

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	I-1
1.2 Perumusan Masalah.....	I-4
1.3 Batasan Masalah	I-4
1.4 Tujuan Penelitian.....	I-4
1.5 Manfaat Penelitian.....	I-5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teknologi Informasi	II-1
2.2 <i>Website</i>	II-2
2.3 Sistem Multimedia.....	II-10
2.3.1 Siklus pengembangan sistem multimedia.....	II-10
2.3.2 Masalah pada sistem multimedia	II-11
2.4 <i>Webometrics</i>	II-12

2.5 Fokus Penelitian	II-13
2.6 Teknik <i>Sampling</i>	II-15
2.7 Keabsahan Instrumen	II-19
2.7.1 Validitas dan kredibilitas instrumen	II-19
2.7.2 Realibilitas instrumen	II-23
2.8 <i>Quality Function Deployment</i>	II-25
2.8.1 Implementasi QFD.....	II-27
2.8.2 <i>House of quality</i> (HOQ).....	II-28
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	III-1
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	III-1
3.3 Pengumpulan Data.....	III-1
3.3.1 Pra penelitian	III-1
3.3.2 Data yang diperlukan	III-1
3.4 Pengolahan Data	III-2
3.5 Analisis Hasil.....	III-3
3.6 Kerangka Penelitian.....	III-3
 BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL	
4.1 Pengumpulan Data.....	IV-1
4.2 Pengolahan Data	IV-7
4.2.1 Validitas dan realibilitas data.....	IV-7
4.2.2 Reduksi data dengan <i>crosstabs</i>	IV-8
4.2.3 Penyusunan QFD	IV-22

4.3 Analisis Hasil.....	IV-31
4.3.1 Analisis <i>crosstabs</i>	IV-31
4.3.2 Analisis QFD	IV-32
4.3.2 Analisis akhir	IV-35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	V-1
5.2 Saran	V-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus pengembangan sistem multimedia	II-11
Gambar 2.2 Model QFD untuk perusahaan jasa	II-26
Gambar 2.3 Model <i>house of quality</i>	II-29
Gambar 2.4 Contoh matriks hubungan kebutuhan konsumen dan karakteristik teknis	II-30
Gambar 3.1 Kerangka penelitian.....	III-4
Gambar 4.1 Preferensi konsumen terhadap dimensi jenis informasi umum.	IV-4
Gambar 4.2 Preferensi konsumen terhadap dimensi konten <i>website</i> perguruan tinggi.....	IV-5
Gambar 4.3 Preferensi konsumen terhadap dimensi struktur <i>website</i>	IV-5
Gambar 4.4 Preferensi konsumen terhadap dimensi <i>website performance</i> ..	IV-6
Gambar 4.5 Pohon atribut dimensi jenis informasi umum	IV-9
Gambar 4.6 Pohon atribut dimensi konten <i>website</i> perguruan tinggi	IV-9
Gambar 4.7 Pohon atribut dimensi konten struktur <i>website</i>	IV-10
Gambar 4.8 Pohon atribut dimensi konten <i>website performance</i>	IV-10
Gambar 4.9 <i>Crosstabs</i> informasi umum dengan latar belakang pekerjaan...	IV-11
Gambar 4.10 <i>Crosstabs</i> informasi hiburan dengan latar belakang pekerjaan	IV-12
Gambar 4.11 <i>Crosstabs</i> jenis musik dengan latar belakang pekerjaan.....	IV-13
Gambar 4.12 <i>Crosstabs</i> informasi IPTEK dengan latar belakang pekerjaan	IV-14
Gambar 4.13 <i>Crosstabs</i> file audio dengan latar belakang pekerjaan.....	IV-14
Gambar 4.14 <i>Crosstabs</i> file video dengan latar belakang pekerjaan.....	IV-15
Gambar 4.15 <i>Crosstabs</i> file gambar dengan latar belakang pekerjaan.....	IV-15

