

## Peningkatan Visibilitas Buku Ilmiah Elektronik Memanfaatkan Aplikasi Google

Dhevi Enlivena Irene Restia Mahelingga<sup>1\*)</sup>

<sup>1</sup> *Direktorat Repositori, Multimedia, dan Penerbitan Ilmiah BRIN,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta*

\*) Korespondensi: [dhevlinga@gmail.com](mailto:dhevlinga@gmail.com)

### Abstract

**[Title: Improved Visibility of Electronic Science Books Using Google Apps]** This study examines the relationship between increasing clicks on pages of electronic scientific book and increasing public interest in a topic. The purpose of this study is to identify the influencing factors that increase clicks on e-book website pages so that it can be suggested as strategies for electronic scientific books promotion, especially to support the visibility on the internet. This study uses a qualitative descriptive method with data collection through documentation and literature study. Based on the results of the study, it can be concluded that there is a relationship between the popularity of topics on Twitter and the increase in the number of searches for certain keywords on the Google search engine. The query results obtained from several sample pages of the [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id) website on Google Search Console found that the queries used in the highest search were related to definitions. Searches related to definitions can increase because terms are less familiar, causing netizens to want to find out definitions, especially from relevant sources such as scientific papers in the form of electronic books. Suggestions that can be made to support the visibility of electronic scientific book pages on the Google search engine are (1) using less familiar keywords that have potential to be a search query in blurb preparation; (2) accessing Google Trends to find out the most frequently searched queries by internet users to use as keywords in blurbs; and (3) describing definition of the keywords in the blurb.

**Keywords:** blurb; electronic scientific books; Google; visibility; query

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana hubungan antara peningkatan minat pada suatu topik dengan peningkatan klik halaman situs web buku ilmiah elektronik. Tujuan dari kajian ini adalah agar dapat diketahui faktor yang memengaruhi peningkatan klik halaman situs web buku elektronik sehingga dapat menjadi saran strategi promosi buku ilmiah elektronik, terutama kaitannya dalam mendukung visibilitas di internet. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi pustaka. Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara popularitas topik di *Twitter* dengan peningkatan jumlah pencarian kata kunci tertentu di mesin pencari *Google*. Hasil kueri yang didapatkan dari beberapa sampel halaman situs web [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id) pada *Google Search Console* didapatkan bahwa kueri yang digunakan dalam pencarian yang tertinggi adalah terkait definisi. Pencarian terkait definisi bisa meningkat karena istilah kurang familier menimbulkan keinginan bagi warganet untuk mencari tahu definisi terutama dari sumber yang relevan seperti karya tulis ilmiah berbentuk buku elektronik. Saran yang bisa dilakukan dalam mendukung visibilitas halaman buku ilmiah elektronik di mesin pencari *Google*, yakni (1) menggunakan kata kunci berupa istilah yang kurang familier yang berpotensi menjadi kueri pencarian dalam penyusunan blurb; (2) mengakses *Google Trends* untuk mengetahui susunan kueri terkait kata kunci yang sering dicari oleh pengguna internet untuk digunakan dalam blurb; dan (3) menggunakan uraian definisi kata kunci tersebut di dalam blurb.

**Kata kunci:** blurb; buku ilmiah elektronik; Google; kueri; visibilitas;

## 1. Pendahuluan

LIPi Press adalah penerbit ilmiah yang dibentuk pada 2002 sebagai penerbit korporat LIPi yang menerbitkan buku-buku hasil penelitian. Seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan akademisi, LIPi Press pada 2019 mulai mengimplementasikan sistem penerbitan ilmiah daring berbasis

*Open Monograph Press* untuk menunjang visibilitas dan aksesibilitas buku ilmiah elektronik. Hal tersebut ditempuh karena sejak 2020 LIPI Press memiliki kebijakan diseminasi hasil penelitian hanya melalui buku ilmiah elektronik dengan skema akses terbuka secara menyeluruh. (Mahelingga, 2022) Penerapan sistem penerbitan ilmiah *Open Monograph Press* menjadikan buku ilmiah elektronik LIPI Press tidak hanya dapat ditemukan di mesin pencari *Google* tetapi juga terindeks di *Google Scholar*. Dalam strategi promosi dan diseminasinya, buku ilmiah elektronik juga dipromosikan melalui situs web LIPI Press yang dapat diakses melalui alamat [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id).

Pada 26 November 2021, akun surel pengelola situs web penerbit ilmiah LIPI Press mendapatkan pemberitahuan dari *Google Search Console Team* terkait peningkatan signifikan jumlah klik salah satu halaman situs web [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id). Surel tersebut menyatakan bahwa “klik halaman meningkat lebih dari 1.000% melebihi rata-rata 8,4 klik harian biasanya”. Halaman situs web yang dimaksud adalah halaman dari buku ilmiah elektronik berjudul *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* dengan alamat tautan <https://lipipress.lipi.go.id/detailpost/moderasi-beragama-dalam-lektur-keagamaan-islam-di-kawasan-timur-indonesia>.

Artikel laman situs web berisi *blurb* atau sinopsis dari buku ilmiah itu sendiri. Buku *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* merupakan orasi profesor riset Abdul Kadir Massoweang. Buku tersebut setebal 60 halaman ukuran A5 yang diterbitkan oleh LIPI Press bekerja sama dengan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia pada tahun 2021.

Berdasarkan isi surel pemberitahuan dari *Google Search Console Team*, tren ini kemungkinan disebabkan oleh dua faktor: (1) Perubahan yang dibuat pada konten halaman dan/atau (2) Meningkatnya minat pada topik *trending* yang dimuat di halaman. Mengacu pada dua kemungkinan tersebut, peningkatan kunjungan lebih dari 1.000% bisa dipastikan bukan akibat dari perubahan konten halaman, karena sejak dipublikasikan pada 11 November 2021 tidak ada perubahan konten yang dilakukan. Berdasarkan hal itu, kemungkinan peningkatan adalah dari topik yang menjadi populer sehingga meningkatkan jumlah klik terhadap halaman situs web yang berkaitan dengan topik terkait.

