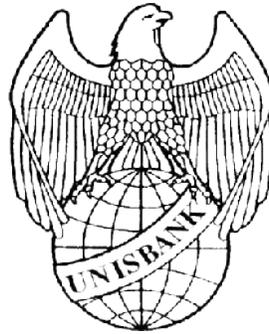


LAPORAN PENELITIAN

Rekayasa *Web* Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Provinsi Jawa Tengah



Oleh :

Fatkul Amin, S.T.,M.Kom	0624097401 (Ketua)
Muji Sukur, S.Kom., M.Cs	0627017201 (Anggota)
Rara Sriartati Redjeki, S.E,M.Kom	0630056801(Anggota)
M. Ainur Rois	11.01.53.0033 (Anggota)
Dio Cesariando	11.01.53.0090 (Anggota)

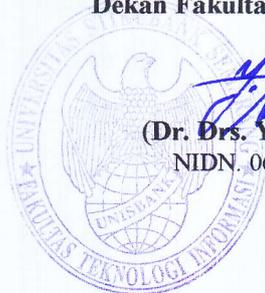
**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG
AGUSTUS 2014**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

-
1. a. Judul Pelatihan : Rekayasa *Web* Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Provinsi Jawa Tengah
b. Jenis Penelitian : Penelitian Terapan
c. Bidang Penelitian : 2 / 2.18 *Information Technology*
d. Tujuan Sosial Ekonomi : 20 / 20.05 *Information, Computer and Communication Technologies*
-
2. Ketua Peneliti
a. Nama Lengkap : Fatkhul Amin, S.T., M.Kom
b. Jenis Kelamin : Laki-laki
c. NIDN / NIY : 0624097401 / YU.2.02.10.044
d. Golongan / Pangkat : III B / Penata Muda
e. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
f. Jabatan Struktural : -
g. Fakultas / Program Studi : Teknologi Informasi / Teknik Informatika
h. Pusat Penelitian : Lembaga Penelitian Universitas Stikubank
-
3. Jumlah Anggota Peneliti : 4 orang
a. Dosen Anggota Peneliti I : Muji Sukur, S.Kom., M.Cs/ 0627017201
b. Dosen Anggota Peneliti II : Rara Sriartati Redjeki, S.E, M.Kom /0630056801
c. Mahasiswa Anggota Peneliti I : M. Ainur Rois/11.01.53.0033
d. Mahasiswa Anggota Peneliti II : Dio Cesariando/ 11.01.53.0090
-
4. Lokasi Penelitian : Universitas Stikubank Semarang
5. Kerjasama dengan Institusi lain
a. Nama Institusi : -
b. Alamat : -
c. Telepon / Faks / E-mail : -
-
6. Lama Penelitian : 3(tiga) bulan, 1Mei 2014–31Juli 2014
7. Pendanaan
a. Sumber Dana : Dalam Negeri
b. Institusi Sumber Dana : Unisbank
c. Besar Dana : Rp. 3.000.000,00
d. Sumber lain : Rp. 0,00
Jumlah : Rp. 3.000.000,00
-

Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknologi Informasi

(Dr. Drs. Y. Suhari, M.MSI)
NIDN. 0620106502



Semarang, 1 Agustus 2014
Ketua Pelaksana,

(Fatkhul Amin, S.T., M.Kom)
NIDN. 0624097401

Menyetujui,
Ketua LPPM Unisbank

(Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom)
NIDN. 0622056601



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan kenikmatan dan keberkahan yang Dia berikan kepada penulis sehingga laporan penelitian yang berjudul “ Rekayasa Web Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Provinsi Jawa Tengah “ dapat diselesaikan. Penulisan penelitian ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak, serta dorongan baik berupa pikiran, ide dan sumbang saran. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berbahagia ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada;

1. Bapak **Dr. H. Hasan Abdul Rozak, S.H., C.N.,M.M.** selaku Rektor Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.
2. Ibu **Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E., M.Kom,** selaku Ketua Lembaga Penelitian dan pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.
3. Bapak **Dr. Drs. Y. Suhari, M.MSI,** selaku Dekan fakultas Teknologi Informasi Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.
4. Rekan-rekan dosen yang telah memberikan masukan-masukan untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan laporan ini.

Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu bagisemua, serta dapat mendukung kemajuan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Teknologi informasi.

Semarang, 31 Juli 2014

Penulis

ABSTRAK

Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Jawa Tengah adalah perkumpulan guru-guru pemasaran yang ada di wilayah Jawa tengah. Mata pelajaran Pemasaran yang dinamis menuntut para guru untuk berkomunikasi dan berinteraksi agar mereka tidak ketinggalan perkembangan pemasaran dan peserta didik akan selalu mendapatkan mata pelajaran pemasaran terbaru. Web mgmppmjateng.org dibuat untuk memfasilitasi komunikasi antar para guru di wilayah Jawa Tengah, hal ini karena jarak yang berjauhan dan agar lebih efektifnya tujuan mgmp, maka dibuatlah web. Web mgmppmjateng.org dibuat melalui proses perencanaan web (*grand design web* dan taksonomi), Proses pembuatan/pembangunan web melalui proses standar dan Proses pemasaran web dengan memperhatikan *Search Engine Optimization (SEO)* sehingga web akan disukai mesin pencari. Proses terintegrasi dengan *Content Management System (CMS)* Wordpress dipilih untuk mendekatkan web dengan Mesin pencari seperti *google.com* dan *bing.com*. Uji kecepatan dan kualitas juga digunakan sebagai media pengukuran standar secara online. Melalui beberapa pengujian, web mgmppmjateng.org masuk dalam kategori web yang cukup bagus dan disukai mesin pencari (*seo friendly*).

Kata Kunci : mgmp pemasaran, *SEO*, *CMS*, Mesin Pencari, *Wordpress*

DAFTAR ISI

Halaman :

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BABI PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1. Website	4
2.1.1. Jenis-jenis Website	5
2.1.2. Manfaat Website	5
2.1.3. Nama Domain	6
2.1.4. Website Berkualitas	7
2.2. Arsitektur Informasi (<i>information Architecture</i>)	9
2.2.1. Tujuan Arsitektur	9
2.2.2. Organisasi Informasi (<i>organizing your information</i>)	10
2.3. Wordpress	11
2.3.1. <i>Dashboard Wordpress</i>	11
2.3.2. <i>Kelebihan Wordpress</i>	12
2.4. <i>Search Engine Optimization</i>	13
2.4.1. Keuntungan Melakukan SEO	14
2.4.2. Dasar SEO	15
2.5. Rekayasa Web	16
2.5.1. Desain	17
2.5.2. Implementasi	18
2.5.3. Integrasi Sistem	20
2.5.4. Penempatan Situs Web	20
2.5.5. Pemeliharaan Situs Web	20
BAB III REKAYASA WEB MGMP PEMASARAN JAWA TENGAH	22
3.1. Rancangan Web MGMP PM JATENG	22
3.1.1. Desain Visual	22
3.1.2. Pembuatan <i>Storyboarding</i>	23
3.1.3. Pembuatan <i>Prototype</i>	24
3.1.3.1. Halaman <i>Homepage</i>	24
3.1.3.2. Halaman Profil	25
3.1.3.3. Halaman Tentang Kami	26
3.1.3.4. Halaman Wilayah	27
3.1.3.4.1. Halaman Wilayah Karisidenan Semarang	28

