wordpress*. Dengan penerapan *SEO* pada *web* atau *blog*, diharapkan *web* atau *blog* kampus dapat berada di halaman depan *google* dan pengunjung ke *web* atau *blog* akan meningkat sehingga popularitas sekolah / kampus terangkat.^[9]
 4. Penelitian yang dilakukan oleh Kuswari Hermawati, dari UNY (Universitas Negeri Yogyakarta) pada tahun 2009 dengan judul “Optimalisasi *SEO (search engine optimizer)* sebagai upaya meningkatkan unsur *visibility* dalam *Webometric*” Penelitian ini menjelaskan mengenai *Webometric* yaitu sebuah teknik perangkaan atau pemeringkatan universitas di dunia yang merupakan inisiatif untuk mempromosikan dan membuka akses publikasi ilmiah guna meningkatkan kehadiran akademik dan lembaga-lembaga penelitian di *Situs Web*. Ada empat faktor utama yang menentukan *ranking* sebuah universitas, yaitu: *Visibility (V)*, *Size (S)*, *Rich Files (R)* dan *Scholar (Sc)*, dimana faktor *visibility* mempunyai penilaian paling tinggi yaitu sebesar 50%, *size* 20%, *rich file* 15% dan *scholar* 15%. Tingginya penilaian pada unsur *visibility*, maka perlu dilakukan upaya untuk mengoptimalkan nilai pada unsur tersebut, salah satunya yaitu dengan *SEO*. *SEO* adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs *web* tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut, yang disebut dengan *Page Rank*.^[10]
 5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khadafi dari Universitas Dian Nuswantoro Semarang pada tahun 2012 dengan judul “Penerapan Metode *SEO* Pada *Web* artikel-sunnah.tk Untuk Meningkatkan Rangkaing Web Pada Mesin Pencari *Google*” Penelitian ini menjelaskan mengenai *Search Engine Optimization* atau yang dikenal luas dengan singkatan *SEO* telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi banyak orang dengan berbagai macam latar belakang. Secara sempit *SEO* adalah segala upaya yang dapat kita lakukan untuk meningkatkan *ranking website* kita pada mesin pencari, baik yang kita lakukan langsung pada *website* kita sendiri (*on-page*) ataupun faktor-faktor eksternal dari luar *website* kita (*off-page*). Biasanya aktivitas ini menyangkut rekayasa terhadap elemen dan isi *website* kita, dan sebagian besar dilakukan tanpa memerlukan biaya. Dalam *SEO traffic* atau lalu lintas pengunjung yang datang adalah salah satu kunci penting sebuah situs. Tingkat kepentingannya juga akan menjadi semakin tinggi jika situs tersebut digunakan sebagai media berbisnis *online*. Ini disebabkan karena *traffic* inilah calon-calon konsumen mereka. Semakin banyak *traffic*, peluang untuk sukses semakin terbuka lebar. Pemakai internet biasanya menggunakan *search engine* untuk menemukan apa yang dicarinya. Kebanyakan di antara mereka kemudian hanya akan tertarik pada 10 atau 20 situs pertama pada halaman 1 dan 2 dari hasil yang ada tanpa ada keinginan untuk melihat ribuan, ratusan ribu, atau mungkin jutaan situs yang ada di halaman berikutnya. Jadi, jika situs kita muncul di halaman pertama hasil pencarian *search engine* dengan *keyword* yang kita incar, maka akan semakin banyak *trafik* yang akan datang ke situs kita.^[11]
 6. Penelitian yang dilakukan oleh Mutia Maharani, Ir. Achmad Holil Noor Ali, M.Kom, dan Hanim Maria Astuti, S.Kom, M.Sc dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) pada tahun 2012 dengan judul “Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing : Studi Kasus *Coffee Toffee Indonesia*” Penelitian ini menjelaskan mengenai UKM yang berkembang di Indonesia dan menerapkan Teknologi Informasi untuk kegiatan bisnisnya, namun masih banyak pula UKM yang belum menerapkan Teknologi Informasi khususnya menggunakan media jejaring sosial dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media jejaring sosial tersebut. Padahal jejaring dan hubungan korelatif merupakan *fasilitator* penting bagi kegiatan bisnis Usaha Kecil Menengah. Untuk

