

**TANTANGAN E-GOVERNMENT:
PENDEKATAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* DALAM RANGKA
MEWUJUDKAN KONSEP *GOVERNMENT TO CITIZEN***

Oleh :

Muhammad Irwan Yanwari, Maulana Hidayat

Program MTI, Jurusan Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, FT UGM

Jln. Grafika 2 Yogyakarta 55281, Telp./Fax:0274 547506

E-mail: yanwari.cio.8b@mail.ugm.ac.id, maulana.cio.8b@mail.ugm.ac.id

ABSTRAK

Saat ini, banyak pengguna internet yang bergantung pada mesin pencarian untuk mendapatkan informasi. Disaat yang hampir bersamaan perkembangan website e-government di Indonesia telah menunjukkan indikasi peningkatan, dimana hampir semua daerah di Indonesia telah memiliki website pemerintahan. Seluruh website pemerintahan di Indonesia pasti memiliki layanan informasi yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai data daerah terkait. Dari dua hal tersebutlah muncul sebuah pertanyaan, yaitu bagaimana website pemerintah dapat berada pada posisi pertama pada pencarian di mesin pencarian ketika masyarakat melakukan pencarian terkait pelayanan publik atau informasi yang ingin mereka dapatkan dari situs pemerintah daerah tertentu di situs search engine, misalnya seperti Google, Bing, Yahoo, dan lain-lain. Dari pertanyaan itu muncullah sebuah konsep pemaksimalan penggunaan search engine oleh masyarakat yang ingin mendapatkan informasi dari situs pemerintah daerah, atau dikenal dengan istilah search engine optimization.

Kata Kunci : E-Government, Search Engine Optimization

PENDAHULUAN

Perkembangan TI (Teknologi Informasi) yang semakin hari semakin tak terbendung lagi, telah merambah ke berbagai aspek kehidupan manusia saat ini. Mulai dari sektor pemerintahan, hingga swasta tak luput dari pesona dan keajaiban pemanfaatan TI untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada publik atau masyarakat, khususnya di sektor pemerintahan yang dikenal dengan istilah e-government. Pemanfaatan TI secara maksimal dan tepat sasaran dipercaya dapat meningkatkan kinerja dan produktifitas dari instansi pemerintahan yang selama ini notabene masih mengandalkan metode konvensional.

Tidak dapat dipungkiri, perluasan infrastruktur komunikasi dan jaringan internet hingga ke daerah pelosok turut memberikan andil terhadap perkembangan TI di Indonesia, walaupun bisa dikatakan penetrasi internet di Indonesia terkesan lamban dibandingkan negara lainnya, khususnya Asia Tenggara. Dengan semakin memadainya sarana dan prasarana penunjang, kebutuhan terhadap akses yang cepat untuk mendapatkan informasi merupakan hal yang wajar dan harus diakomodir oleh pemerintah Indonesia. Akses internet yang semakin mudah didapatkan lambat laun memunculkan

fenomena masyarakat digital yang selalu haus akan informasi terbaru, khususnya informasi terkait pelayanan publik dan transparansi di sektor pemerintahan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep E-Government

Istilah e-government (*electronic government*) mengacu pada pemanfaatan TI, TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dan teknologi komunikasi berbasis website lainnya untuk memperbaiki dan/atau meningkatkan efisiensi dan efektifitas pelayanan di sektor publik.

Menurut Backus, tiga kelompok utama yang dapat dibedakan berdasarkan sasaran e-government yaitu pemerintah, masyarakat, dan bisnis/kelompok dengan kepentingan tertentu. Selanjutnya pengembangan dari konsep Backus saat ini dikenal dengan istilah G2G (*government-to-government*), G2C (*government to citizen*), dan G2B (*government-to-business*).

- **G2G-Government to Government**
“G2G berhubungan dengan kegiatan-kegiatan yang terjadi antar organisasi/instansi pemerintah yang berbeda”.
- **G2C-Government to Citizen**
“G2C merupakan suatu aktivitas dimana pemerintah menyediakan akses *online* secara terus menerus ke suatu informasi dan memberikan layanan kepada masyarakat”.
- **G2B-Government to Business**
“Pemerintah melakukan kerjasama dengan sektor bisnis seperti *suppliers* dengan menggunakan internet dan TIK lainnya”.