Melalui penelusuran awal, diketahui bahwa pada 25–26 November 2021 tagar *#ModerasiBeragama* sempat menjadi populer di media sosial *Twitter*. Hal tersebut menimbulkan kecenderungan peningkatan popularitas suatu topik di media sosial berdampak pada pencarian kata kunci tersebut pada mesin pencari *Google*, terlebih untuk suatu istilah yang kurang familier seperti “moderasi beragama”. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Giummolè, Orlando dan Tolomei (2013) yang menunjukkan bahwa tren *Twitter* berdampak pada volume permintaan ke artikel *Wikipedia* sebagai salah satu sumber referensi di internet, dalam kasus ini yang meningkat adalah laman situs web buku ilmiah elektronik LIPI Press.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengkaji bagaimana hubungan antara peningkatan minat pada suatu topik terhadap peningkatan klik halaman situs web buku ilmiah elektronik. Tujuan dari kajian ini adalah agar dapat diketahui bentuk peningkatan klik halaman situs

web buku elektronik sehingga dapat menjadi saran strategi promosi buku ilmiah elektronik, terutama kaitannya dalam mendukung visibilitasnya di internet.

## 2. Landasan Teori

Beberapa kajian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang dikaji dalam penelitian ini di antaranya penelitian terkait *Twitter*. Giummolè, Orlando and Tolomei (2013) mencatat bahwa *Twitter* merupakan salah satu media sosial daring paling populer dan platform *microblogging* tempat setiap orang berbagi informasi hampir secara *real-time* dengan membaca dan menulis apa yang disebut *tweet*. Umumnya *Twitter* digunakan untuk sekadar mengungkapkan pendapat atau perasaan tentang sesuatu yang mengacu pada kepentingan pribadi atau publik. Namun dalam perkembangannya, hasil penelitian dari Papacharissi dan De Fatima Oliveira (2012); Giummolè, Orlando, dan Tolomei (2013) menunjukkan penggunaan *Twitter* tidak terbatas pada perseseorangan, tetapi juga pemerintah dan institusi memanfaatkan *Twitter* untuk berbagai hal, contohnya dalam mendiseminasikan manajemen keselamatan publik dan isu sosial.

Kajian lain adalah terkait *Google Trends*, beberapa di antaranya adalah dari Choi dan Varian (2012) yang menunjukkan bagaimana menggunakan data mesin pencari untuk memperkirakan nilai jangka pendek dari indikator ekonomi, seperti penjualan mobil, klaim pengangguran, perencanaan tujuan perjalanan, dan kepercayaan konsumen. Senada dengan Choi dan Varian, Nuti dkk. (2014) juga meneliti potensi *Google Trends* sebagai sarana gratis dan mudah diakses untuk data penelusuran populasi yang besar untuk memperoleh wawasan signifikan tentang perilaku populasi dan kaitannya dengan kesehatan dan perawatan kesehatan.

Penelitian ini menggunakan aplikasi *Google Search Console* dan *Google Analytics*. Beberapa kajian terdahulu yang menggunakan aplikasi *Google Search Console*, di antaranya Wagner, Plevinsky dan Hagan (2018); Yogesh, Nallasivam, dan Roopan (2019); serta Chappell (2020). Wagner, Plevinsky, dan Hagan (2018) menggunakan *Google Search Console* sebagai pemberi tahu pengguna jika ada yang salah pada halaman situs web. Yogesh, Nallasivam, dan Roopan (2019) dalam penelitiannya menyinggung *Google Search Console* sebagai alat terdepan yang digunakan secara luas dan direkomendasikan oleh para profesional, seperti pemasar, pengelola situs web, pengembang aplikasi, spesialis *Search Engine Optimization*, dan pengusaha bisnis. Chappell (2020) menggunakan *Google Search Console* yang sebelumnya bernama *Google Webmaster Tools* untuk digunakan dalam mengoptimalkan visibilitas organiknya. Hal tersebut termasuk melihat domain perujuk, kinerja situs seluler, hasil penelusuran, serta kueri dan laman dengan lalu lintas tertinggi. Sementara itu, salah satu kajian terdahulu yang memanfaatkan *Google Analytics* dilakukan oleh Haukijärvi (2020). Haukijärvi menyatakan bahwa *Google Analytics* bermanfaat bagi pengelola situs web untuk mengevaluasi konten berdasarkan perilaku kunjungan dan saluran mana yang paling menguntungkan untuk dikembangkan.

Beberapa kajian terdahulu terkait *blurb*, di antaranya dari Trimansyah (2012) yang mendefinisikan *Blurb* atau wara sebagai kalimat yang terdapat di bagian kover belakang buku yang berisi berbagai informasi penting tentang buku tersebut, seperti ringkasan isi buku beserta benefit yang akan didapatkan pembaca hingga pada akhirnya ditutup dengan kalimat-kalimat iklan (*sales closer*). Penelitian dari Andersen (2012) mencatat bahwa *blurb* sebagai pemberitahuan publisitas singkat umumnya yang sangat memuji dan seringkali berlebihan. Kajian yang lebih spesifik terkait *blurb* dalam buku ilmiah telah dilakukan oleh Sha'ri *et al.* (2017), Sha'ri menulis bahwa *blurb* bukan sekadar teks sederhana yang mengacu pada esensi sebuah buku ilmiah, tetapi lebih untuk menunjukkan bahwa sebuah buku ilmiah memiliki daya tarik untuk dibaca oleh kelompok sasarannya.

