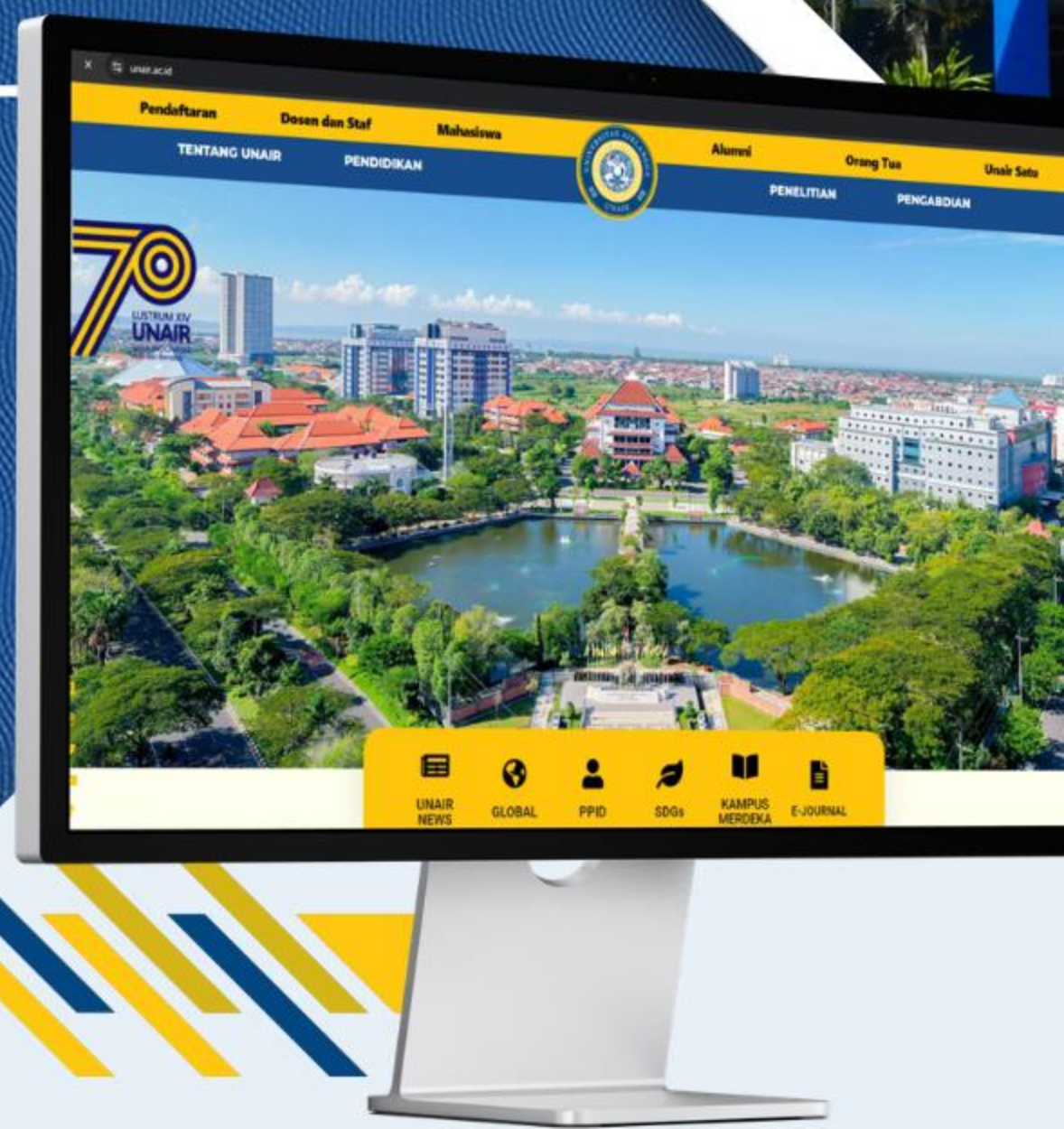




GUIDELINE KONTEN WEBSITE

Departemen dan Prodi

Membangun citra Universitas
melalui keseragaman dan integrasi
informasi



Untuk Internal Universitas Airlangga



DAFTAR ISI



KATA PENGANTAR

1

PENDAHULUAN

2

TARGET AUDIENS

3

KONTEN LAMAN DEPARTEMEN

4

KONTEN LAMAN PRODI

5

KETERSEDIAAN BAHASA

6

OPTIMASI SEO

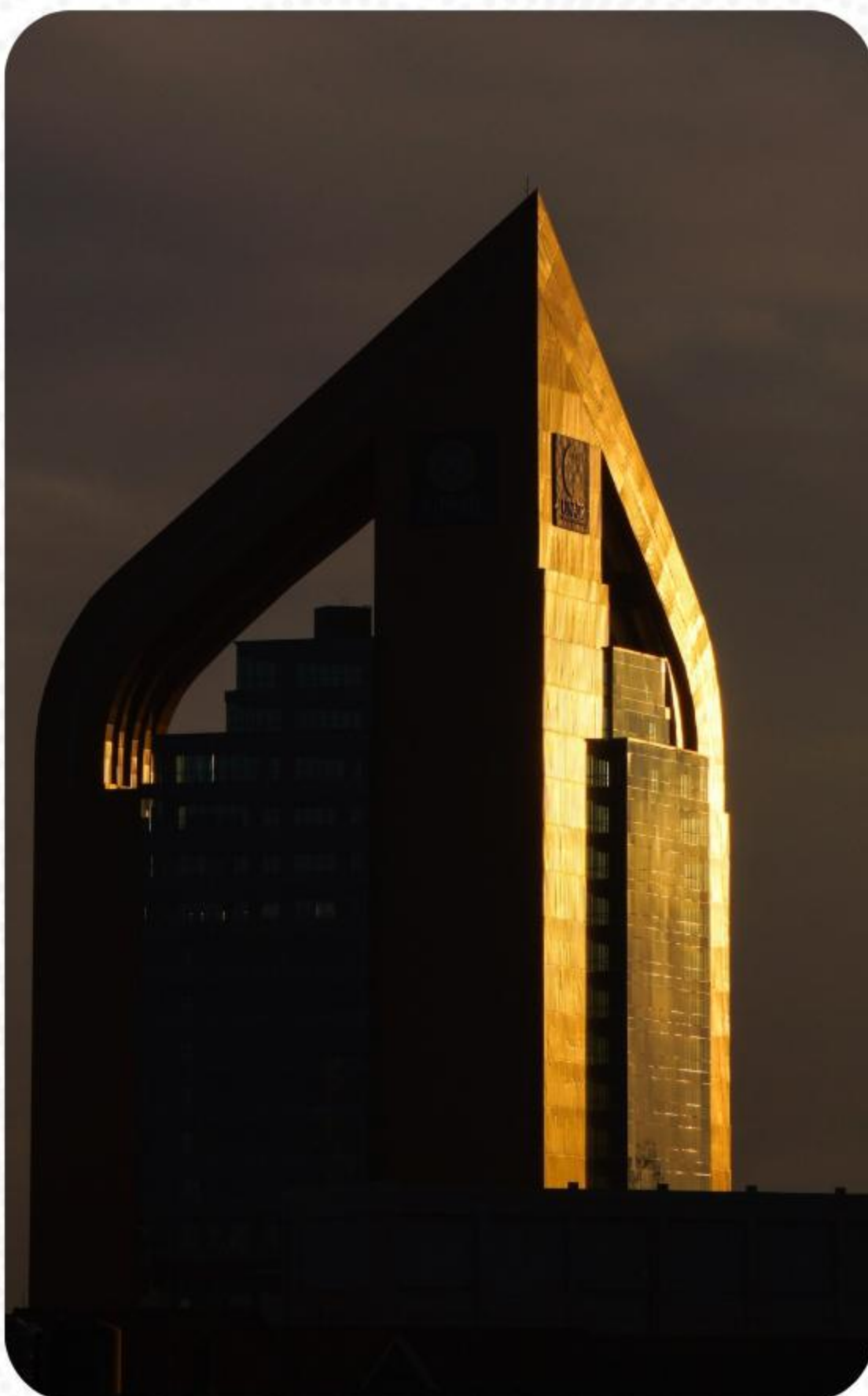
7

OPTIMASI SKOR KETERBACAAN

8



KATA PENGANTAR



Membangun identitas yang seragam dan terintegrasi melalui website adalah salah satu bentuk upaya membangun citra Universitas. Keseragaman konten website fakultas telah diatur dalam Guideline Standarisasi Konten Website Pendidikan yang Informatif dan Mudah dikelola yang telah dibuat oleh Pusat Komunikasi dan Informasi Publik (PKIP) Universitas Airlangga.

