

# POPULARITAS *LINK* SITUS WEB PUSAT PERPUSTAKAAN DAN PENYEBARAN TEKNOLOGI PERTANIAN

**Akhmad Syaikhu HS**

Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian  
Jalan Ir. H. Juanda No. 20, Bogor 16122

## ABSTRAK

*Kepopuleran suatu situs web dapat membantu mempercepat proses pencarian informasi yang dibutuhkan pengguna. Berbagai cara dilakukan untuk mengetahui dan memantau kepopuleran suatu situs web di internet, salah satunya adalah popularitas link (link popularity) yang secara sederhana diartikan sebagai banyaknya situs web lain yang melakukan link ke situs web tertentu. Hal ini berarti pula terbangunnya kepercayaan kepada suatu situs, terciptanya nilai informasi yang meyakinkan pengguna, dan yang lebih penting lagi memantapkan kedudukan suatu situs di lingkungan komunitas informasi maya. Pengkajian ini bertujuan untuk mengungkapkan popularitas link situs web Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian (PUSTAKA) yang lama dan yang baru di antara situs-situs web lain yang berperan sama, seperti situs PDII-LIPI, Institut Pertanian Bogor (IPB), dan Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dengan menggunakan lima mesin pencari (search engine) yang memiliki sistem pencarian yang memadai dan telah banyak digunakan, yaitu Altavista, Hotbot, MSN, YahooSearch, dan AlltheWeb. Setiap mesin pencari diberi sebuah perintah untuk mengecek peringkat popularitas link. Sebagian situs yang link ke situs PUSTAKA masih menggunakan alamat lama, padahal sudah lama diganti.*

## ABSTRACT

*Link Popularity of the Indonesian Center for Agricultural Library and Technology Dissemination Website*

*A website popularity could help to accelerate searching process of needed information. Various ways were carried out to know and monitor on it through internet, such as what we call link popularity which could be meant simply as the number of other websites linked to ours. It meant also that a trust on our own website was created based on our reliable information value, and the most important thing is the existence of our website within the virtual information community. This study aimed to reveal the link popularity of the Indonesian Center for Agricultural Library and Technology Dissemination (ICALTD) website among the others by comparing with website of Center for Scientific Documentation and Information (PDII), Bogor Agricultural University, and the National Library by using five*

*search engines which had already have sufficient searching systems and were oftenly used, i.e. Altavista, Hotbot, MSN, YahooSearch, and AlltheWeb. Each of searching engine was instructed to check the link popularity ranking of the involved comparing website. Some of sites linked to ICALTD still used its prior unused address.*

**Keywords:** *Information, website, link popularity, library collaboration, resource sharing*

## PENDAHULUAN

Teknologi informasi dipahami oleh semua pihak telah berkembang pesat. Hadirnya internet sebagai jaringan komunikasi elektronis makin populer dalam kehidupan masyarakat global. Berbagai pihak baik individu maupun kelompok, organisasi, dan lembaga telah memanfaatkan teknologi internet. Selain memudahkan dalam menyebarkan dan menerima informasi, teknologi internet juga dapat meningkatkan efisiensi dan kemampuan organisasi, mempercepat penyebaran informasi, mempercepat pengolahan data, meningkatkan kualitas informasi, memungkinkan pemanfaatan bersama sumber daya informasi (*resource sharing*), dan penggunaan komputer yang lebih luas (Sankarto *et al.* 2002).

Salah satu bentuk pemanfaatan internet adalah situs web (*website*). Saat ini berbagai macam situs web telah membanjiri dunia internet. Situs web adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*) yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau subdomain di *world wide web* (www) di internet (Wikipedia 2006a).