Menurut Maria, konsep G2C merupakan bentuk pelayanan elektronik yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat. Konsep ini merupakan representasi dari tiga prinsip utama G2C, yaitu :

- **Citizen-centered**
Pemerintah lebih menekankan kepada pemenuhan pelayanan kebutuhan masyarakat yang tidak menekankan konsep pelayanan masyarakat secara birokratis .
- **Results-centered**
Menedepankan hasil yang didapat dari optimalisasi kinerja.
- **Market-based**
Secara aktif selalu melakukan inovasi terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat.

Perkembangan E-Government di Indonesia

Pemerintah Indonesia sudah sadar sepenuhnya betapa pentingnya peran TI dalam menunjang proses pelaksanaan pemerintahan secara transparan dan demokratis. Hal ini tertuang dalam Inpres (Instruksi Presiden) Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang kebijakan dan strategi nasional pengembangan e-government. Inpres Nomor 3 Tahun 2003 dilatarbelakangi tuntutan masyarakat Indonesia yang menginginkan adanya proses transparansi dalam sistem yang demokratis dan juga dorongan bagi bangsa Indonesia untuk menjadi masyarakat informasi.

Dengan hadirnya era keterbukaan informasi, sudah saatnya masyarakat Indonesia terbebas dari isolasi informasi. Masyarakat berhak mengetahui dan mendapatkan “*one-stop-service*”, baik itu mengenai seluruh tata kelola dan penyelenggaraan pemerintah mulai dari level bawah hingga atas dan juga dalam hal pelayanan publik. Jika pemerintah Indonesia mampu mengakomodir dan menyediakan sarana dan prasarana penunjang transparansi birokrasi tersebut, tentu akan menghadirkan beberapa efek positif yang baik, salah satunya yaitu “*trust*” dari masyarakat.

Semenjak kemunculan Inpres Nomor 3 tahun 2003, fenomena e-government seakan-akan menjadi wabah pembaharuan dalam metode penyampaian informasi yang berkaitan dengan pemerintah kepada masyarakat. Setiap pemerintah daerah berlomba-lomba untuk mengimplementasikan e-government dan ingin menjadi contoh dan pelopor bagi daerah lainnya. Hal ini tidak sepenuhnya berdampak positif, dengan perencanaan yang kurang matang, dan terkesan tergesa-gesa akan mempengaruhi kualitas dari pembuatan, implementasi e-government itu sendiri, dan juga dampak akhirnya terkait kurang optimalnya pemanfaatan e-government oleh masyarakat.

Berdasarkan data dari survey e-government yang dilakukan oleh PBB (Perserikatan Bangsa Bangsa) pada tahun 2012, Indonesia menempati peringkat ketujuh di kawasan Asia Tenggara dalam hal pengembangan e-government. Berdasarkan fakta dari survei ini bisa dilihat belum maksimalnya implementasi e-government di Indonesia dapat berimbas pada kinerja dari e-government itu sendiri terkait konsep G2C, yang mana sebenarnya konsep ini sendiri merupakan konsep yang mengedepankan pelayanan masyarakat yang dianggap efektif dan efisien melalui pemanfaatan teknologi dan informasi.

Hampir setiap daerah di Indonesia sudah memiliki e-government dengan tujuan utamanya sebagai sumber informasi yang terdigitalisasi. Hal ini dapat dilihat dari isi e-government tersebut yang sebagian besar berisikan informasi tentang daerah tersebut. Sebagai contoh, berikut adalah beberapa *website* e-government yang berisikan layanan informasi :

- jakarta.go.id
- jogjakota.go.id
- samarindakota.go.id
- bandung.go.id
- jabarprov.go.id

Karena layanan yang diberikan berupa informasi, maka dapat dikatakan tolak ukur kesuksesan dari e-government tersebut terletak pada banyaknya masyarakat yang menggunakan informasi di situs tersebut. Oleh karena alasan itulah, perlu adanya upaya optimasi agar masyarakat yang mencari layanan informasi, diarahkan ke e-government yang bersangkutan, bukan ke penyedia layanan lain.