Mengingat pentingnya keseragaman informasi yang update dan terintegrasi, maka **perlu dibuat ketentuan yang mengatur konten standar website laman departemen dan prodi** sebagai kelanjutan dari standarisasi konten website pendidikan di level fakultas.

Pada akhirnya, standarisasi konten website Universitas ini diharapkan mampu **meningkatkan citra** Universitas yang berkelas dunia.



PENDAHULUAN



Kemajuan teknologi informasi mendorong manusia untuk terhubung ke jaringan internet sebagai media yang digunakan untuk berbagi informasi dengan cepat. Media yang akan **dibahas dalam buku panduan ini adalah website pendidikan, khususnya laman departemen dan prodi** di lingkungan Universitas Airlangga. Diharapkan setelah selesai membaca panduan ini kita dapat membuat konten website pendidikan yang informatif dan seragam hingga level prodi.

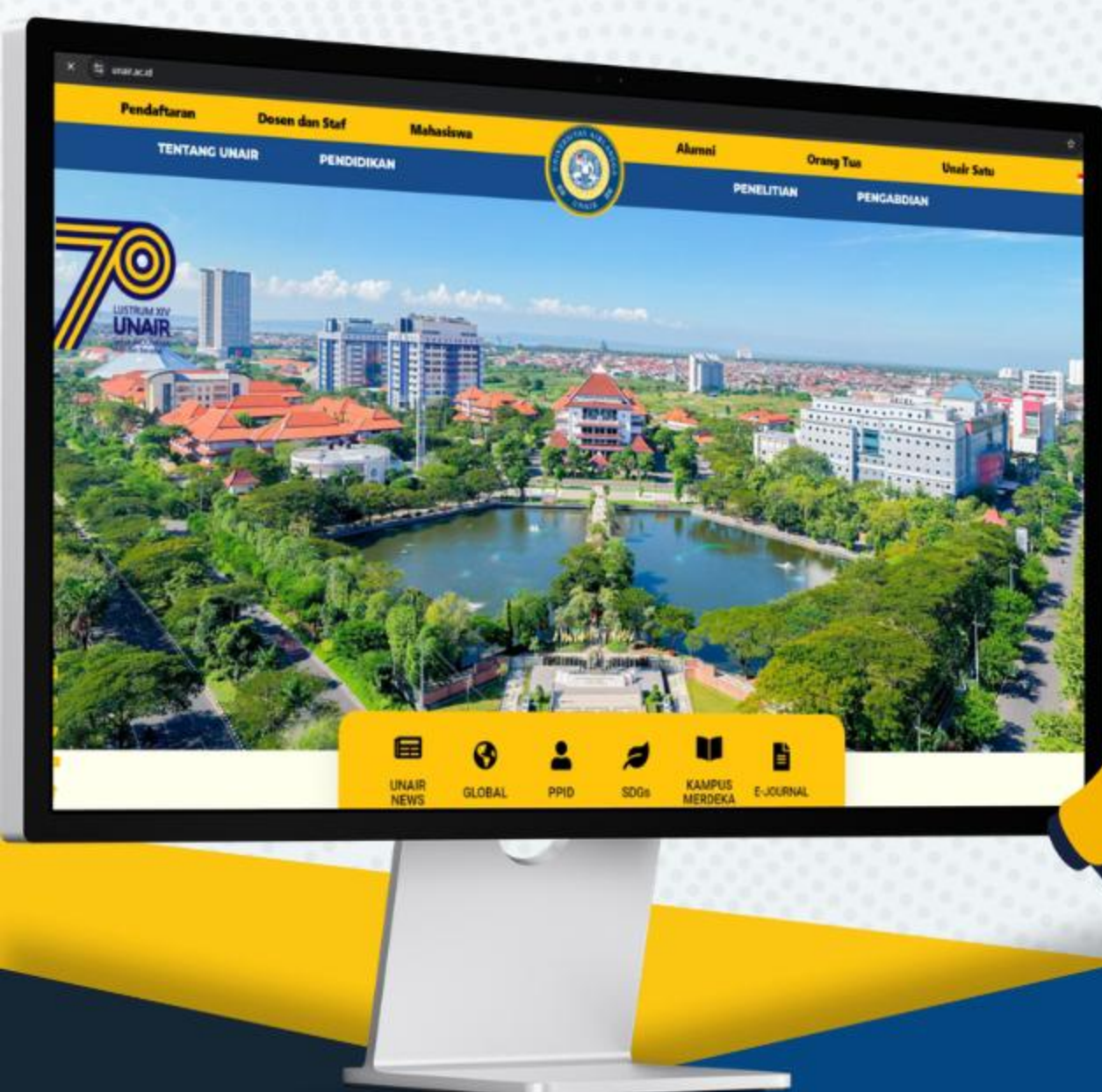
Website pendidikan adalah kumpulan beberapa halaman web yang berisi informasi seputar pendidikan. Informasi tersebut dapat diakses melalui jaringan internet dengan menggunakan aplikasi web browser. Hal inilah yang menyebabkan **website pendidikan adalah media yang sangat efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi** ke target audiens dibandingkan dengan media konvensional seperti televisi, koran ataupun selebaran.