itulah, dilakukan suatu analisa melalui sebuah Usaha Kecil Menengah yang ada di Indonesia untuk mengetahui peranan penggunaan sosial media bagi Usaha Kecil Menengah tersebut serta faktor-faktor pengaruh sosial media terhadap keunggulan bersaing Usaha Kecil Menengah. Hasil dari tugas akhir ini adalah sebuah dokumen hasil analisis tentang peranan faktor-faktor pengaruh sosial media serta seberapa besar pengaruh media sosial terhadap keunggulan bersaing di *Coffee Toffee Coffee Shop*.^[12]

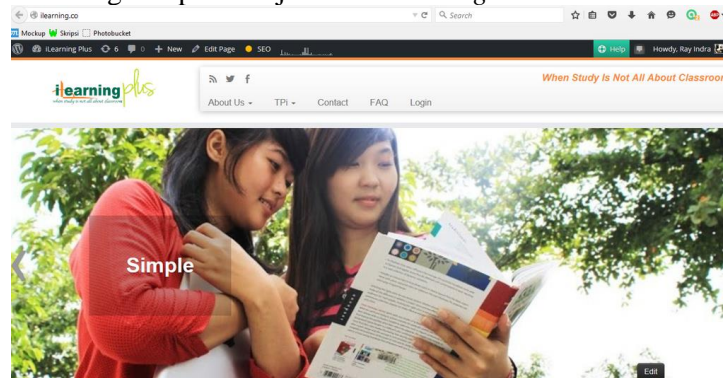
7. Penelitian yang dilakukan oleh Cynthia Kirana Dewi dari Universitas Islam Negri Yogyakarta pada tahun 2013 dengan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Promotion Mix* Melalui Sosial Media Dalam Menarik Minat Beli Konsumen” Penelitian ini menjelaskan mengenai Promosi *Mix* adalah promosi yang meliputi lima unsur dari beberapa media kampanye. iklan, Humas dan Publikasi, Promosi Penjualan, Personal Selling dan Direct Marketing. Namun, *Sirlo Steak* melakukan Promosi Campuran dalam media yaitu twitter. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif komunikasi. Dan penelitian ini mengenai metode survei. Memberi kuesioner kepada 30 orang mempertanyakan validitas responden. Menanyakan dan memberikan kuesioner kepada 100 responden sebagai data utama dan data akan diolah dengan menggunakan *SPSS versi 15*.^[13]

Dari tujuh *literature review* yang ada, telah banyak penelitian mengenai metode peningkatan rank pada sebuah website yang menggunakan beberapa cara yaitu seperti menggunakan metode SEO, Sosial Media dan lain-lainnya. Itulah alasan mengapa penulisan ini membahas hal tersebut. Agar nanti bisa dijadikan acuan sebagai referensi oleh dosen maupun mahasiswa.

PEMECAHAN MASALAH

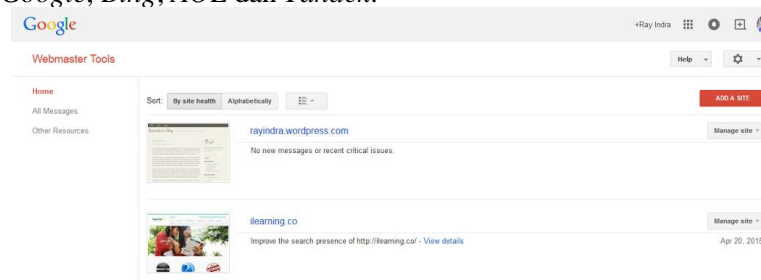
Sudah dijelaskan poin utama dari masalah yang ada pada permasalahan di atas, maka dapat disimpulkan pemecahan masalah nya adalah sebagai berikut:

1. Membangun sebuah *official site iLearning Plus* menggunakan CMS (*Content Management System*) *Wodrpress* dengan menambah beberapa *plugins* sebagai pendukung dari sistem *website* tersebut. Fungsi utama dari *website* resmi ini adalah untuk mempromosikan *iLearning Plus* kepada khalayak umum mengenai pembelajaran dan *training online*.