3.1.3.4.2. Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta.....	29
3.1.3.4.3. Halaman Wilayah Karisidenan Pati.....	30
3.1.3.4.4. Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan.....	31
3.1.3.4.5. Halaman Wilayah Karisidenan Kedu	32
3.1.3.4.6. Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas	33
3.1.3.5. Halaman Layanan.....	34
3.1.3.5.1. Halaman Layanan Kurikulum	35
3.1.3.5.2. Halaman Pendaftaran Online	35
3.1.3.5.3. Halaman Kritik dan Saran.....	36
3.1.3.5.4. Halaman Daftar Tamu	37
3.1.3.6. Halaman Galeri	38
3.1.3.7. Halaman Hubungi Kami	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Deskripsi Web MGMP PM JATENG	40
4.2. Aplikasi Rancangan Tampilan Halaman	41
4.2.1. Aplikasi Halaman Homepage.....	41
4.2.2. Aplikasi Halaman Profil.....	42
4.2.3. Aplikasi Halaman Tentang Kami	43
4.2.4. Aplikasi Halaman Wilayah	44
4.2.4.1. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Semarang	45
4.2.4.2. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta.....	46
4.2.4.3. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Pati	47
4.2.4.4. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan....	48
4.2.4.5. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Kedu	49
4.2.4.6. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas	50
4.2.5. Aplikasi Halaman Layanan	51
4.2.5.1. Aplikasi Halaman Layanan Kurikulum	52
4.2.5.2. Aplikasi Interaktif Form Buku Tamu	52
4.2.5.3. Aplikasi Interaktif Form Kritik dan Saran.....	53
4.2.5.4. Aplikasi Interaktif Form Daftar Tamu	55
4.2.6. Aplikasi Halaman Galeri.....	55
4.2.7. Aplikasi Halaman Hubungi Kami	56
4.3. Implementasi	57
4.4. Integrasi Sistem.....	57
4.5. Penempatan Situs Web	57
4.6. Pemeliharaan Situs Web	58
4.7. Evaluasi Web MGMP PM JATENG.....	59
4.7.1. Indeks Web di Mesin Pencari <i>google.com</i> dan <i>Bing.com</i>	59
4.7.2. Kecepatan <i>Loading</i>	61
4.7.3. Kualitas Web	61
4.7.3.1. Uji Kualitas Web dengan <i>chkme.com/page-seo-tools</i> ..	62
4.7.3.2. Uji Kualitas Web dengan <i>seositecheckup.com</i>	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman :

Gambar	2.1	Dashboard Wordpress	11
Gambar	3.1	Tampilan Grand Design.....	23
Gambar	3.2	Tampilan <i>Halaman HomePage</i>	24
Gambar	3.3	Tampilan Halaman <i>Profil</i>	25
Gambar	3.4	Tampilan Halaman Tentang Kami	26
Gambar	3.5	Tampilan Halaman Wilayah	27
Gambar	3.6	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Semarang	28
Gambar	3.7	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta	29
Gambar	3.8	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pati.....	30
Gambar	3.9	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan.....	31
Gambar	3.10	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Kedu	32
Gambar	3.11	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas	33
Gambar	3.12	Tampilan Halaman Layanan	34
Gambar	3.13	Tampilan Halaman Layanan Kurikulum	35
Gambar	3.14	Rancangan Form Pendaftaran Online.....	36
Gambar	3.15	Rancangan Form Kritik dan Saran	37
Gambar	3.16	Rancangan Form Daftar Tamu.....	37
Gambar	3.17	Tampilan Halaman Galeri.....	38
Gambar	3.18	Tampilan Halaman Hubungi Kami	39
Gambar	4.1.	Tampilan Home Page	42
Gambar	4.2.	Tampilan Halaman Profil	43
Gambar	4.3.	Tampilan Halaman Tentang kami	43
Gambar	4.4.	Tampilan Halaman Wilayah	44
Gambar	4.5.	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Semarang	45
Gambar	4.6.	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta	46
Gambar	4.7.	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pati.....	47
Gambar	4.8.	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan.....	48
Gambar	4.9.	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Kedu	49
Gambar	4.10.	Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas	50
Gambar	4.11.	Tampilan Halaman Layanan	51
Gambar	4.12.	Tampilan Halaman Layanan Kurikulum	52
Gambar	4.13.	Form Pendaftaran Online.....	53
Gambar	4.14.	Form Kritik dan Saran	54
Gambar	4.15.	Form Daftar Tamu.....	55
Gambar	4.16.	Tampilan Halaman Galeri.....	55
Gambar	4.17.	Tampilan Halaman Hubungi Kami	56
Gambar	4.18.	Hasil Evaluasi mgmppmjateng.org . pada mesin pencari google.com	60
Gambar	4.19.	Hasil Evaluasi mgmppmjateng.org . Pada mesin pencari bing.com	60
Gambar	4.20.	Hasil Evaluasi speed web mgmppmjateng.org . Menggunakan gtmetric.com	61
Gambar	4.21.	Hasil Evaluasi kualitas web mgmppmjateng.org . Dengan chkme.com	62
Gambar	4.22.	Hasil Evaluasi kualitas web denga seositecheckup.com	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sumber daya manusia Indonesia sangatlah besar, jumlah penduduk yang terus meningkat dari tahun ke tahun bila di optimalkan akan membawa kepada Negara Indonesia yang bermartabat dan mandiri. Jumlah penduduk Indonesia yang menikmati pendidikan dari waktu ke waktu juga semakin besar, sehingga banyak penduduk yang bisa menambah pengetahuannya untuk hidup yang lebih baik. Teknologi yang berkembang saat ini khususnya teknologi informasi memberikan banyak manfaat untuk semua bidang pekerjaan dan kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi juga menyentuh dunia pendidikan mulai dari tingkat dasar sampai dengan tingkat menengah. Keberadaan teknologi informasi khususnya melalui media online telah membantu mempermudah dunia pendidikan.