Gambar 4.16 <i>Crosstabs</i> file teks dengan latar belakang pekerjaan	IV-16
Gambar 4.17 <i>Crosstabs</i> konten <i>website</i> perguruan tinggi dengan latar belakang pekerjaan	IV-16
Gambar 4.18 <i>Crosstabs</i> seputar penerimaan mahasiswa baru dengan latar belakang pekerjaan	IV-17
Gambar 4.19 <i>Crosstabs</i> informasi akademik dengan latar belakang pekerjaan	IV-17
Gambar 4.20 <i>Crosstabs</i> struktur <i>website</i> dengan latar belakang pekerjaan..	IV-18
Gambar 4.21 <i>Crosstabs</i> elemen desain dengan latar belakang pekerjaan	IV-18
Gambar 4.22 <i>Crosstabs</i> unsur visual / desain grafis dengan latar belakang pekerjaan	IV-19
Gambar 4.23 <i>Crosstabs</i> aksesibilitas dengan latar belakang pekerjaan.....	IV-19
Gambar 4.24 <i>Crosstabs</i> akses universal dengan latar belakang pekerjaan...	IV-20
Gambar 4.25 <i>Crosstabs website performance</i> dengan latar belakang pekerjaan	IV-20
Gambar 4.26 <i>Crosstabs</i> prioritas <i>time to load</i> dengan latar belakang pekerjaan	IV-21
Gambar 4.27 <i>Crosstabs</i> elemen SEO dengan latar belakang pekerjaan	IV-21
Gambar 4.28 <i>Crosstabs</i> unsur <i>relevance</i> dengan latar belakang pekerjaan..	IV-22
Gambar 4.29 Matriks hubungan antar karakteristik teknis	IV-25
Gambar 4.30 <i>House of Quality</i> (HOQ)	IV-30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis-jenis penelitian	II-14
Tabel 2.2 Perbedaan aksioma metode kauntitatif dan kualitatif	II-14
Tabel 2.3 Perbedaan uji keabsahan data pada metode kuantitatif dan kualitatif	II-19
Tabel 2.4 Simbol dalam <i>relationship matrix</i>	II-29
Tabel 4.1 Strategi teknis.....	IV-7
Tabel 4.2 Kebutuhan konsumen.....	IV-23
Tabel 4.3 Matriks hubungan kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis	IV-26
Tabel 4.4 Kebutuhan masing-masing <i>user</i>	IV-31
Tabel 4.5 Strategi peningkatan peringkat <i>webometrics</i>	IV-35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kerangka dimensi jenis informasi umum
- Lampiran 2. Kerangka dimensi konten *website* perguruan tinggi
- Lampiran 3. Kerangka dimensi struktur *website*
- Lampiran 4. Kerangka dimensi *website performance*
- Lampiran 5. Kuesioner
- Lampiran 6. Data mentah
- Lampiran 7. Preferensi konsumen terhadap dimensi jenis informasi umum
- Lampiran 8. Preferensi konsumen terhadap dimensi konten *website* perguruan tinggi
- Lampiran 9. Preferensi konsumen terhadap dimensi struktur *website*
- Lampiran 10. Preferensi konsumen terhadap dimensi konten *website performance*
- Lampiran 11. Kartu bimbingan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah memicu perkembangan fungsi website sebagai sarana bagi para perguruan tinggi untuk mempromosikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki sehingga meningkatkan popularitas. Tetapi, tidak hanya mempromosikan, perguruan tinggi juga harus bisa membaca dan memberikan apa yang diinginkan oleh pengguna internet khususnya stakeholders perguruan tinggi. Untuk itu, perlu dilakukan survey tentang kebutuhan pengguna internet akan ketertarikan website perguruan tinggi sehingga dapat meningkatkan peringkat webometrics. Melihat hal tersebut, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi rancangan website perguruan tinggi yang menarik untuk diakses oleh pengguna internet dan dapat meningkatkan peringkat webometrics.

Penelitian dilakukan pada website perguruan tinggi secara umum dengan responden adalah pengguna internet khususnya stakeholders website perguruan tinggi yang berlatar belakang pekerjaan sebagai pelajar, mahasiswa, dan dosen/pengajar. Langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian meliputi identifikasi faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam merancang atau meneliti website perguruan tinggi, pengumpulan voice of customer menggunakan kuesioner, reduksi data keinginan konsumen, penyusunan quality function deployment (QFD), dan menyimpulkan rancangan website.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang sebaiknya digunakan untuk merancang website perguruan tinggi dikelompokkan ke dalam empat prioritas strategi berdasarkan indikator pengukuran webometrics. Strategi untuk indikator size adalah mengusahakan search engine friendly. Strategi untuk indikator visibility adalah meningkatkan link. Strategi untuk indikator rich files adalah digitalisasi dan publikasi dokumen. Strategi untuk indikator scholarship adalah digitalisasi dan publikasi karya ilmiah dan yang bersifat akademik.

Kata kunci: website, perguruan tinggi, QFD, webometrics