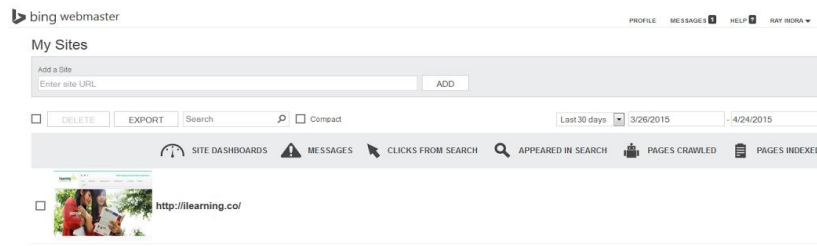


Gambar 3. Official Site iLearning Plus

2. Mendaftarkan *official site iLearning Plus* ke *search engine* dan telah didaftarkan di 4 search engine, yaitu *Google*, *Bing*, *AOL* dan *Yandek*.



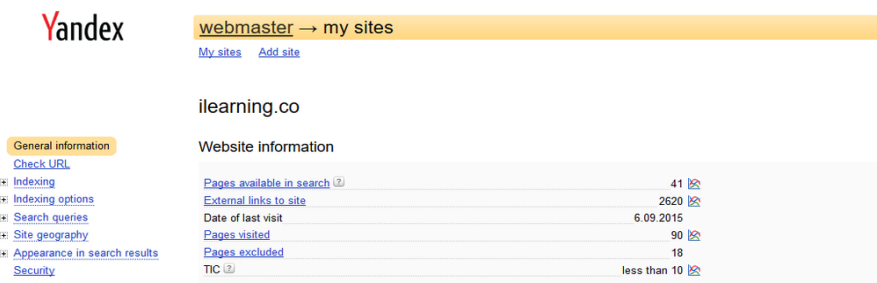
Gambar 4. Pendaftaran Search Engine di Google



Gambar 5. Pendaftaran Search Engine di Bing

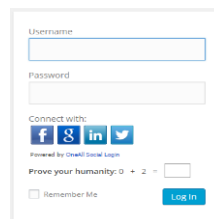


Gambar 6. Pendaftaran Search Engine di AOL



Gambar 7. Pendaftaran Search Engine di AOL

3. SSO sangatlah penting untuk diterapkan. Dikarenakan SSO akan sangat memudahkan users baru untuk *register* tanpa harus menulis kembali form pendaftaran. Hanya cukup mempunyai akun yang disediakan, sudah bisa *login*.



Gambar 8. SSO (Single sign on)

4. Mempromosikan *official site iLearning plus* di social media, media yang digunakan yaitu menggunakan facebook fan page *iLearning*.