Guru sebagai ujung tombak majunya pendidikan di Indonesia dituntut untuk bisa memberikan pelajaran bagi siswa-siswanya dengan cara dan metode yang sesuai dengan perkembangan zaman. Perkembangan Dunia IT khususnya dunia online membuat guru-guru harus selalu menambah pengetahuan mereka agar tidak tertinggal dalam mengajar dan memberikan pelajaran-pelajaran terkini bagi peserta didiknya. Guru-guru pemasaran adalah salah satu dari komponen disekolah diantara guru-guru mata pelajaran yang lain yang dituntut untuk selalu update informasi tentang pemasaran dan perkembangannya.

Pada tahun 2013 guru-guru pemasaran seluruh Indonesia lewat peraturan menteri diharuskan memberikan materi pelajaran pemasaran online untuk peserta didiknya. Hal ini tentunya akan membuat siswa-siswi menjadi lebih paham tentang pemasaran online disamping pemasaran offline seperti biasanya. Namun demikian, pelajaran Pemasaran online terkendala oleh pengetahuan yang terbatas yang dimiliki oleh sebagian besar guru-guru di seluruh Indonesia. Beberapa hal yang menjadi kendala bagi para guru pemasaran untuk memberikan pelajara

pemasaran online antara lain; latar belakang yang berbeda diantara guru pemasaran, tingkat pengetahuan komputer yang tidak sama, tingkat kedekatan para guru dengan dunia online, masih banyaknya guru yang belum mengenal online, masih banyak guru yang menggunakan media sosial hanya untuk update status dan lain sebagainya.

Musyawarah guru mata pelajaran pemasaran (MGMP PM) Provinsi Jawa Tengah sebagai tempat berkomunikasi antara guru-guru pemasaran di seluruh Jawa Tengah memberikan terobosan dan bimbingan kepada guru-guru pemasaran. Terobosan yang dilakukan adalah dengan memberikan peraturan-peraturan terbaru tentang mata pelajaran pemasaran, silabi dan lain sebagainya yang erat kaitannya dengan guru pemasaran. Pada intinya MGM PPM Jateng ingin memberikan informasi-informasi yang bermanfaat yang bisa dibagi untuk para guru pemasaran di Jawa Tengah. Namun demikian karena waktu dan jarak diantara para anggota guru pemasaran terbilang jauh, sehingga proses berbagi ilmu dan berbagi informasi seputar pemasaran khususnya pemasaran online menjadi terhambat.

Melihat permasalahan dan hambatan yang ada pada MGMP PM Jateng, perlu dibuat sebuah website yang bisa dijadikan sebagai pusat informasi dan tempat berbagi pengetahuan tentang pemasaran serta perkembangannya bagi guru-guru pemasaran di seluruh Jawa Tengah bahkan seluruh Indonesia. Informasi-informasi terkini dan rencana kegiatan yang akan diadakan oleh MGMP PM Provinsi Jawa Tengah bisa di unggah di website dan anggota dimanapun berada, kapanpun bisa mengakses informasi dengan mudah dan murah yang dilengkapi pula dengan download gratis melalui website.