Jumlah situs web yang terus meningkat merupakan tantangan tersendiri bagi para pengelola situs web (*web master*). Persaingan antarsitus web sejenis dalam menyajikan informasi dan layanan terus berkembang. Oleh karena itu, para pengelola web dituntut memiliki kemam-

puan untuk merancang dan mengelola situs web dengan baik serta berkelanjutan agar situs web yang dikelola berkelanjutan dan senantiasa dikunjungi para pengguna. Banyak situs web di internet telah gulung tikar atau ditinggalkan pengguna karena pengelolaan yang kurang baik.

Selain pengelolaan dan kualitas, kepopuleran situs web di internet juga perlu mendapat perhatian para pengelola web. Kepopuleran suatu situs web akan mempercepat proses pencarian yang dilakukan mesin pencari (*search engine*), yang berarti pula pengguna dapat secara cepat memperoleh informasi yang dibutuhkan dari situs web.

Ada berbagai cara untuk mengetahui kepopuleran suatu situs web di internet, salah satunya adalah popularitas *link* (*link popularity*). Istilah *link popularity* atau popularitas *link* akan digunakan dalam tulisan ini karena belum ditemukan sinonim yang tepat dalam bahasa Indonesia. Menurut Wikipedia (2006b), popularitas *link* adalah ukuran kuantitas dan kualitas situs web lain yang terhubung ke situs web tertentu di www. Widexl (2006) dalam situs webnya menjelaskan bahwa popularitas *link* adalah jumlah sambungan yang menunjuk ke suatu situs web, sedangkan menurut Churchill (2006) popularitas *link* adalah ukuran koneksi yang melakukan *link* ke situs web tertentu. Lebih jauh MarketLeap (2006) menegaskan bahwa mesin pencari tidak hanya melihat isi suatu situs untuk menentukan bahwa situs tersebut sesuai untuk pencarian informasi, tetapi juga memperhatikan banyaknya situs web lain yang mengesahkan, dengan melakukan *link*, bahwa situs web tersebut sesuai. Menurut Shapiro dan Lehoczky (2006), popularitas *link* lebih dari sekedar ukuran banyaknya *link* yang menunjuk ke suatu situs web. Mesin pencari menggunakan rumusan yang jauh lebih canggih untuk mengukur kepopuleran suatu situs web. Begitu banyak pengertian tentang popularitas *link*. Onggo (2003) menyatakan bahwa secara ringkas popularitas *link* adalah banyaknya situs web lain yang melakukan *link* ke situs web tertentu.

Popularitas *link* menjadi penting untuk diperhatikan karena makin tinggi popularitas suatu situs web, makin besar peluang mesin pencari menempatkan situs tersebut di posisi atas pada hasil pencarian informasi yang dilakukan seseorang (Onggo 2003). Popularitas *link* memainkan peranan penting dalam pengamatan suatu situs web di antara urutan hasil pencarian informasi di internet (Wikipedia 2006b). Churchill (2006) menambahkan bahwa popularitas dan kualitas *link* meru-

pakan hal yang sangat penting karena setiap mesin pencari utama kini mempertimbangkannya sebagai bagian dari algoritma peringkat mereka.

Popularitas *link* dapat memberikan berbagai keuntungan bagi suatu situs web. Mesin pencari tidak hanya akan menempatkan situs web tersebut ke peringkat yang lebih tinggi, tetapi *link* dari situs web lain juga akan meningkatkan lalu lintas akses ke situs web tersebut (Shapiro dan Lehoczky 2006). Bahkan menurut McGaffin (2006), popularitas *link* tidak hanya akan meningkatkan hasil pencarian informasi, tetapi juga memberikan beberapa keuntungan, antara lain: (1) menciptakan gambaran rinci tentang industri *on-line*; (2) menciptakan kepercayaan kepada produk situs web; (3) menarik saluran-saluran yang berkualitas; (4) menciptakan nilai bagi pelanggan; (5) menarik lebih banyak *link*; dan (6) memantapkan perusahaan dalam komunitas maya. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui popularitas *link* situs web yang dikelola Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian (PUSTAKA).