Beberapa penelitian yang membahas visibilitas situs web yang pengukurannya didasarkan pada posisi situs web di mesin pencari seperti *Google*. Secara teori, seseorang dapat membuka halaman yang diinginkan dari 6,5 juta halaman hasil pencarian di *Google*, tetapi kemungkinan tersebut tentu sangat kecil, dan yang lebih sering terjadi adalah seseorang hanya mengeklik hasil pencarian di halaman-halaman awal pencarian *Google*. Jansen dan Spink (2003); Xiang dkk. (2010) mencatat hasil pencarian yang digunakan untuk mengukur visibilitas adalah hasil pencarian organik. Hal ini karena pengguna mesin pencari cenderung menganggap daftar organik lebih dapat dipercaya daripada daftar berbayar. Kelsey (2017) juga menambahkan bahwa perilaku tersebut menjadikan kemunculan suatu halaman situs web di halaman awal hasil pencarian secara organik atau visibilitas menjadi tujuan *Search Engine Optimization*.

*Search Engine Optimization* sendiri merupakan proses mempertahankan peringkat di halaman-halaman awal pencarian *Google* dan meningkatkannya. *Search Engine Optimization* meningkatkan lalu lintas di situs web sehingga menempatkan kehadiran halaman situs web di daftar teratas hasil mesin pencari. Patil (2018) menuliskan salah satu teknik *Search Engine Optimization* adalah melalui penggunaan kata kunci yang efektif dalam konten yang membantu meningkatkan visibilitas tertinggi dalam hasil mesin pencari. Kelsey (2017) mengatakan bahwa selain memikirkan hal-hal teknis seperti menggunakan deskripsi meta dan melakukan penelitian kata kunci, juga perlu adanya pengembangan konten dan menambahkan kata kunci untuk memperkuatnya.

Namun demikian, dari penelitian tersebut belum ada yang membahas *Twitter*, *Google Trends*, *Google Search Console*, dan *Google Analytics* pada peningkatan klik pada sumber referensi ilmiah seperti buku ilmiah elektronik. Penelitian ini menjadi salah satu sumber informasi yang penting dalam menentukan strategi meningkatkan visibilitas dalam upaya diseminasi informasi ilmiah.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi pustaka. Metode ini dipilih karena menurut Bodgan & Taylor dalam Hadi (2016) menyatakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari kata-

kata tertulis atau lisan, dan bisa juga perilaku dari subjek penelitian yang diamati. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis induktif. Penelitian berangkat dari dokumentasi di lapangan dengan memanfaatkan landasan teori dari studi pustaka sebagai penjelas, kemudian berakhir pada hipotesis.

Salah satu landasan utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian dari Giummolè, F., Orlando, S. dan Tolomei, G. (2013) yang mengeksplorasi kemungkinan hubungan antara topik tren yang muncul dari *Twitter* (yaitu, tren sosial) dan kueri terbaru yang dikeluarkan ke *Google* (yaitu, tren web). Giummolè mengklaim bahwa *trending topic* di *Twitter* nantinya bisa menjadi *trending* kueri di *Google* juga. Alasannya adalah bahwa informasi yang membanjiri hampir waktu nyata di seluruh jejaring sosial *Twitter* dapat mengantisipasi serangkaian topik yang akan diminati pengguna—dan akibatnya akan dicari—dalam waktu dekat. Giummolè menemukan bahwa tren *Twitter* yang kemudian menyebabkan tren *Google* yang serupa terjadi sekitar 43% kali. Temuan menarik lainnya dari penelitian Giummolè menunjukkan bahwa *Twitter* juga mampu memprediksi volume permintaan ke artikel *Wikipedia*, yang sesuai dengan kumpulan topik tren yang diekstraksi. *Wikipedia* sendiri adalah ensiklopedia daring gratis dengan artikel yang disumbangkan oleh pengguna dari seluruh dunia dan ditinjau oleh sukarelawan dan staf *Wikipedia* (Del Valle *et al.*, 2018) dan menjadi sumber informasi yang digunakan oleh sebagian besar anak muda. (Mothe and Sahut, 2018)

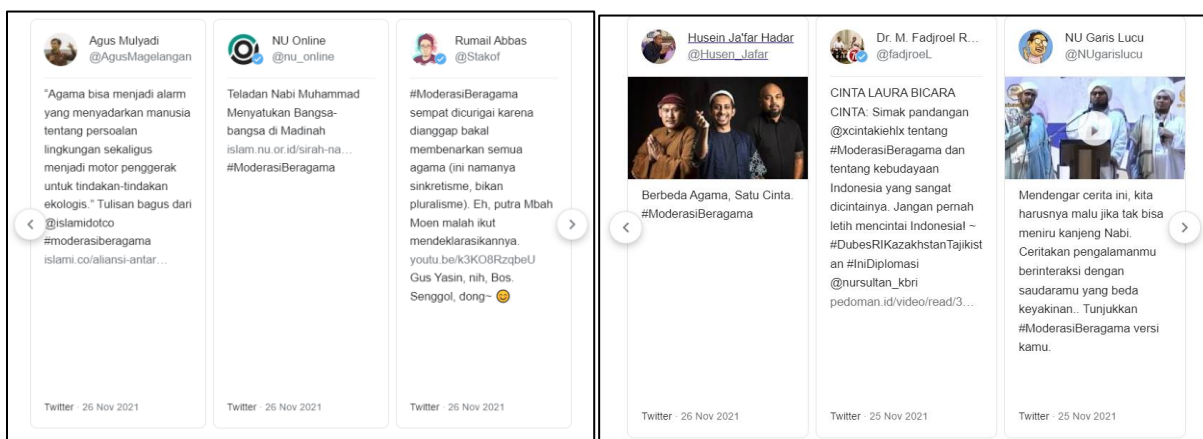
Apabila *wikipedia* mampu mendapatkan volume permintaan informasi yang tinggi karena kenaikan *trending topic Twitter*, tentunya sumber referensi yang lebih kredibel seperti buku ilmiah elektronik bisa memanfaatkan momentum yang sama. Hal tersebut menjadi hipotesis yang diambil dari peristiwa peningkatan signifikan jumlah klik salah satu halaman situs web [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id). Sementara itu, *blurb* disinyalir memegang peranan penting pada visibilitas halaman situs web [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id). Hal tersebut karena *blurb* digunakan sebagai isi utama situs web [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id) yang meningkat jumlah kliknya. Sejalan dengan *Wikipedia* yang menjadi sumber informasi, menurut Sha'ri *et al.* (2017) *Blurb* pada prinsipnya juga menjadi semacam pengantar buku ilmiah yang sarat dengan konten ilmiah.