1.2. Perumusan Masalah

Bagaimana membuat *Web* Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Provinsi Jawa Tengah yang *Search Engine Optimization friendly*.

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

- a. Materi yang dibuat hanya Tentang Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Provinsi Jawa Tengah
- b. Website yang dibuat adalah Domain berbayar dengan ekstensi .org (dot org)

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah;

Merekayasa Web Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) Pemasaran Provinsi Jawa Tengah menggunakan pendekatan sistematis, terukur untuk pengembangan web, mudah aplikasinya dan pemeliharannya, serta membuat web yang *Search Engine Optimization (SEO) Friendly*.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah;

- a. Hasil penelitian (*Website*) dapat digunakan Musyawarah Guru Mata Pelajaran Pemasaran (MGMP PM) Jawa Tengah untuk berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan *hardskill* dan *softskill* para guru-guru pemasaran di wilayah Jawa Tengah.
- b. Web bisa menjadi alat komunikasi bertukar informasi dan pengetahuan melalui fasilitas *free download*.
- c. Web memberikan Pengunjung kebutuhan informasi terkini tentang perkembangan pemasaran di Jawa Tengah

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Website

Pengertian *website* atau sering disingkat dengan istilah situs adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya (Wikipedia). Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Hidayat, 2010).

Web dapat diartikan sebagai alat untuk menciptakan sistem informasi global yang mudah berdasarkan pada hiperteks (Simarmata, 2010). Web merupakan sistem hypermedia yang berarea luas yang ditujukan untuk akses secara universal. Salah satu kuncinya adalah kemudahan tempat seseorang atau perusahaan dapat menjadi bagian dari web berkontribusi pada web (Hanson, 2000).

Website adalah kumpulan dari halaman - halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di dalam Internet. Sebuah halaman web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu sebuah protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. dan Website atau situs dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

2.1.1. Jenis- jenis Website

Secara garis besar, website bisa digolongkan menjadi 3 bagian yaitu:

- a. Website Statis
- b. Website Dinamis
- c. Website Interaktif

Website Statis adalah web yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman dilakukan secara manual dengan mengedit code yang menjadi struktur dari website tersebut. Website Dinamis merupakan website yang secara struktur diperuntukan untuk update sesering mungkin. Biasanya selain utama yang bisa diakses oleh user pada umumnya, juga disediakan halaman backend untuk mengedit konten dari website. Contoh umum mengenai website dinamis adalah web berita atau web portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, polling dan sebagainya

Website Interaktif adalah web yang saat ini memang sedang booming. Salah satu contoh website interaktif adalah blog dan forum. Di website ini user bisa berinteraksi dan beradu argument mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Biasanya website seperti memiliki moderator untuk mengatur supaya topik yang diperbincangkan tidak keluar jalur.

2.1.2. Manfaat website

Beberapa alasan mendasar atau utama mengapa perusahaan bahkan individu membuat atau ingin memiliki sebuah website atau situs internet, diantaranya adalah :

- a. Memperluas jangkauan promosi, dengan memiliki website maka produk kita lebih banyak dikenal masyarakat bahkan sampai ke manca negara. Produk yang bisa ditawarkan melalui website bisa berupa produk barang maupun jasa. Dengan luasnya promosi maka otomatis akan meningkatkan penjualan perusahaan kita.
- b. Media tanpa batas, internet adalah media informasi yang tanpa batas. Dengan memiliki website berarti kita sama saja memiliki karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu.

Artinya website kita akan memberikan informasi kepada calon pembeli selama 24 jam non stop.

