

Published based on [Official: Bagaimana Google Menilai Tweet?](#)

# **Official: Bagaimana Google Menilai Tweet?**

Seperti yang pernah saya tulis, sejak bulan Desember kemarin Google mulai menampilkan hasil [pencarian real-time](#) selain hasil pencarian reguler pada halaman SERP (Search Engine Result Page) mereka. Hasil pencarian *real-time* ini menawarkan akses terhadap item-item yang sedang *hot* untuk suatu *query* pencarian.

Elemen hasil pencarian Google *realtime* yang utama adalah *tweet*. *Tweet* adalah pesan-pesan yang dikirim oleh pengguna Twitter.com. Amit Singhal, yang mengepalai pengembangan Google *realtime*, akhirnya mempublikasikan bagaimana cara Google menilai *tweet* yang tampil pada hasil pencarian *realtime*.

## Tweet juga ada "*PageRank*" nya

Algoritma *PageRank* Google mempertimbangkan struktur tautan halaman web. Semakin banyak situs yang menaut ke sebuah situs (misal A ke C dan B juga ke C) dan makin banyak situs yang menaut ke situs yang menaut (D dan E ke A; F, G, H dan I ke B) maka semakin '[relevan](#)' situs yang ditaut (C).

Bedanya, pada *tweet* yang dinilai bukanlah tautan, tapi *follower*. Twitter.com menggunakan sistem *follow*, dimana seorang pengguna Twitter mem-follow pengguna Twitter lainnya. Semakin banyak *follower*, makin kuat 'reputasi' *tweet* pengguna tersebut. Kalau *user* dengan banyak *follower* ini mem-follow pengguna Twitter lain, maka reputasi *user* yang di-follow ini akan terangkat secara signifikan.

*"It is more than a popularity contest. One user following another in social media is analogous to one page linking to another on the Web. Both are a form of recommendation.*

*As high-quality pages link to another page on the Web, the quality of the linked-to page goes up. Likewise, in social media, as established users follow another user, the quality of the followed user goes up as well."*

## Pengaruh filter dan algoritma lain

Tingkat reputasi dan *follower* hanya salah satu cara yang digunakan Google untuk menilai *tweet*. Hal-hal di bawah ini berpengaruh juga:

### 1. *Hashtag*

Pengguna Twitter sering menggunakan "*hashtag*" pada komentar/*tweet* yang dilontarkan. *Hashtag* adalah simbol # yang mengawali sebuah topik, misal; #seo.

Kalau *hashtag* ini disertakan pada sebuah *tweet*, dan kalau ada pengguna Twitter lain yang meng-klik *hashtag* tersebut di Twitter (atau situs lain yang menampilkannya) maka *tweet* akan ditampilkan pada hasil pencarian *real-time*.

### 2. *Spam*

Meskipun *hashtag* berguna untuk meningkatkan eksposur sebuah *tweet*, tapi juga rentan disalahgunakan untuk *spamming*. *Hashtag* yang 'salah' bisa memicu filter spam Google.

[Amit Singhal](#) tidak menjelaskan secara detail (iya lah, rahasia dapur), hanya disebutkan bahwa Google memodelkan perilaku ber-hashtag ini sedemikian rupa dan cenderung mengurangi eksposur *tweet* 'berkualitas rendah'.

### 3. *Signal in the noise*

Kata yang sangat populer seperti "Obama" bisa terkandung pada ribuan *tweet*. Untuk menemukan *tweet*

yang 'relevan' Google mencari "*signal in the noise*". Sinyal ini bisa berupa peningkatan jumlah *tweet* yang menyebutkan kata kunci lain setelah atau sebelum "Obama", misal "once Indonesian". *Tweet* yang mengandung sinyal ini akan dipilih untuk hasil pencarian *real-time*.

Problem dengan Google realtime ini untuk pejuang SEO adalah penampakkannya pada [SERP](#) yang sangat singkat. Waktu dan *effort* yang harus diinvestasikan untuk tampil di hasil pencarian *real-time* ini sebaiknya dikeluarkan saja untuk hasil pencarian reguler. Hasil pencarian reguler biasanya bertahan dalam waktu yang lama, sedangkan hasil pencarian *realtime* hanya muncul beberapa menit (kadang lebih singkat).

You can also find this article published on [Official: Bagaimana Google Menilai Tweet?](#), and on the tag pages [google caffeine](#), [google realtime](#), [pagerank](#), [relevansi](#), [seo](#), [serp](#), [twitter](#).