## METODE

Pengkajian dilakukan terhadap dua alamat situs PUSTAKA, yaitu <http://pustaka.bogor.net> (alamat lama) dan <http://www.pustaka-deptan.go.id> (alamat baru). Kedua alamat tersebut dibandingkan dengan alamat situs lembaga atau instansi lain yang berperan sama seperti PUSTAKA yaitu PDII-LIPI ([www.pdii.lipi.go.id](http://www.pdii.lipi.go.id)), Institut Pertanian Bogor (<http://iel.ipb.ac.id>), dan Perpustakaan Nasional RI ([www.pnri.go.id](http://www.pnri.go.id)).

Mesin pencari yang digunakan untuk mengetahui tingkat popularitas *link* masing-masing situs tersebut adalah Altavista, HotBot, MSN, YahooSearch, dan AlltheWeb. Kelima mesin pencari tersebut dipilih karena memiliki sistem pencarian yang memadai dan telah banyak digunakan oleh para pengguna internet. Pada masing-masing mesin pencari tersebut diberikan satu perintah untuk mengecek tingkat popularitas *link* masing-masing situs web (Sullivan 2006). Perintah tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengkajian popularitas *link* situs web PUSTAKA dengan menggunakan lima mesin pencari informasi menunjukkan bahwa alamat situs web PUSTAKA ternyata menjadi rujukan situs web yang lain. Situs-situs web tersebut melakukan *link* ke situs web PUSTAKA

Tabel 1. Penulisan perintah atau *syntax* pada mesin pencari informasi untuk mengetahui popularitas *link* situs web.

Mesin Pencari	Alamat situs web				
	pustaka.bogor.net	pustaka-deptan.go.id	pdiilipi.go.id	iel.ipb.ac.id	pnri.go.id
Altavista	link:pustaka.bogor.net	link:pustaka-deptan.go.id	link:pdiilipi.go.id	link:iel.ipb.ac.id	link:pnri.go.id
HotBot	linkdomain:pustaka.bogor.net	linkdomain:pustaka-deptan.go.id	linkdomain:pdiilipi.go.id	linkdomain:iel.ipb.ac.id	linkdomain:pnri.go.id
MSN	linkdomain:pustaka.bogor.net	linkdomain:pustaka-deptan.go.id	linkdomain:pdiilipi.go.id	linkdomain:iel.ipb.ac.id	linkdomain:pnri.go.id
YahooSearch	link:http://pustaka.bogor.net	link:http://www.pustaka-deptan.go.id	link:http://www.pdiilipi.go.id	link:http://iel.ipb.ac.id	link:http://www.pnri.go.id
AlltheWeb	link.all:pustaka.bogor.net	link.all:pustaka-deptan.go.id	link.all:pdiilipi.go.id	link.all:iel.ipb.ac.id	link.all:pnri.go.id

Tabel 2. Hasil kajian popularitas *link* terhadap alamat situs web PUSTAKA, PDII-LIPI, Perpustakaan IPB, dan Perpustakaan Nasional RI.

Alamat Situs Web	Mesin pencari				
	Altavista	HotBot	MSN	YahooSearch	AlltheWeb
pustaka.bogor.net	21	68	68	23	113
pustaka-deptan.go.id	1	525	606	1.804	383
pdiilipi.go.id	8	768	770	466	147
iel.ipb.ac.id	216	377	377	51	74
pnri.go.id	1	2.348	2.329	493	170

Keterangan: Tanggal akses 28 Juni 2006.