Search Engine

Search engine (mesin pencarian) adalah salah satu jenis *website* yang paling sering dikunjungi saat ini. Tujuan dari *website* ini sangat sederhana, yaitu menyediakan layanan untuk mencari informasi secara umum. Dalam hal ini yang dimaksud umum adalah pencarian tidak hanya dilakukan pada satu *website* dan juga pencarian tidak terbatas pada informasi artikel dan berita, namun dapat pula digunakan untuk melakukan pencarian *file* dan komponen (alamat *domain*, tautan dan lainnya) pada sebuah *website*. Penyedia jasa pencarian *website* saat ini telah banyak tersedia, beberapa yang paling populer diantaranya adalah Google, Yahoo dan Bing. Menurut Brin, Mesin pencarian melakukan

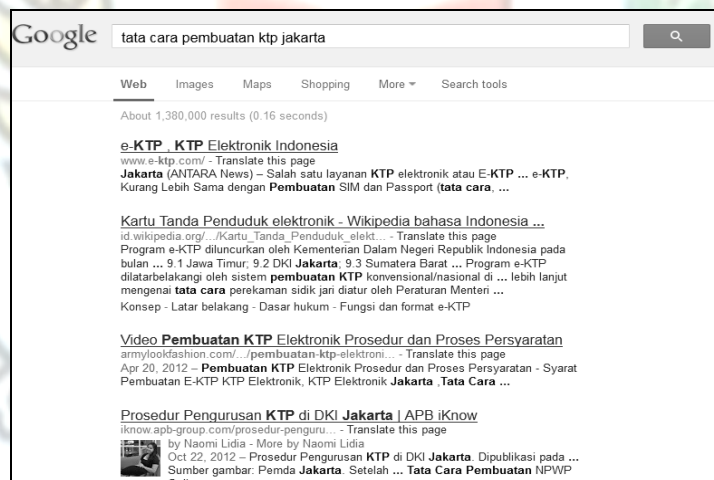
pendaftaran *website* dengan cara menelusuri *website-website* yang terdaftar dengan algoritma yang khusus dan hasil dari pencarian yang dilakukan kemudian dikembalikan kepada pencari informasi.

PEMBAHASAN

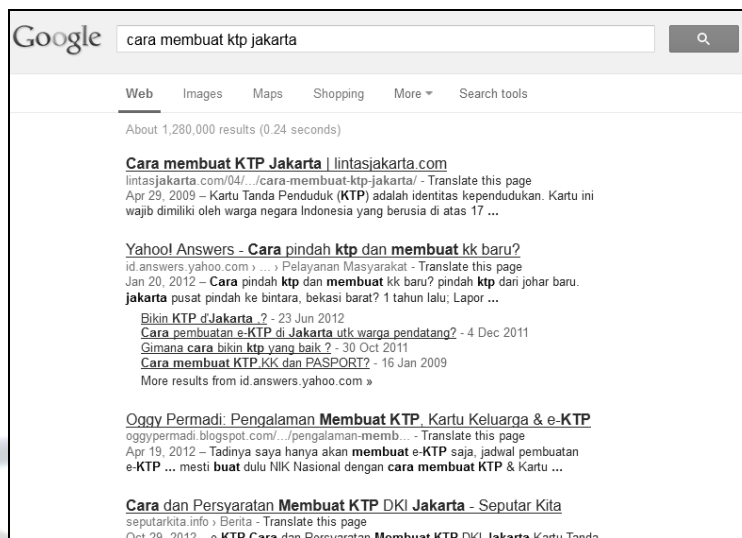
Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) merupakan suatu proses yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan volume dan kualitas lalu lintas sebuah *website* dalam penggunaan mesin pencarian *website* seperti Google, Bing dan Yahoo. Pada umumnya, pencarian *website* menggunakan *search engine*, *website* yang memiliki posisi di halaman pertama akan diperlakukan berbeda dengan *website* yang memiliki posisi halaman kedua dan seterusnya. Umumnya pengguna akan beranggapan bahwa hasil pencarian akan diurutkan berdasarkan keterkaitan kata kunci dengan *website* yang ditelusuri oleh mesin pencari. Sehingga, *website* yang berada pada halaman pertama akan dianggap lebih relevan daripada *website* yang berada pada halaman berikutnya.