Dalam menunjang metode yang dilakukan dalam penelitian, dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data dari berbagai sumber sebagai data primer penelitian, yakni data dari *Twitter* dan *Google Trends* yang dibatasi terkait moderasi beragama. Sumber data lainnya adalah dari *Google Search Console* dan *Google Analytics* yang dibatasi pada situs web LIPI Press dengan alamat [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id). Sementara itu, juga dilakukan studi pustaka untuk mendapatkan informasi dan referensi sebagai penjelas dari data primer penelitian. Diharapkan melalui metode penelitian ini didapatkan pembahasan yang mendalam sehingga memberikan kesimpulan yang komprehensif dan tepat sasaran.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Peningkatan *Twitter* dan *Google Trends*

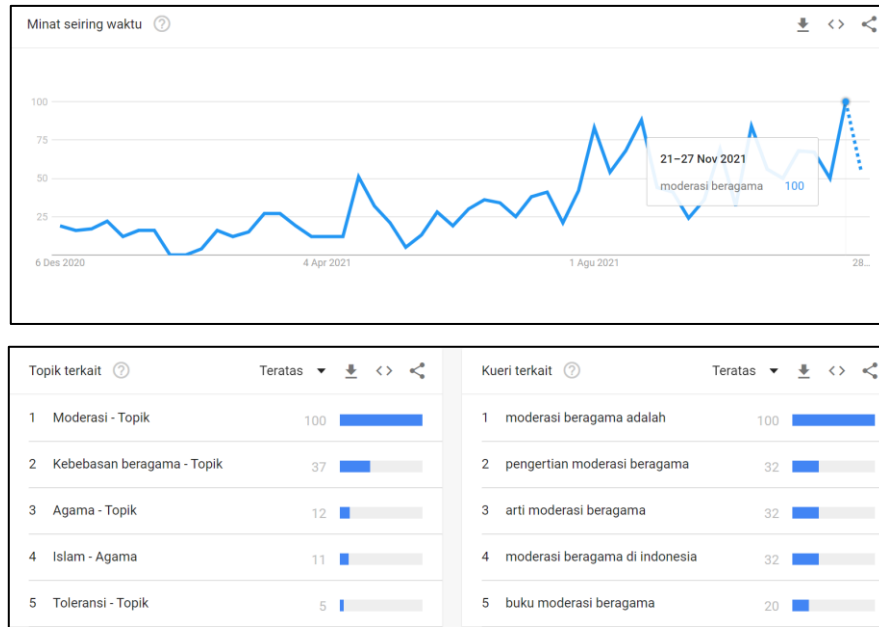
Berdasarkan penelusuran, diketahui bahwa pada 25–26 November 2021 tagar #ModerasiBeragama sempat menjadi tren di media sosial *Twitter*. Beberapa akun *Twitter* menulis *tweet* terkait moderasi beragama yang mendapat respons cukup banyak atau viral. Beberapa akun tersebut, antara lain akun terverifikasi *Twitter*, seperti NU Online (@nu\_online), RMAIL Abbas (@Stakof), dan Dr. M. Fadjroel Rachman (@fadjroel) serta akun tokoh yang memiliki pengikut cukup banyak, seperti Agus Mulyadi (@AgusMagelangan) dan Husein Ja'far Hadar (@Husen\_Jafar). Isi *tweet* dari akun tersebut berisi dukungan terhadap moderasi beragama seperti tertuang pada Gambar 1.



Gambar 1. *Tweet* #ModerasiBeragama pada 25-26 November 2021

Tagar dan topik *tweet* seputar moderasi beragama di *Twitter* juga berdampak pada pencarian topik terkait moderasi beragama di *Google*. Pencarian topik tersebut dilakukan menggunakan *Google Trends*. Hal ini karena *Google Trends* menyediakan indeks deret waktu dari banyaknya kueri yang dimasukkan pengguna ke *Google* di wilayah geografis tertentu. *Google Trends* hanya menggunakan sampel penelusuran *Google* dalam mengolah datanya. Penggunaan sampel ini bersifat representatif karena *Google* menangani miliaran penelusuran per hari sehingga dengan mengambil sampel data, *Google* dapat melihat set data yang mewakili semua penelusuran *Google*, dan di saat yang bersamaan menemukan kesimpulan yang dapat diproses dalam hitungan menit sejak terjadinya peristiwa di dunia nyata. Jumlah yang dihasilkan kemudian diskalakan dengan rentang 0 sampai 100 berdasarkan proporsi suatu topik terhadap semua penelusuran tentang semua topik. (Google, 2021)

Berdasarkan penelusuran *Google Trends* terdapat peningkatan cukup tinggi pada pekan yang sama saat tagar #ModerasiBeragama menjadi populer di *Twitter*, yakni memiliki poin 100 atau tertinggi dalam satu tahun terakhir seperti terlihat pada Gambar 2. Paparan tersebut mendukung hasil penelitian Giummolè et al., (2013) terkait hubungan antara topik tren yang muncul dari *Twitter* dan kueri populer yang muncul pada *Google Trends*. Hasil pada penelusuran *Google Trends* menunjukkan bahwa *trending topic* di *Twitter* nantinya bisa menjadi *trending kueri* di *Google* juga.