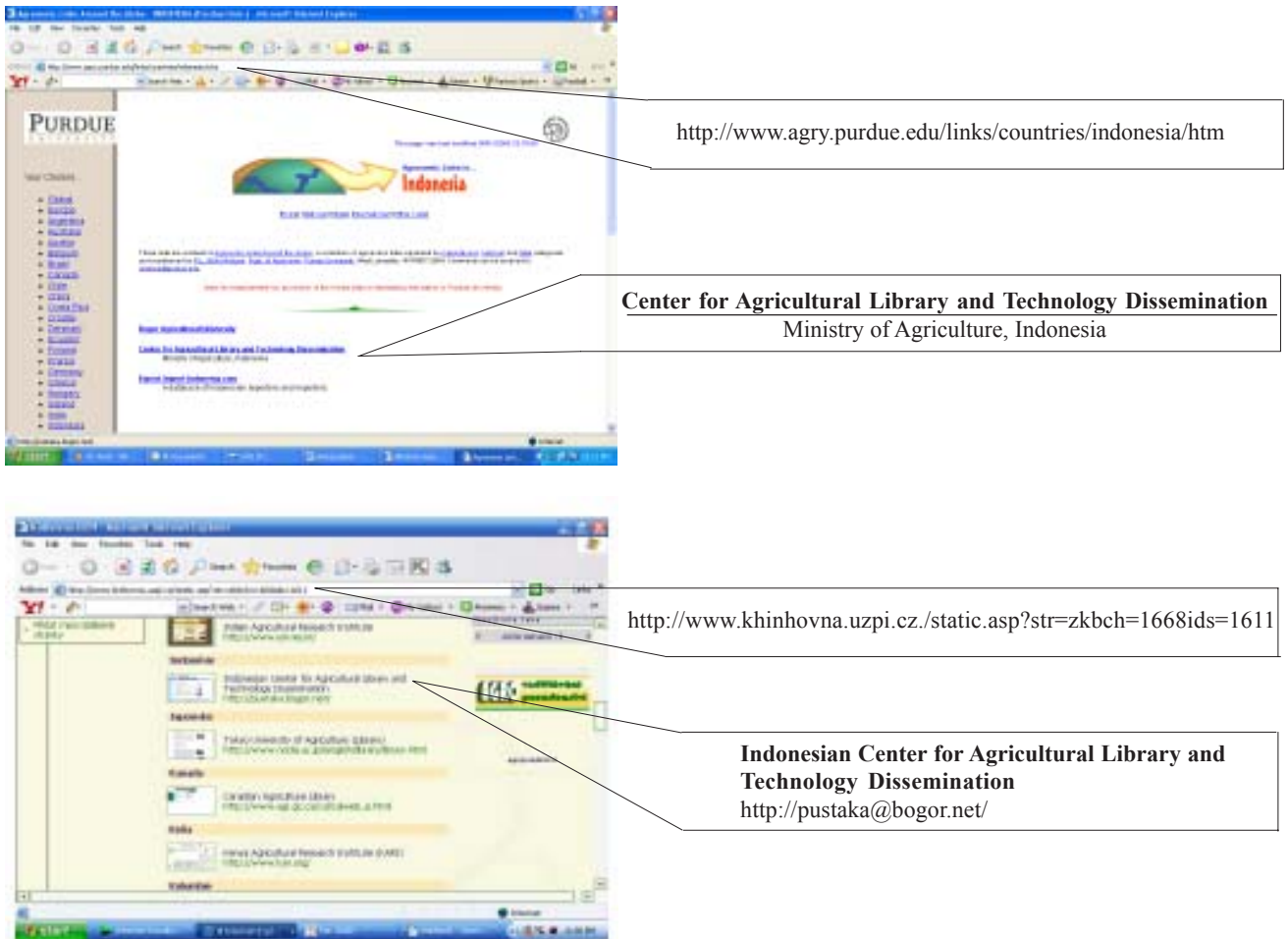
dengan menempatkannya pada tampilan situs webnya. Secara lengkap hasil kajian popularitas *link* situs web PUSTAKA disajikan pada Tabel 2.