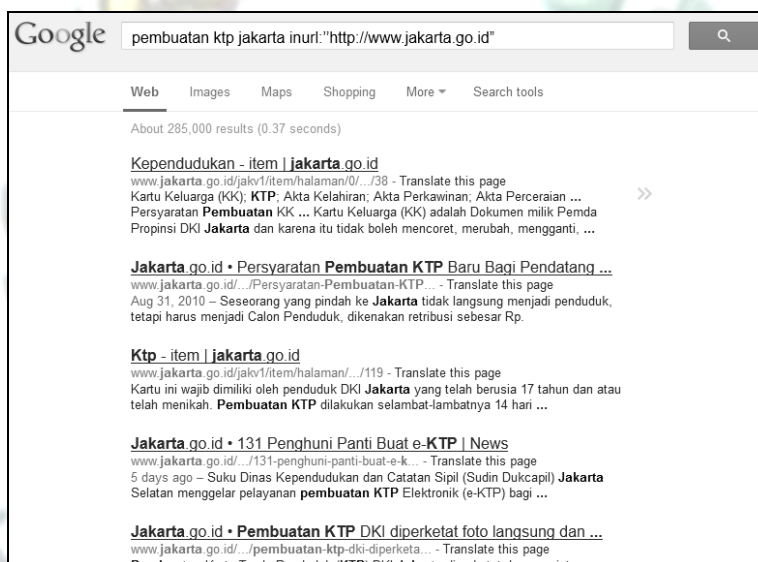
Dari penelitian Bawa, Penggunaan mesin pencarian pada pengguna awam secara tidak langsung lebih mengarah pada bahasa alami, hal ini dapat dilihat dari kata kunci yang digunakan dalam melakukan pencarian, sebagian besar menggunakan kata yang bersangkutan dibandingkan dengan pengguna yang menggunakan kata kunci spesifik. Sebagai contohnya kata kunci “tata cara pembuatan ktp jakarta” lebih banyak digunakan dibandingkan dengan kata “pembuatan ktp jakarta inurl:”<http://www.jakarta.go.id>”, padahal hasil dari pencarian kedua kata kunci tersebut sangat berbeda



Gambar 1. Hasil pencarian dengan kata kunci “tata cara pembuatan ktp jakarta”



Gambar 2. Hasil pencarian dengan kata kunci “cara pembuatan ktp jakarta”



Gambar 3. Hasil pencarian dengan kata kunci “pembuatan ktp jakarta inurl: http://www.jakarta.go.id”

Konsep SEO Pada E-Government

Layanan informasi merupakan salah satu layanan yang ada pada *website* e-government. Informasi yang ada pada e-government seperti prosedur kepengurusan tentunya dibuat untuk memberitahukan bagaimana prosedur yang legal untuk kepengurusan sesuatu. Secara tidak langsung, informasi tersebut dapat mempengaruhi dan mengarahkan masyarakat untuk melakukan pengurusan secara legal. Setelah informasi tersebut dibuat, tidak hanya sekedar terpublikasikan, karena tujuan informasi tersebut dipublikasikan adalah agar masyarakat melakukan prosedur yang ada pada informasi tersebut. Sehingga, setelah informasi dipublikasikan perlu adanya jaminan

kalau informasi tersebut sampai pada masyarakat. Ada tiga skenario tentang cara mendapatkan informasi pada suatu *website* oleh pencari informasi, yaitu :

1. Pencari informasi tahu secara pasti alamat informasi, kemudian dia mengaksesnya melalui *web browser*.
2. Pencari informasi tahu alamat *website* pemerintah yang dituju dan dari sana dia melakukan pencarian informasi.
3. Pencari informasi tidak tahu dimana alamat dimana informasi dapat ditemukan, kemudian dia melakukan pencarian pada mesin pencarian *website*.