- c. Internet bisa diakses oleh seluruh lapisan masyarakat di antero jagat (*unlimited user access*).
- d. Promosi terluas, internet adalah media promosi terluas jika dilihat dari kacamata jangkauan atau cakupan area (*unlimited scope of areas*).
- e. Media pengenalan perusahaan. Jika kita baru saja mendirikan perusahaan atau baru saja meluncurkan sebuah produk, maka websitelah solusinya. Kenapa bisa demikian? Dengan adanya website kita lebih cepat mengenalkan perusahaan kita dan lebih mendekatkan perusahaan ke pelanggan. Hal ini disebabkan pelanggan internal maupun eksternal bisa menggali lebih dalam tentang sejarah perusahaan, jasa atau produk yang di tawarkan, bahkan informasi lowongan kerja dan detail informasi perusahaan.
- f. Sebagai media promosi, Internet merupakan salah satu media promosi yang menarkan biaya yang relatif efisien dikaitkan dengan jangkauan area dengan optimalisasi manfaat terbesar.

2.1.3. Nama domain

Nama domain atau biasa disebut dengan *Domain Name* atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah website, atau dengan kata lain domain name adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website pada dunia internet. Untuk nama/alamat situs, salah satu format standar nama yang digunakan adalah sebagai berikut :

nama-protokol:/nama-host/path/nama-file

nama-protokol misalnya http, ftp.

nama-host misalnya www.tegararian.blogspot.com

path = nama lengkap jalur ke file, misalnya: prg

nama-file misalnya tugas.doc

Contoh nama domain ber-ekstensi lokasi Negara Indonesia adalah :

a. .co.id

Untuk Badan Usaha yang mempunyai badan hukum sah

- b. ac.id
Untuk Lembaga Pendidikan
- c. go.id
Khusus untuk Lembaga Pemerintahan Republik Indonesia
- d. .mil.id
Khusus untuk Lembaga Militer Republik Indonesia
- e. .or.id
Untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori “ac.id”, “co.id”, “go.id”, “mil.id” dan lain lain
- f. .war.net.id
Untuk industri warung internet di Indonesia
- g. .sch.id
Khusus untuk Lembaga Pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMU
- h. .web.id
Ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di *World Wide Web*.

2.1.4. Website Berkualitas

Website adalah sarana komunikasi yang efektif dan efisien saat ini. Media informasi seperti media informasi berupa online memiliki pasar yang besar dan memiliki cara tersendiri dalam menggunakannya. Website dibuat dengan memperhatikan beberapa hal penting sehingga tujuan yang diharapkan dengan penggunaan website bisa tercapai. Proses pembuatan web dari awal mulai perancangan harus memperhatikan kriteria web yang bagus dan profesional.

Kriteria Website yang bagus ;

- a. *Visitor-centric, clear purpose*
Website dibuat untuk konsumen dengan memperhatikan kebutuhan konsumen. Website dibuat dengan tujuan yang jelas, sehingga proses dari perancangan sudah didesain dengan memperhatikan tujuan dirancangnya sebuah website.

b. *Progressive disclosure*

Website harus memperhatikan banyak hal seperti struktur navigasi, side bar dan lain sebagainya yang berkaitan dengan website secara keseluruhan.

c. *Displays quickly*

Website dibuat untuk bisa tampil dengan cepat, sehingga membuat pengunjung tidak menunggu lama. 8 detik adalah waktu maksimal website harus tampil didepan user setelah diklik

d. *Browser compatible*

Website harus didesain untuk bisa dilihat menggunakan banyak browser yang ada, seperti : firefox, opera, google chrome, dan lain sebagainya.

e. *Intuitive navigation*

Website didesain sesuai intuisi pengunjung pada umumnya. Dibuat klaster dan kategori untuk memudahkan administrator dan visitor.

f. *Spelling, grammar, writing*

Website dibuat menggunakan bahasa yang sesuai dengan target dibuatnya website. Jika web akan digunakan untuk orang Indonesia, maka sebaiknya menggunakan bahasa Indonesia.

g. *Secure (eCommerce)*

Website di buat aman dari serangan hack dan spam. Jika serangan spam tetap masuk, begitu juga hack tetap ada, maka sebagai antisipasinya harus rajin impor data web untuk backup data.

h. *Attractive design, easy to read*

Website dibuat dan didesain yang sesuai kebutuhan dan user friendly.