Lima situs web, yaitu Altavista, Hotbot, MSN, YahooSearch, dan AlltheWeb masih melakukan *link* ke alamat situs web PUSTAKA yang lama (pustaka.bogor.net) masing-masing sebanyak 21, 68, 68, 23, dan 113. Hal ini menunjukkan bahwa para pengelola situs web yang melakukan *link* ke alamat tersebut belum mengetahui alamat situs web PUSTAKA yang baru (pustaka-deptan.go.id). Hal ini juga disebabkan tidak adanya pemberitahuan pada situs web PUSTAKA bahwa alamat situs pustaka.bogor.net sudah tidak digunakan lagi. Gambar 1 menyajikan dua alamat situs web yang masih melakukan *link* ke alamat situs web pustaka.bogor.net. Pada kedua alamat situs web tersebut, apabila pada bagian yang *link* ke alamat situs PUSTAKA diakses maka pada layar monitor akan muncul keterangan bahwa alamat situs

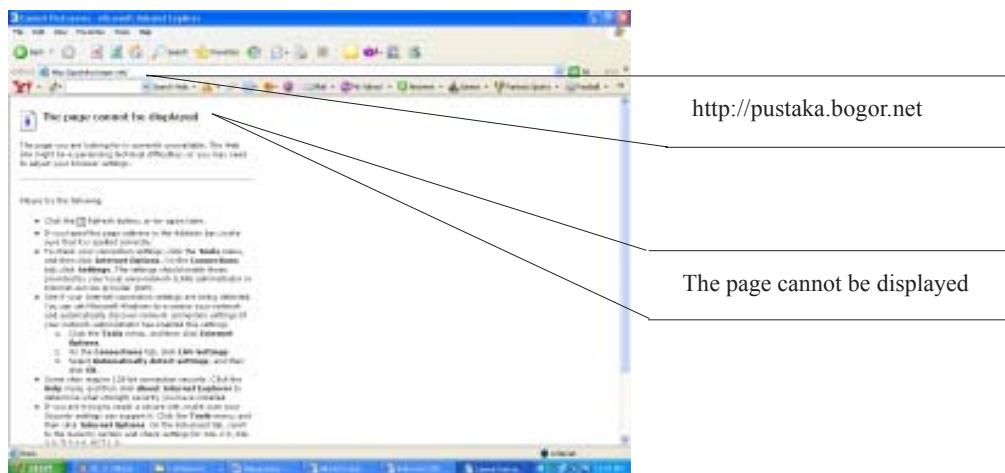
PUSTAKA tersebut tidak dapat ditampilkan (Gambar 2). Pada umumnya apabila suatu situs web memiliki alamat yang baru maka pada alamat situs web yang lama dicantumkan pemberitahuan atau informasi yang merujuk ke alamat situs web yang baru.

Pemanfaatan internet oleh para penyedia jasa layanan informasi seperti lembaga pusdokinfo makin marak. Selain PUSTAKA, beberapa lembaga seperti PDII-LIPI, Perpustakaan Nasional, dan Perpustakaan IPB telah membangun situs web dalam rangka memberikan layanan informasi kepada pengguna. Meskipun fungsi dan perannya hampir sama, masing-masing lembaga tersebut mempunyai sasaran dan target pengguna yang berbeda.

Situs web PUSTAKA, PDII-LIPI, Perpustakaan IPB, dan Perpustakaan Nasional mempunyai popularitas *link* yang beragam. Secara lengkap, hasil pengkajian



Gambar 1. Dua situs web yang masih melakukan *link* ke alamat situs web Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian yang lama (www.pustaka.bogor.net), yaitu Purdue University (atas) dan www.knihovna.uzpi.cz (bawah).



Gambar 2. Keterangan pada layar monitor bila pengguna melakukan *link* ke alamat situs web Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian yang lama.

popularitas *link* terhadap situs-situs web tersebut disajikan pula pada Tabel 2. Apabila seluruh hasil perolehan dari masing-masing mesin pencari dijumlahkan maka diketahui bahwa situs web Perpustakaan Nasional memiliki tingkat kepopuleran tertinggi dengan 5.341 situs web yang melakukan *link* ke situs web tersebut, diikuti oleh PUSTAKA (3.319 situs web), PDII-LIPI (2.159 situs web), dan Perpustakaan IPB (1.095 situs web).