Menurut data internetworldstats, sebanyak 212 juta penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Ini berarti sekitar 78% dari **total 270 juta penduduk Indonesia sudah bisa mengakses informasi yang ada di jaringan internet.**

Oleh karena tingginya pengguna internet di Indonesia, maka sebuah fakultas harus memiliki website pendidikan. Tujuannya tak lain dan tak bukan adalah agar informasi tentang fakultas dapat diakses dengan mudah. Diakses oleh masyarakat di Indonesia maupun internasional. Selain itu, **laman departemen dan prodi di lingkungan fakultas juga perlu diatur dan distandarkan** sehingga terbangun keseragaman.

Apa yang harus ada di website pendidikan:

1. Tersedia dalam dua bahasa, Indonesia dan Inggris
2. Konten informatif yang dibutuhkan semua stakeholder
3. Website yang mudah dikelola





KONTEN LAMAN DEPARTEMEN



Beberapa konten standar di laman departemen meliputi:

PROFIL

Profil menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti ikhtisar. Pada bagian ini kita perlu membuat narasi singkat tentang departemen. Beberapa data yang perlu dicantumkan adalah nama departemen, deskripsi departemen maksimal 100 kata.

PIMPINAN DEPARTEMEN

Bagian ini menampilkan nama dan foto pimpinan departemen yang terdiri dari Kepala Departemen dan Sekretaris Departemen.

DAFTAR DOSEN

Daftar dosen ditampilkan pada bagian ini. Data yang tampil minimal mencakup foto profil, nama dosen, bidang keilmuan dan *email*.

DAFTAR PROGRAM STUDI

Bagian ini menampilkan daftar atau *list* dari semua program studi yang ada di bawah departemen. Nama prodi yang terdaftar berupa tautan-tautan yang akan membawa pengunjung ke laman program studi.

BERITA

Bagian ini menampilkan artikel-artikel berita dari departemen atau prodi-prodi yang ada di bawah departemen.

KONTAK

Alamat dan detail kontak seperti nomor telepon dan email bisa ditampilkan sebagai *point-of-contacts* dari departemen. Media sosial departemen juga bisa ditampilkan kepada pengunjung.





KONTEN LAMAN PROGRAM STUDI



Beberapa konten standar di laman prodi meliputi:

PROFIL PROGRAM STUDI

Profil menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti ikhtisar. Pada bagian ini kita perlu membuat narasi singkat tentang program studi. Beberapa data yang perlu dicantumkan adalah nama prodi, deskripsi prodi maksimal 100 kata.

KETUA PROGRAM STUDI

Bagian ini dapat menampilkan nama dan foto ketua program studi, bidang keilmuan dan email.

AKREDITASI

Menunjukkan status akreditasi terakhir prodi di level nasional dan internasional.