Pada skenario ketiga, dapat dimungkinkan *website* pemerintah yang menyediakan informasi prosedur legal berada jauh dibelakang dan pada posisi pertama justru penyedia layanan ilegal yang mengisi posisi tersebut, hal ini tentunya akan mempengaruhi masyarakat yang melakukan pencarian informasi menggunakan mesin pencarian, pengaruh yang dapat terjadi disini tidak hanya ada pada informasi mana yang akan diterima. Namun dapat pula mempengaruhi keputusan penerima informasi, hal ini dikarenakan, pada umumnya prosedur ilegal lebih mudah dilakukan dan memiliki hasil yang sama dengan prosedur legal. Dalam hal inilah SEO memiliki pengaruh yang besar untuk meningkatkan posisi *website* pemerintah, agar berada pada posisi tertinggi pada mesin pencarian. Sehingga informasi prosedur ilegal yang dimaksud dapat berada jauh dari jangkauan masyarakat dan prosedur ilegal yang tidak diinginkan oleh pemerintah dapat dikurangi pengimplementasiannya,

Penggunaan Metode-Metode SEO

SEO pada dasarnya melakukan sedikit perubahan pada bagian-bagian sebuah *website*. Pada implementasinya, setiap metode yang ada dapat dilakukan secara individual. Namun, apabila diterapkan dengan menggabungkan metode-metode tersebut, hasil yang didapatkan akan meningkat dengan drastis. Dalam implementasinya, SEO memiliki banyak metode yang dapat digunakan untuk meningkatkan peringkat sebuah website pada mesin pencarian. Diantara beberapa metode yang ada, beberapa metode telah dirangkum oleh Google dalam bukunya yang berjudul "*Search Engine Optimization Starter Guide*". Adapun metode-metode yang cukup populer, diantaranya adalah perubahan struktur, pembuatan konten unik, menyebarkan tautan dan promosi.

Struktur

Struktur dalam kasus ini terkait dengan penggunaan struktur alamat dan komponen pembangun *website* seperti gambar, suara dan lainnya. Alasan pembenahan struktur *website* berkaitan dengan kebiasaan penggunaan kata kunci pada pencarian yang dilakukan pengguna mesin pencarian. Sebagai contoh, ada berapa orang yang melakukan pencarian dengan kata kunci "0102830.jpg" dibandingkan dengan "gambar_1.jpg" serta dilakukan perbandingan juga dengan kata kunci "gambar ktp indonesia". Kata kunci pertama akan sangat sulit dibayangkan siapa yang akan melakukannya, hal ini dapat dijawab dengan pertanyaan, apa yang mereka cari. Dari kata kunci kedua, pembaca dapat tahu, pencari ingin menemukan gambar (dilihat dari tipe dokumen yang digunakan), tapi apakah mereka juga tahu, gambar seperti apa itu. Kata kunci ketiga merupakan salah satu contoh kata kunci yang umumnya digunakan. Dengan kata kunci ini semua orang dapat tahu apa yang ingin dicari, yaitu gambar ktp indonesia. Dengan mengubah nama gambar dari kode khusus menjadi kata yang melambangkan isi gambar, gambar tersebut tidak hanya digunakan sebagai komponen website, namun juga dapat digunakan untuk menambah keterkaitan terhadap beberapa kata kunci. Dalam hal ini, kasus yang serupa berlaku pula pada desain alamat, dan penamaan komponen dan lainnya.

```
er green-background first odd">  
  
go.id/sites/default/files/banner/header2.jpg" data-tra
```

Gambar 4. Contoh penamaan gambar menggunakan kata yang jarang digunakan sebagai kata kunci

Konten

Dalam metode SEO, konten yang unik dan eksklusif akan menghasilkan efek yang sangat besar dibandingkan dengan poin yang lainnya. Konten yang unik akan memiliki sedikit pesaing, sehingga kemungkinan terdaftar dengan posisi yang cukup tinggi dapat dipastikan tinggi pula. Dengan adanya konten unik, konten tersebut tidak hanya akan meningkatkan posisi konten tersebut saja, namun dapat pula meningkatkan posisi *website* pemilik konten tersebut.