Banyaknya jumlah situs web yang melakukan *link* ke situs web tertentu tidak dapat menjadi patokan untuk menyatakan kepopuleran situs web tersebut di internet, karena belum ada standar nilai baku untuk menetapkan kepopuleran suatu situs web di internet. Di samping itu, mungkin masih ada faktor-faktor lain yang dapat digunakan sebagai tolok ukur. Meskipun demikian, popularitas *link* paling tidak dapat memberikan gambaran tingkat kepopuleran dan kemanfaatan suatu situs web.

Situs-situs web bidang puskodinfo ternyata diminati oleh para pengelola situs web yang lain. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah situs web yang melakukan *link* ke situs web tersebut (PUSTAKA, PDII-LIPI, Perpustakaan IPB, dan Perpustakaan Nasional RI) (Tabel 2). Di samping itu, mungkin para pengelola situs web menilai bahwa kandungan informasi yang dimuat dalam masing-masing situs web tersebut sangat membantu dan berguna bagi para pengguna jika mereka tidak menemukan informasi yang dibutuhkan pada situs yang diakses. Oleh karena itu, pencantuman *link* ke situs-situs web tersebut di atas oleh para pengelola situs web dapat memberikan alternatif kepada pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan di internet.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh para pengelola web agar situs web yang dikelola senantiasa menjadi rujukan situs web lain sehingga mampu meningkatkan popularitas *link*-nya. Menurut Widexl (2006), cara yang dapat dilakukan adalah: (1) mendaftarkan situs ke dalam direktori internet, (2) meminta pemilik web lain agar *link* ke web yang dikelola, dan (3) melakukan pertukaran *link* dengan pemilik web lain.

Wikipedia (2006b) memberikan beberapa strategi untuk meningkatkan popularitas *link*, yaitu:

1. *Link* sebaiknya dilakukan dari halaman serambi ke semua subhalaman, sehingga mesin pencari dapat mentransfer popularitas link ke subhalaman.
2. Teks yang sesuai dengan kata kunci yang relevan sebaiknya digunakan dalam *link* teks yang menunjuk

ke halaman dalam suatu situs. Secara teknis, cara ini dapat membantu hubungan *link*, bukan prioritas *link*.

3. Mendapatkan *link* dari situs lain terutama situs dengan *PageRank* sebagai sarana promosi. Pengelola web harus mencoba mendapatkan *link* dari situs penting yang memberikan informasi atau produk yang sesuai atau sinergis dengan situs yang dikelola. Pengelola web juga perlu meyakinkan mitra *link* yang potensial dan pengguna tentang keuntungan dari situs web yang dikelola.
4. *Link* yang sejalur umumnya dinilai lebih daripada *link* yang saling berbalasan.
5. Mendaftarkan situs kepada satu atau lebih direktori terkenal seperti Yahoo atau the Open Directory Project.
6. Melakukan *link* hanya ke situs yang dapat dipercaya, yakni situs yang tidak menggunakan teknik pengiriman *e-mail* anonim (*spammy techniques*).
7. Tidak berpartisipasi dalam program pertukaran *link* atau kelompok *link* jika mesin pencari akan mengikat situs-situs yang berpartisipasi dalam program tersebut.