VISI DAN MISI

Visi dan misi program studi di jabarkan di bagian ini.

GELAR LULUSAN

Menampilkan gelar yang akan diterima oleh lulusan.

PROFIL LULUSAN

Bagian ini mendeskripsikan profil lulusan, tentang peran apa yang dapat dijalankan mahasiswa setelah lulus.

PELAKSANAAN PROGRAM

Menampilkan keterangan Part Time/ Full Time

PELAKSANAAN KULIAH

Menampilkan keterangan On Campus / Off Campus / Hybrid

PERIODE PENERIMAAN

Menampilkan keterangan periode penerimaan: Tahunan / 2 kali Setahun

MASA STUDI

Menampilkan keterangan masa studi ideal dalam satuan tahun atau semester.

KURIKULUM

Menampilkan struktur kurikulum dari program studi, dapat berupa tabel ataupun dokumen yang bisa diunduh.

KONTAK

Alamat dan detail kontak seperti nomor telepon dan email bisa ditampilkan sebagai point-of-contacts dari prodi. Media sosial prodi juga bisa ditampilkan kepada pengunjung. Dapat ditambahkan tombol INFORMASI PENDAFTARAN yang mengarah ke laman PPMB.



TARGET AUDIENS



Setidaknya ada beberapa audiens yang dapat dijadikan target penyampaian informasi, diantaranya:

1 CALON MAHASISWA DAN ORANG TUA CALON MAHASISWA

Segmen ini memiliki audiens yang cukup besar. Mereka inilah yang membutuhkan informasi yang dapat digunakan dalam pertimbangan pemilihan pendidikan selanjutnya.

2 CIVITAS AKADEMIKA

Website pendidikan juga sangat efektif digunakan dalam menyebarkan informasi di internal civitas akademika. Sekali tayang maka seluruh civitas akademika bisa mengakses informasi tersebut.

3 MASYARAKAT UMUM

Masyarakat umum yang terdiri dari berbagai macam background ini dapat kita golongan secara umum adalah masyarakat yang membutuhkan informasi. Informasi ini diolah dan digunakan sesuai kebutuhan masing-masing.

4 STAKEHOLDER INTERNASIONAL

Segmen ini juga harus kita jadikan target audiens, mengingat sifat dari kemajuan teknologi informasi sendiri yang menghilangkan sekat ruang dan waktu. Tinggal menghilangkan sekat perbedaan bahasa, maka seluruh orang dari seluruh penjuru dunia dapat mendapatkan informasi dari website kita.



KETERSEDIAAN BAHASA



Suatu website pendidikan harus paling tidak **tersedia dalam 2 macam Bahasa** yaitu dalam Bahasa Indonesia dan **Bahasa Inggris** (multilingual). Tujuannya karena dari 4 target audiens sebuah website pendidikan, stakeholder internasional adalah target audiens yang membutuhkan translate minimal dalam Bahasa Inggris untuk bisa memahami konten yang ada dalam website pendidikan.

Ada beberapa tips dalam mempersiapkan website multilingual, diantaranya:

1 TERDAPAT TOMBOL LANGUAGE SWITCHER

Tombol language switcher di setiap halamannya Tombol ini bisa di klik untuk mengganti bahasa dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris.

2 BUKAN FITUR AUTO GENERATE

Yang perlu diingat dari proses translasi ini adalah jangan pernah menggunakan fitur auto generate.

3 VERSI ENGLISH BERUPA LAMAN

Membuat dua *page* yang berbeda dalam satu web dengan konten yang sama, perbedaannya satu *page* berbahasa Indonesia, *page* yang lain berbahasa Inggris sehingga otomatis *link* laman juga berbeda.

4 PREFERRED LANGUAGE REDIRECTION

Fitur ini akan lebih baik lagi jika dapat mendeteksi preferred language dari pengunjung.