**Gambar 2.** Hasil penelusuran *Google Trends* kueri moderasi beragama 6 Desember 2020–4 Desember 2021

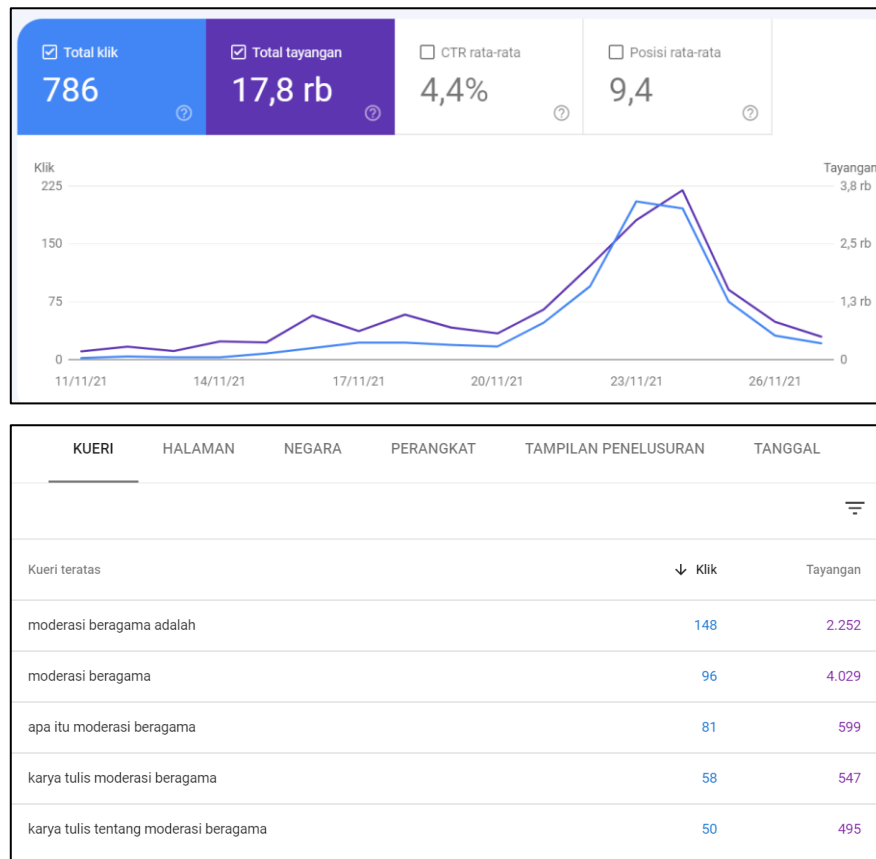
Laporan *Google Trends* (Gambar 2) juga memunculkan daftar lima teratas kueri terkait moderasi beragama, antara lain “moderasi beragama adalah”, “pengertian moderasi beragama”, “arti moderasi beragama”, “moderasi beragama di Indonesia”, dan “buku moderasi beragama”. Berdasarkan hasil kueri terkait moderasi beragama, bisa disimpulkan bahwa sebagian besar pencarian adalah terkait pengertian atau definisi moderasi beragama dengan tiga teratas kueri terkait hal tersebut. Sedangkan dua kueri lainnya adalah terkait bagaimana moderasi beragama di Indonesia dan pencarian referensi buku moderasi beragama.

Hal ini juga sejalan dengan temuan Giummolè et al., (2013) bahwa *Twitter* berdampak pada permintaan terhadap artikel *Wikipedia* atau secara umum bisa dikatakan peningkatan minat dari pengguna internet untuk mencari definisi atau referensi lain yang relevan. Hal tersebut menjadi peluang bagi buku ilmiah elektronik, khususnya yang memiliki akses terbuka untuk menjadi acuan definisi atau referensi pada suatu topik yang sedang populer di internet. Di sisi lain, perlu adanya visibilitas yang baik dari halaman buku ilmiah elektronik agar dapat mempermudah pengguna internet untuk menemukannya dari jutaan hasil pencarian *Google*.

#### 4.2 Analisis Hasil Kueri *Google Search Console*

Meningkatnya minat dari pengguna internet untuk mencari definisi atau referensi lain yang relevan di *Twitter* terhadap topik moderasi beragama juga terlihat pada hasil kueri *Google Search Console* dari situs web LIPI Press. *Google Search Console* adalah seperangkat alat yang ditawarkan oleh *Google* untuk memberi pemilik situs web tentang pandangan bagaimana konten mereka dilihat oleh mesin pencari *Google*. Selain itu, *Google Search Console* menyediakan laporan dan data mengenai istilah yang dicari orang untuk menemukan situs web, seberapa sering halaman situs web diklik, dan bahkan menunjukkan bagaimana setiap halaman muncul di hasil pencarian.

Halaman dari buku ilmiah elektronik berjudul *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* karya Abdul Kadir Massoweang mengalami peningkatan yang cukup signifikan seiring meningkatnya popularitas moderasi beragama di *Google Trends* yakni pada 21–27 November 2021 seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** *Google Search Console* untuk Halaman Moderasi Beragama pada 21–27 November 2021

Pada aspek kueri, *Google Search Console* dari halaman *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* mencatatkan hasil yang mirip dengan kueri pada *Google Trends*. Sebanyak tiga kueri teratas berkaitan dengan definisi atau pengertian, ditandai dengan kueri “moderasi beragama adalah”, “moderasi beragama”, dan “apa itu moderasi beragama”. Dua kueri sisanya adalah berkaitan dengan referensi karya tulis, yakni “karya tulis moderasi beragama” dan “karya tulis tentang moderasi beragama”. Masuknya dua kueri terkait karya tulis sangat relevan karena situs web LIPI Press memang menyediakan buku ilmiah elektronik akses terbuka.