Tautan

Tautan merupakan salah satu alasan tingginya peringkat sebuah *website*. Banyaknya tautan dapat menyatakan reputasi *website* tersebut sangatlah bagus atau menyatakan *website* tersebut populer. Penyebaran tautan merupakan salah satu metode yang paling sering digunakan, dalam penyebaran tautan, popularitas *website* yang akan memuat tautan tersebut juga berpengaruh pada nilai tautan tersebut. Sebagai contoh, tautan yang ada pada *website* yang aktif dalam memperbaharui kontennya akan bernilai lebih dibandingkan dengan *website* yang kurang aktif. Satu-satunya masalah yang ada pada tautan adalah atribut “Rel='NoFollow'” pada *tag* tautan, *NoFollow* menyatakan bahwa *website* yang dituju tidak akan ditelusuri dan ini akan mengakibatkan tidak bertambahnya popularitas dan juga reputasi *website* yang dituju pada tautan.

```
<a rel='nofollow' href=
```

Gambar 5. Atribut “nofollow” pada sebuah tautan

Promosi

Bersamaan dengan menyebarnya tautan tentang *website* pemerintah yang ingin dinaikkan posisinya. Promosi dapat pula meningkatkan peringkat *website* tersebut. Dengan banyaknya tempat yang mereferensi kepada *website* tersebut, popularitas dan

reputasinya akan meningkat. Beberapa contoh promosi yang dapat dilakukan adalah dengan periklanan, penggunaan *email*, media sosial dan lainnya. Promosi disini tidak hanya dibatasi pada media *online*, bahkan dengan media *offline* sekalipun peningkatan peringkat dapat dilakukan, seperti dengan menyebarkan brosur dan iklan media *offline* (koran dan lainnya).

KESIMPULAN

Dengan menerapkan metode-metode SEO, diharapkan ketika ada masyarakat yang mencari informasi tentang layanan pemerintah menggunakan mesin pencarian, masyarakat tersebut dapat diarahkan ke *website* pemerintahan yang benar dan berhubungan dengan apa yang dicarinya. Sehingga *website* pemerintah (e-government) yang ditujukan untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat dapat meningkatkan fungsi utamanya yaitu sebagai pelayan publik.

DAFTAR PUSTAKA

Jeong Chun Hai, *Fundamental of Development Administration*. Selangor: Scholar Press, 2007.

Michiel Backus, *E-Governance and Developing Countries* E-Governance and Developing Countries, no. 3. 2001.

S. C. J. Palvia and S. S. Sharma, "E-Government and E-Governance : Definitions / Domain Framework and Status around the World," New York. .

A. E. Maria, "Konsep E-Government : Tantangan Peningkatan Pelayanan Kepada Masyarakat," Seminar, vol. 2005, no. Snati, 2005.

U. Nations, *E-Government Survey 2012*. 2012.

S. Brin and L. Page, "The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine."

E. Bagheri and A. A. Ghorbani, "A Frequency Mining-based Algorithm for Re-Ranking Web Search Engine Retrievals." pp. 1–15.

P. Huuhka, "Google : data structures and algorithms." .

I. G. N. B. C. Bawa, "QUERY DENGAN BAHASA ALAMI UNTUK MESIN PENCARI," vol. 11, no. 2, pp. 77–81, 2011.

A. Aula, N. Jhaveri, and M. Käki, "Information Search and Re-access Strategies of Experienced Web Users," 2005.

Google, *Search Engine Optimization Starter Guide Welcome to Google ' s Search Engine Optimization*. 2010.