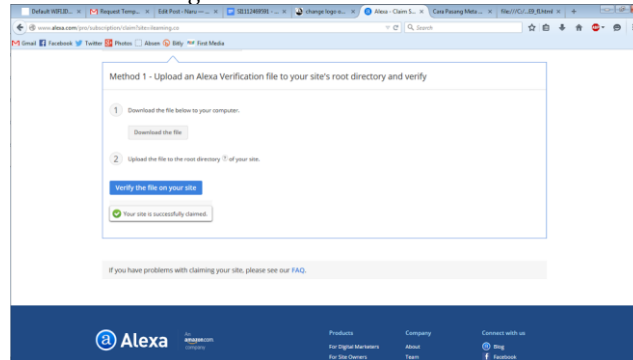
Gambar 9. Facebook fan page iLearning

5. Menambah *keyword/tag* pada artikel yang ada di *official site iLearning Plus*



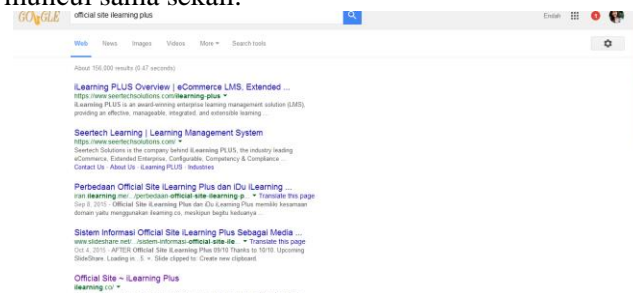
Gambar 10. Keyword/Tag pada artikel

6. Mendaftarkan *official Site iLearning Plus* ke alexa



Gambar 11. Mendaftarkan ke Alexa

Jadi hasil dari beberapa strategi tersebut, yaitu *official site iLearning plus* muncul pada halaman pertama pada urutan ke lima dalam *search* di *google*, dan ini adalah peningkatan dari pencapaian sebelumnya yang tidak muncul sama sekali.



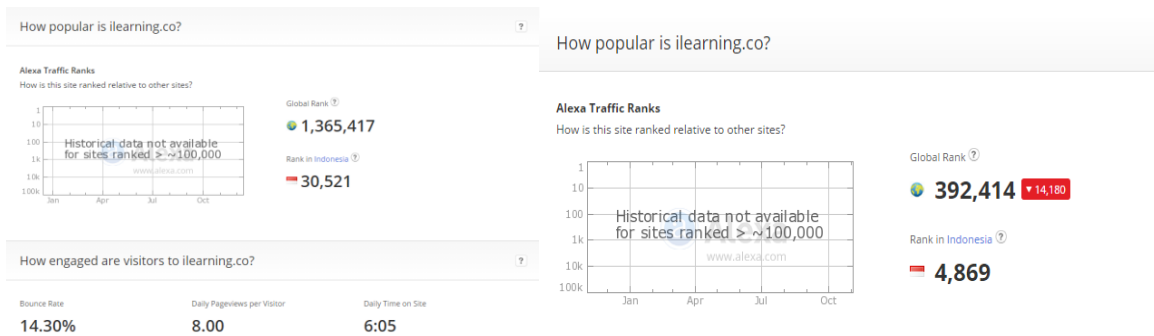
Gambar 12. Search google iLearning Plus

Sedangkan gambar di bawah adalah sebuah grafik yang menunjukkan *traffic visitor* pada *official Site iLearning Plus*. Ini menunjukkan bahwa trafik ini memberitahukan bahwa *visitor* yang masuk ke dalam *Official site iLearning Plus* ada setiap harinya.



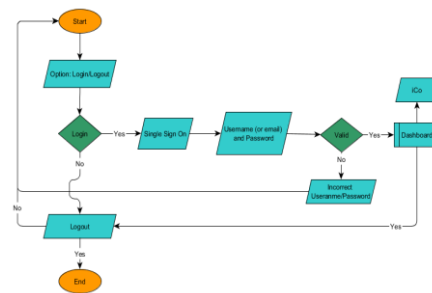
Gambar 13. Diagram Statistik visitor pada Official site iLearning Plus

Terakhir adalah peningkatan Rank Alexa yang sebelumnya tinggi menjadi rendah, dari yang sebelumnya **1.365.417** menjadi **392.414**.



Gambar 14. Perkembangan Rank Alexa Official Site iLearning Plus

FLOWCHART OFFICIAL SITE iLEARNING PLUS



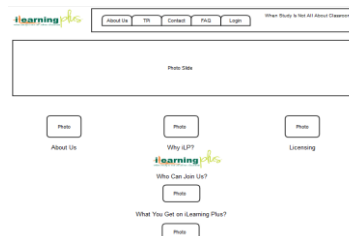
Gambar 15. Flowchart Login Official Site iLearning Plus

Gambar di atas menjabarkan proses *Login Official Site iLearning Plus*. Langkah pertama adalah mengunjungi halaman home <http://ilearning.co/>. Lalu klik *login* menggunakan *SSO google, facebook, LinkedIn*, maupun *twitter* hingga user berhasil *login*.