Menariknya, sebenarnya LIPI Press memiliki satu buku lain yang mengangkat isu moderasi beragama, yakni *Pendidikan Moderasi Beragama: Membangun Harmoni, Memajukan Negeri*. Namun buku tersebut tidak memiliki visibilitas sebaik *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia*. Bahkan halaman dari *Pendidikan Moderasi Beragama: Membangun Harmoni, Memajukan Negeri* tidak masuk dalam 250 besar halaman situs web LIPI Press dengan akses tertinggi berdasarkan *Google Search Console* pada 21–27 November 2021.



Beberapa yang menjadi pembeda berdasarkan Kelsey (2017) adalah susunan kata kunci dan pengembangan konten yang mengandung kata kunci. *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* memiliki kata kunci “moderasi beragama” dalam judulnya yang lebih solid dibandingkan *Pendidikan Moderasi Beragama: Membangun Harmoni, Memajukan Negeri* yang diawali dengan “pendidikan”. Namun faktor paling membedakan adalah konten halaman situs web yang menggunakan *blurb* buku sebagai kontennya.

Secara lengkap, *Blurb* dari buku *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* karya Abdul Kadir Massoweang adalah sebagai berikut:

*Moderasi beragama adalah cara pandang dalam beragama secara moderat yakni memahami dan mengamalkan ajaran agama dengan tidak ekstrem, baik ekstrem kanan (pemahaman agama yang sangat kaku) maupun ekstrem kiri (pemahaman agama yang sangat liberal). Istilah moderasi beragama memang baru digaungkan di Indonesia, namun ide dan semangat moderasi beragama itu sudah tumbuh dan tertanam sejak lama dalam kehidupan masyarakat Indonesia sampai dengan saat ini. Lektur keagamaan Islam yang menjadi fokus pembahasan dalam orasi ini dibatasi pada tiga bentuk, yaitu manuskrip, kitab kuning, dan karya tulis ulama dalam bentuk lainnya di KTI. Kajian lektur keagamaan Islam menjadi perhatian penulis sejak menekuni kegiatan penelitian pada Balai Penelitian dan Pengembangan Agama Makassar. Alasan lain dalam memilih topik ini karena lektur keagamaan Islam memegang peranan penting sebagai media informasi dan edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran Islam yang moderat bagi pemeluknya. (Massoweang, 2021)*

Penggunaan susunan kata kunci “*Moderasi beragama adalah...*” sebagai kalimat pembuka konten halaman situs web menjadikan halaman situs web dari buku elektronik *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* memiliki visibilitas yang tinggi. Hal tersebut karena susunan kata kunci tersebut adalah kueri yang menjadi populer berdasarkan laporan di *Google Trends*. Susunan kata kunci tersebut menjadi kueri untuk pencarian definisi dan pengertian yang menjadi aktivitas tertinggi dari pengguna internet ketika menyikapi topik “moderasi beragama” yang menjadi populer.

Berdasarkan hal tersebut, peran kata kunci pada *blurb* menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Penggunaan kata kunci tersebut utamanya pada istilah yang tidak terlalu familier di masyarakat yang mengundang pencarian lanjutan. Alasan mengapa kata kunci diterapkan pada *blurb* buku adalah menimbang faktor efektivitas dan efisiensi karena *blurb* buku yang nantinya akan digunakan di berbagai konten di internet. Beberapa di antaranya adalah untuk mengisi konten halaman situs web penerbit, situs web perpustakaan digital, situs web media sosial, atau situs web toko buku daring.

### 4.3 Strategi Penggunaan Kata Kunci dalam *Blurb*

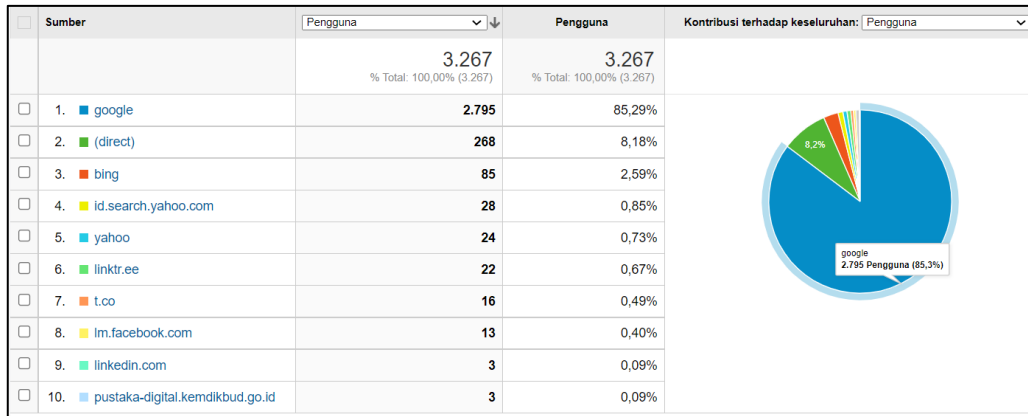
Berdasarkan kajian Sha'ri (2017) menyatakan bahwa *blurb* harus ditulis atau diproduksi oleh penulis buku, bukan editor atau petugas penerbit yang mengelola proses penerbitan buku. Selanjutnya, *blurb* harus ditulis dengan singkat, padat, dan efektif. Selain itu, diperlukan kemampuan berbahasa yang dapat 'menyajikan' isi buku kepada pembaca yang dapat menjadi bahan bacaan atau referensi mereka. Fakta-fakta dalam *blurb* bukan sekadar rangkuman, tetapi merupakan 'denyut pengetahuan' dari teks atau buku ilmiah.