OPTIMASI SEO



SEO (Search Engine Optimization) adalah teknik untuk membuat sebuah website muncul di halaman pertama pencarian Google pada pencarian sebuah kata kunci tertentu. Untuk bisa melakukan optimasi ini di Wordpress, gunakan plugin YoastSEO yang bisa dipasang gratis. Meskipun versi gratis memiliki keterbatasan, untuk website pendidikan, fitur yang ditawarkan sudah memadai. Beberapa komponen dalam SEO:

KATA KUNCI	Kata kunci adalah aspek terpenting dalam SEO, usahakan menggunakan kata kunci yang relevan dan unik agar artikel mudah muncul di halaman pertama mesin pencari. Pastikan juga kata kunci terdapat di paragraf pertama dan judul artikel.
HEADLINE	Headline atau Judul konten adalah komponen artikel yang pertama kali terlihat pembaca. Buat judul yang simpel dan relevan, tidak lebih dari tujuh kata dan mengandung kata kunci di dalamnya.
DESKRIPSI META	Deskripsi meta adalah ringkasan informasi suatu konten yang muncul di halaman pencarian. Pastikan Deskripsi meta tidak terlalu panjang dan semua kata dari frasa kunci muncul dalam kalimat.
LINK INTERNAL	Link internal merupakan tautan yang mengarah ke halaman lain dalam website/domain yang sama.
LINK EKSTERNAL	Link eksternal merupakan tautan yang mengarah ke halaman lain dalam website/domain yang berbeda.
ALT TEKS	Alternative text berfungsi untuk menjelaskan gambar yang ditampilkan di website. Alt teks juga memudahkan dalam pencarian gambar di mesin pencari.

Lakukan optimasi SEO sebelum *publish* laman agar laman yang anda buat masuk halaman depan mesin pencari Google. Optimasi ini dapat diterapkan di semua jenis informasi di laman website, tidak hanya laman/konten berita.



OPTIMASI SKOR KETERBACAAN



Skor Keterbacaan adalah nilai yang mengukur seberapa mudah teks untuk dibaca dan dipahami. Skor Keterbacaan penting karena artikel dengan skor keterbacaan tinggi akan lebih mudah dipahami oleh pembaca. Selain itu, artikel dengan skor keterbacaan tinggi juga akan lebih direkomendasikan oleh mesin pencari karena dinilai memberikan pengalaman membaca yang lebih baik ke pengunjung situs. Beberapa komponen dalam keterbacaan:

KALIMAT AKTIF

Menggunakan banyak kalimat aktif meningkatkan skor keterbacaan karena kalimat lebih mudah dipahami pembaca. Sebaliknya, penggunaan kalimat pasif membuat struktur kalimat menjadi sulit dipahami sehingga artikel tidak akan direkomendasikan mesin pencari.

KATA TRANSISI

Penggunaan kata transisi akan meningkatkan skor keterbacaan karena alur artikel menjadi lebih jelas. Kata transisi juga memberikan petunjuk kepada pembaca tentang apa yang akan terjadi selanjutnya.

PANJANG KALIMAT

● Kalimat yang terlalu panjang merupakan salah satu aspek yang membuat teks sulit dipahami. Jika kalimat terlalu panjang (lebih dari 20 kata) pembaca akan mudah kehilangan fokus dan kesulitan menangkap maksud dari kalimat.

SUBJUDUL

Subjudul penting untuk membagi topik dalam artikel serta memandu pembaca agar lebih mudah menemukan topik yang mereka cari.

KATA BERULANG

Banyak menggunakan kata yang berulang akan membuat skor keterbacaan suatu artikel menjadi buruk. Oleh karena itu, pemilihan kata yang lebih bervariasi akan lebih baik dan membuat artikel lebih mudah dibaca.

KOMPLEKSITAS KATA

● Penggunaan kata yang tidak umum dan rumit akan membuat skor keterbacaan menjadi rendah karena pembaca akan kesulitan memahami makna tulisan dan pesan yang ingin disampaikan. Lebih baik menggunakan kata yang umum dan mudah dipahami pembaca.

Lakukan optimasi SEO dan skor keterbacaan sebelum mempublish laman agar Lakukan optimasi SEO dan skor keterbacaan sebelum mempublish laman agar konten mudah ditemukan di mesin pencari dan memberikan pengalaman membaca yang optimal bagi pengunjung.



GET IN TOUCH

**Pusat Komunikasi dan Informasi Publik
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

CONTACT US :



unair.ac.id



adm@kip.unair.ac.id



*Gedung Manajemen UNAIR
Lt. 2 Amerta Kampus MERR C*