Churchill (2006) menganjurkan cara-cara sebagai berikut untuk meningkatkan popularitas *link*:

1. Meyakinkan bahwa situs yang dikelola profesional, memiliki isi (*content*) yang baik, dan mudah dinavigasi. Situs sudah benar dan siap serta tidak ada halaman yang kosong.
2. Mempersiapkan waktu untuk membangun *link* serta merencanakan jadwal kegiatan dengan matang.
3. Menentukan tujuan yang jelas dan realistis. Hasilnya mungkin tidak segera dapat terlihat sehingga perlu kesabaran dan kreativitas, karena membangun *link* cukup sukar dan memerlukan waktu yang lama.
4. Membangun dukungan manajemen internal dari manajer atau pembuat kebijakan dengan memberikan penjelasan tentang konsep pembangunan *link* dan keuntungan yang dapat diperoleh.
5. Menentukan situs-situs lain yang diminta *link* ke situs yang dikelola, serta mencari situs yang tidak bersifat kompetitif dalam subjek yang sama.
6. Mengupayakan agar situs yang di-*link* dapat menerima situs kita. Kode *link* yang akan digunakan harus semudah mungkin berdasarkan kode HTML yang tepat, kemudian didaftarkan pada direktori, seperti Open Directory, Yahoo, LookSmart, Zeal.com, Joeant.com, dan Business.com.

## KESIMPULAN

Dengan meningkatnya popularitas *link* maka suatu situs web akan diminati dan dijadikan rujukan oleh situs web lain karena kualitas informasi dan layanan yang disediakan dapat memberikan manfaat dan kepuasan bagi pengguna. Dengan demikian, pikiran, upaya, tenaga, dan dana yang telah diinvestasikan tidak sia-sia serta eksistensi dan kompetensi suatu situs web mendapat pengakuan di lingkup nasional dan internasional, baik pemerintah maupun swasta/instansi nonpemerintah. Popularitas *link* berdampak pula pada pemanfaatan bersama informasi dan kerja sama pelayanan informasi.

Popularitas *link* sangat penting termasuk dalam rangka pemasaran dan pemanfaatan bersama informasi. Oleh karena itu, proses pembinaan *link* perlu mendapat prioritas utama sebagai suatu investasi jangka panjang demi meningkatkan *linking* masa kini dan kepastian peringkat sarana pencari informasi yang baik di masa mendatang. Situs web PUSTAKA baik yang lama maupun yang baru ternyata cukup memiliki popularitas *link* di lingkungan komunitas informasi maya (*virtual community*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Churchill, C. 2006. Promotion tip: Improve link popularity in 10 easy steps. [http://www.netmechanic.com/news/vol6/promo\\_no5.htm](http://www.netmechanic.com/news/vol6/promo_no5.htm). [28 Juni 2006].
- MarketLeap. 2006. Everything you need to know about link popularity. <http://www.marketleap.com/help/seo101/linkpopularity.htm> [28 Juni 2006].
- McGaffin, K. 2006. Link popularity - The 'other' business benefits. <http://www.sitepoint.com/article/other-business-benefits>. [28 Juni 2006].
- Onggo, B.J. 2003. Bagaimana mencari tahu *link popularity* dari situs web anda? Info Komputer: 172-173.
- Sankarto, B.S., E. Budiarto, dan B. Winarko. 2002. Pedoman Pemanfaatan Internet dan Pengoperasian CD-ROM. Bogor: Pusat Perpustakaan dan Penyebaran Teknologi Pertanian.
- Shapiro, Y. and E. Lehoczky. 2006. Link popularity <http://www.searchengines.com/linkpopularity.html>. [28 Juni 2006].
- Sullivan, D. 2006. Measuring link popularity <http://searchenginewatch.com/showPage.html?page=2167951> [28 Juni 2006].
- Widexl. 2006. Link popularity - Link popularity analysis. <http://www.widexl.com/remote/link-popularity/link-popularity-tutorial.html>.
- Wikipedia. 2006a. Situs web. [http://id.wikipedia.org/wiki/Situs\\_web](http://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web). [28 Juni 2006].
- Wikipedia. 2006b. Link popularity. [http://en.wikipedia.org/wiki/Link\\_popularity](http://en.wikipedia.org/wiki/Link_popularity). [28 Juni 2006].