Pada era teknologi informasi dan komunikasi digital yang semakin maju, fungsi *blurb* untuk buku elektronik dan pemasaran digital menjadi lebih strategis dibandingkan fungsi *blurb* sebelumnya pada buku cetak dengan penjualan konvensional. *Blurb* tidak sekadar berisi benefit atau kalimat efektif yang berisi konten tetapi juga memasukkan dan memperhatikan kata kunci yang dibidik, seperti teknik *Search Engine Optimization* untuk menunjang visibilitasnya di internet. Beberapa definisi kata kunci dari buku ilmiah elektronik berpeluang menjadi kueri penelusuran sehingga perlu dimasukkan ke dalam *blurb* yang nantinya digunakan dalam promosi di berbagai situs web yang terindeks di mesin pencari.

Pada tahap tersebut, peran editor penerbit terutama bagian penyebarluasan atau pemasaran menjadi penting untuk ikut serta dalam penentuan susunan kalimat *blurb* yang efektif. Editor penyebarluasan atau pemasaran bisa mengunjungi *Google Trends* untuk mengetahui kueri yang sering dicari oleh pengguna internet untuk digunakan sebagai kata kunci dalam *blurb*. Terlebih kunjungan suatu situs web terbanyak adalah dari penelusuran *Google*.

Untuk mengetahui kunjungan suatu situs web adalah menggunakan *Google Analytics*. *Google Analytics* adalah sebuah layanan *Google* yang menampilkan statistik pengunjung sebuah situs web. *Google Analytics* mampu memberikan informasi terkait kunjungan pada situs web berdasarkan informasi kepadatan lalu lintas, laporan berdasarkan waktu dan halaman pengacu, termasuk mesin pencari, iklan, jaringan *pay-per-click*, *e-mail marketing*, dan juga tautan yang terkandung dalam dokumen PDF serta dapat memberi gambaran yang lebih menyeluruh tentang perilaku pengguna kepada pengelola situs web. (Yu *et al.*, 2020)

Data dari *Google Analytics* menyatakan sumber kunjungan akses [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id) yang terbesar adalah *Google* dengan persentase sebesar 85,29% seperti tertuang pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Sepuluh Besar Sumber Kunjungan Situs Web lipipress.lipi.go.id pada 21-27 November 2021

Hal tersebut menjadikan peran definisi kata kunci dalam *blurb* semakin strategis sebagai pemasok kunjungan melalui pencarian kueri pada mesin pencari *Google*. Semakin banyak kata kunci yang dibidik berpotensi untuk menjadi kueri penelusuran terlebih jika buku tersebut membahas terkait istilah kurang familier dari terminologi tertentu. Menampilkan definisi sebagai *blurb* bisa menjadi strategi peningkatan pasokan kunjungan dari *Google*. Pengembangan kalimat *blurb* buku ilmiah elektronik juga tidak terbatas, karena pada prinsipnya *blurb* bukan abstrak jurnal yang memiliki standar tersendiri.

Peran penting penyusunan *blurb* yang tidak hanya sebatas selera atau estetis semata. Namun juga memperhatikan faktor seperti kemungkinan terindeks menjadi lebih urgensi bagi buku ilmiah. Hal ini karena buku ilmiah elektronik juga terindeks *Google Scholar* dan *blurb* yang terindeks oleh *Google Scholar* adalah paragraf pertama saja sehingga menambah strategis peran munculnya definisi kata kunci dalam paragraf pertama pada *blurb* buku ilmiah elektronik.

## 5. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara popularitas topik di *Twitter* dengan peningkatan jumlah pencarian kata kunci tertentu di mesin pencari *Google*. Hasil kueri yang didapatkan dari beberapa sampel halaman situs web lipipress.lipi.go.id pada *Google Search Console* didapatkan bahwa kueri yang digunakan dalam pencarian yang tertinggi adalah terkait definisi. Pencarian terkait definisi bisa meningkat karena istilah kurang familier menimbulkan keinginan bagi warganet untuk mencari tahu definisi terutama dari sumber yang relevan seperti karya tulis ilmiah. Hal tersebut menjadikan kueri seperti “moderasi beragama adalah” atau “apa itu moderasi beragama” dan semacamnya menjadi kueri dengan pencarian tertinggi di *Google Trends* dan berdampak pada kueri yang masuk dalam *Google Search Console* lipipress.lipi.go.id.

Buku orasi profesor riset Abdul Kadir Massoweang, *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia* memiliki visibilitas yang tinggi dengan peningkatan klik yang signifikan karena menggunakan susunan kata kunci “Moderasi beragama adalah...” sebagai kalimat pembuka *blurb*-nya. Berdasarkan analisis tersebut, peran penting kata kunci pada buku ilmiah elektronik perlu menjadi perhatian khusus. Kata kunci tidak hanya diterapkan dalam judul tetapi juga

dapat dikembangkan dalam penyusunan *blurb* yang seringkali menjadi konten di media penyebarluasannya, seperti halaman situs web penerbit, situs web perpustakaan digital, situs web media sosial, atau situs web toko buku daring.

Beberapa saran bisa dilakukan oleh editor penyebarluasan atau editor pemasaran dalam mendukung visibilitas halaman buku ilmiah elektronik di mesin pencari *Google*. *Pertama*, mencari kata kunci berupa istilah yang kurang familier di dalam buku. Kata kunci tersebut diharapkan mengundang rasa ingin tahu dan berpotensi menjadi kueri penelusuran di internet. *Kedua*, mengakses *Google Trends* untuk mengetahui susunan kueri terkait kata kunci yang sering dicari oleh pengguna internet. Susunan kueri berdasarkan kata kunci bisa digunakan dalam judul atau bisa dikembangkan menjadi *blurb*. *Ketiga*, pengembangan kata kunci di dalam *blurb* bisa berupa uraian definisi atau pengertian. Uraian definisi umumnya disertai dengan kata-kata, seperti "... adalah ..." atau "... merupakan ...".