Kelebihan dari *Official Site iLearning Plus* ini adalah

1. Sistem yang diusulkan untuk mempromosikan *Training Online* yaitu dengan menggunakan *CMS (Content Management System) Wordpress*.
2. Prosedur pada sistem yang diusulkan akan dilakukan secara *online* melalui sebuah *website* resmi (*official site*) *iLearning Plus*.
3. *Login* maupun *Register* menggunakan layanan *SSO (Single Sign On)* dengan beberapa akun, seperti email *Rinfo/Gmail, LinkedIn, Facebook* dan *Twitter*. Layanan ini memudahkan *user* untuk mengakses sistem.
4. Cakupannya bersifat *global* dan bisa diakses oleh semua orang dengan menggunakan fitur *SSO* yang memudahkan *user* untuk *register*.

Prototype Homepage



Gambar 16. Prototype Homepage pada Official site iLearning Plus

Prototype Login

Lost your password?
 <- Back to Learning Plus

Gambar 17. Prototype Login pada Official site iLearning Plus

IMPLEMENTASI

Tampilan *Website iLearning Plus* yang memiliki berbagai macam halaman yang terdiri dari :

a. Halaman Utama

Website iLearning Plus yang dapat di akses oleh Pribadi Raharja atau Non Pribadi Raharja yang ada di link ini <http://ilearning.co>.



Gambar 18. Header pada Official site iLearning Plus



Gambar 19. Body pada Official site iLearning Plus



Gambar 20. Footer pada Official site iLearning Plus

b. Login pada Website iLP

Seperti *website* lainnya adanya *login* untuk masuk ke dalam *website iLearning Plus* agar bisa menulis atau memposting sesuatu artikel. *Login* ini memiliki kelebihan yaitu, tidak harus menggunakan *password* ataupun user name tetapi dapat langsung menggunakan facebook, twitter, gmail, dan linkedin dengan adanya *SSO* ini memudahkan user untuk *login* dan register nya lebih cepat.

Gambar 21. login pada Official site iLearning Plus

c. Halaman utama pada iDu iLP

Selain memiliki *website iLearning Plus* juga memiliki iDu, yang digunakan untuk pembelajaran secara *online* dan *Training* pada *iLearning Plus* yang ada di link ini <http://idu.ilearning.co/>.



Gambar 22. halaman utama pada iDu iLearning Plus

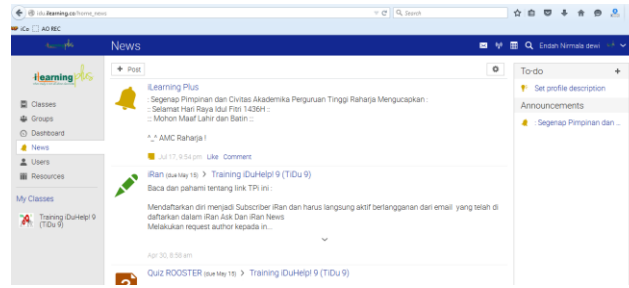
d. Login pada iDu iLP

Untuk memasuki iDu *iLearning Plus* harus menggunakan *Login* terlebih dulu, yaitu menggunakan *user name* yang menggunakan Nim dan *password* selain itu juga dapat menggunakan fitur *SSO* yaitu dengan *google* yang menggunakan email Rinfo.

Gambar 23. Login pada iDu iLearning Plus

e. Tampilan News di iDu iLP

Dalam iDu ini juga ada tampilan *News* untuk informasi seputar kampus dan kegiatan-kegiatan pembelajaran lainnya yang ada pada *iLearning Plus*.