Peran kata kunci dalam *blurb* semakin strategis karena berdasarkan *Google Analytics*, sumber kunjungan akses lipipress.lipi.go.id yang terbesar adalah melalui mesin pencari *Google*. Terlebih untuk buku ilmiah, *blurb* yang terindeks oleh *Google Scholar* adalah paragraf pertama saja sehingga menambah strategis peran munculnya kata kunci dalam paragraf pertama pada *blurb* buku ilmiah elektronik.

Pada akhirnya semua upaya ini adalah untuk menyediakan sumber literasi yang kredibel ke masyarakat. Karena dengan membaiknya visibilitas buku ilmiah elektronik di internet berarti turut menekan potensi penyebaran *hoax* atau informasi rujukan yang kurang bertanggung jawab yang hanya mengejar *clickbait* semata. Visibilitas buku ilmiah elektronik yang baik juga mendorong masyarakat untuk dekat dengan akses informasi, menjadikan acuan hanya dari sumber informasi terpercaya dan terverifikasi yang berujung pada pembangunan masyarakat ilmiah di Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Andersen, T. R. (2012) 'Judging by the cover', *Critique - Studies in Contemporary Fiction*, 53(3), pp. 251–278. doi: 10.1080/00111619.2010.484038.
- Chappell, L. (2020) *Assessing and Growing Your Digital Footprint: A Guide for Businesses*. The University of North Carolina. Available at: <https://cdr.lib.unc.edu/downloads/000008336>.
- Choi, H. and Varian, H. (2012) 'Predicting the Present with Google Trends', *Economic Record*, 88(SUPPL.1), pp. 2–9. doi: 10.1111/j.1475-4932.2012.00809.x.
- Giummolè, F., Orlando, S. and Tolomei, G. (2013) 'A Study on Microblog and Search Engine User Behaviors : How Twitter Trending Topics Help Predict Google Hot Queries', *Human*, 2(3), pp. 1–15.
- Google (2021) *FAQ tentang data Google Trends*, *Google Support*. Available at: <https://support.google.com/trends/answer/4365533?hl=id>.
- Hadi, S. (2016) 'Pemeriksaan keabsahan data penelitian kualitatif pada skripsi', *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 22(1), pp. 74–79.

- Haukijärvi, T. (2020) *Digital marketing campaign analysis*. Hame University of Applied Sciences.
- Jansen, B. J. and Spink, A. (2003) 'An analysis of web documents retrieved and viewed', *Proceedings of the International Conference on Internet Computing*, 1(June), pp. 65–69.
- Kelsey, T. (2017) 'Keyword Research', in *Introduction to Search Engine Optimization*. Berkeley, CA: Apress, pp. 43–57. doi: 10.1007/978-1-4842-2851-7.
- Mahelingga, D. E. I. R. (2022) 'Open Monograph Press dalam Mendukung Dampak Buku Ilmiah Elektronik Akses Terbuka', *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, dan Kearsipan*, 24(1).
- Massoweang, A. K. (2021) *Moderasi Beragama dalam Lektur Keagamaan Islam di Kawasan Timur Indonesia*. Jakarta: LIPI Press. doi: 10.14203/press.456.
- Mothe, J. and Sahut, G. (2018) 'How trust in wikipedia evolves: A survey of students aged 11 to 25', *Information Research*, 23(1).
- Nuti, S. V. *et al.* (2014) 'The use of google trends in health care research: A systematic review', *PLoS ONE*, 9(10). doi: 10.1371/journal.pone.0109583.
- Papacharissi, Z. and De Fatima Oliveira, M. (2012) 'Affective News and Networked Publics: The Rhythms of News Storytelling on #Egypt', *Journal of Communication*, 62(2), pp. 266–282. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01630.x.
- Patil, V. M. (2018) 'SEO : On-Page + Off-Page Analysis', *2018 International Conference on Information , Communication, Engineering and Technology (ICICET)*, pp. 1–3.
- Sha'ri, S. N. *et al.* (2017) 'Judul dan blurb buku ilmiah', in *Prosiding Persidangan Antarabangsa Sains Kemanusiaan (PASAK 2017)*.
- Trimansyah, B. (2012) 'Perkembangan Desain Kover Buku dari Era Tradisional hingga Era Digital', *Ultimart*, 5(2), pp. 149–157.
- Del Valle, E. P. G. *et al.* (2018) 'Evaluating Wikipedia as a Source of Information for Disease Understanding', *Proceedings - IEEE Symposium on Computer-Based Medical Systems*, 2018-June, pp. 399–404. doi: 10.1109/CBMS.2018.00076.
- Wagner, C., Plevinsky, E. and Hagan, M. (2018) *The role of technology in facilitating community action: Promoting sustainable development*. doi: 10.1093/ajae/aau104.
- Xiang, Z. *et al.* (2010) 'Assessing the Visibility of Destination Marketing Organizations in Google: A Case Study of Convention and Visitors Bureau Websites in the United State', *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(7), pp. 694–707.
- Yogesh, S., Nallasivam, S. and Roopan, S. (2019) 'Digital Marketing and Its Analysis', *International Journal of Emerging Technology and Innovative Engineering*, 5(7), pp. 469–474.
- Yu, C. H. *et al.* (2020) 'Towards building a value co-creation circle in social commerce', *Computers in Human Behavior*, 108. doi: 10.1016/j.chb.2018.04.021.