Gambar 24. Tampilan News pada iDu iLearning Plus

KESIMPULAN

Jadi, jurnal ini menjelaskan tentang peningkatan *rank alexa* menggunakan metode *SEO* untuk meningkatkan *web visitor* pada *official site iLearning Plus*. permasalahan yang ada pada rumusan masalah seperti kurangnya promosi *iLearning Plus*, rendahnya *Rank Alexa* dan apakah diperlukan fitur *SSO (Search Engine Optimized)* pada *official site iLearning Plus*. Permasalahan tersebut dapat dipecahkan dengan beberapa strategi yang ada, seperti menambahkan fitur *SSO*, mendaftarkan *website* ke berbagai *search engine*, dan juga *Alexa*, menambahkan *keyword/tag* pada artikel, menggunakan *social media*, dan lain-lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan beberapa strategi tersebut sudah berhasil meningkatkan *Rank Alexa* sekaligus *Web Visitor* pada *Official Site iLearning Plus*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Melani Kasim (diakses pada 25 juni 2015) "Pembelajaran Online" Tersedia di <https://meilankasim.wordpress.com/2011/02/01/pembelajaran-online/>
- [2] Rahardja, Untung. (2011) "Definisi iLearning". Raharja Entichmen Centre (REC). Tangerang
- [3] Wikipedia (diakses pada 31 Agustus 2015) "Alexa Internet" Tersedia di https://id.wikipedia.org/wiki/Alexa_Internet
- [4] Sovia, Rini. Jimmy Febio. 2011. Membangun Aplikasi e-Library Menggunakan HTML, PHP Script, Dan MYSQL Database. Jakarta: Jurnal Teknologi Informasi & Pendidikan. Vol. 3, No. 1 Maret 2011. ISSN: 2086 - 4981.
- [5] Pesan Design (diakses pada 31 Agustus 2015) "Pengertian Unique Visitor, Visitor dan Pageview" Tersedia di <http://pesandesign.com/pengertian-pageview/>
- [6] Prothelon (diakses pada 31 Agustus 2015) "Jenis-jenis Trafik pengunjung/Visitor" Tersedia di <http://prothelon.com/belajar/belajar-seo/belajar-seo-jenis-jenis-trafik-pengunjung-visitor>
- [7] Masrur, Mukhamad (2011) "langkah-langkah strategis dalam peningkatan daya saing STRATEGIS DALAM PENINGKATAN universitas menggunakan teknologi informasi" Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum (Unipdu) Jombang: TEKNOLOGI, VOL. 1, NO. 2, JULI 2011.
- [8] Dewi, Putri Utama, I Wayan S. Wicaksana (2008) "Strategi Untuk Memasukkan Nama Website Dengan Ranking Tertentu pada Sebuah Search Engine". Universitas Gunadarma. ISSN : 1411-6286.
- [9] Santoso, Dwi Budi (2009) "Pemanfaatan Teknologi Search Engine Optimization sebagai Media untuk Meningkatkan Popularitas Blog Wordpress". Universitas Stikubank Semarang. ISSN: 0854-9524.
- [10] Hernawati, Kuswari (2009) "Optimalisasi SEO (search engine optimizer) sebagai upaya meningkatkan unsur visibility dalam Webometric". Universitas Negeri Yogyakarta. ISBN: 978-979-16353-3-2.
- [11] Khadafi, Muhammad (2012) "Penerapan Metode SEO Pada Web artikel-sunnah.tk Untuk Meningkatkan Ranking Web Pada Mesin Pencari Google". Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- [12] Maharani, Mutiara, Ir. Achmad Holil Noor Ali, Hanim Maria Astuti (2012) "Faktor-Faktor Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing : Studi Kasus Coffee Toffee

- Indonesia”.Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 1, No. 1, (2012) 1-6.
- [13] Dewi, Cynthia Kirana (2013) “Pengaruh *Promotion Mix* Melalui Sosial Media Dalam Menarik Minat Beli Konsumen”. Universitas Islam Negri Yogyakarta.