i. *Cultural bias? (Regional? Domestic? International?)*

Website harus jelas dilevel mana website di targetkan pengunjungnya. Apakah di level Regional, Nasional atau Internasional.

j. *No technical problems (broken links, buggy scripts)*

Website didesain untuk tampil utuh didalam dan utuh di pencarian search engine. Hindari terjadinya edit atau penghapusan kata kunci yang bisa berakibat broken links.

k. *Maintainable (separate content from style)*

Website didesain untuk mudah di pelihara, mudah dirawat oleh administrator.

l. *Search Engine Accessibly*

Website harus didesain dan dibuat *Search engine optimizaton* (SEO).

Website harus SEO friendly.

2.2. Arsitektur Informasi (*information Architecture*)

Arsitektur informasi menggambarkan keseluruhan model konseptual dan desain umum yang digunakan untuk merencanakan, struktur, dan merakit sebuah situs.

2.2.1. Tujuan Arsitektur

Langkah perdana ketika membuat web adalah mengatur isi situs ke taksonomi dan hirarki informasi. Pengaturan diperlukan agar tujuan dibangunnya web bisa tepat sasaran dan focus. Jika web tidak direncanakan dengan terlebih dahulu membuat taksonomi, maka yang akan terjadi adalah web akan tidak disukai pengunjung. Website juga akan dijauhi oleh mesin pencari. Berikutnya setelah taksonomi dan hirarki informasi dibuat Komunikasikan konseptual ikhtisar untuk kemudahan aksesnya. Analisis juga situs organisasi secara keseluruhan untuk tim desain dan klien; beberapa hal juga perlu diperhatikan dalam Penelitian dan desain konsep situs inti navigasi. Navigasi yang benar akan membuat web tampil elegan dan disukai banyak orang.

Berikutnya adalah menetapkan standar dan spesifikasi untuk penanganan html markup semantik, dan format dan penanganan konten teks. Proses markup semantic juga perlu dipelajari karena didalam kode program tersimpan kekuatan. Proses penulisan kode yang mengikuti arsitektur informasi yang benar akan membuat desain web menjadi sempurna, sempurna untuk memuaskan user.

Langkah terakhir dalam arsitektur informasi adalah merancang dan mengimplementasikan standar pencari optimasi dan strategi.

2.2.2. Organisasi Informasi (*Organizing Your Information*)

Berikut ini tahapan proses dalam organisasi informasi website yang harus diperhatikan agar website bagus;

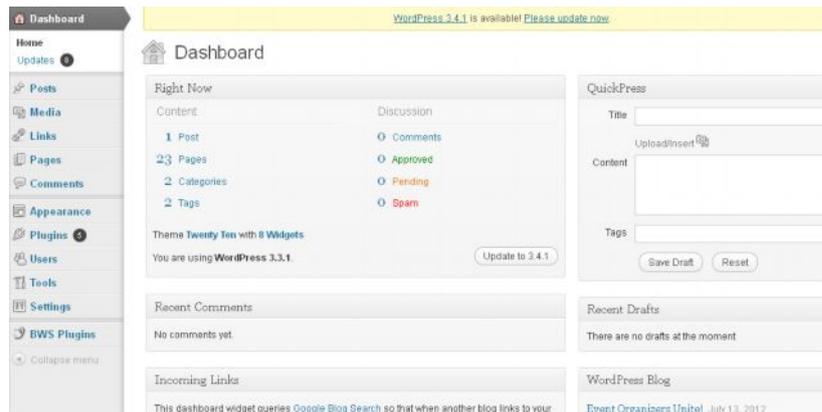
- a. Menginventarisasi konten Anda: Apa yang Anda sudah? Apa yang Anda butuhkan?
- b. Membentuk garis hirarki dari konten Anda dan membuat terkontrol kosakata sehingga konten utama, struktur situs, dan elemen navigasi selalu diidentifikasi secara konsisten;
- c. *Chunking*: Membagi konten Anda ke dalam unit logis dengan modular yang konsisten strukturnya;
- d. Menggambar diagram yang menunjukkan struktur situs dan garis kasar halaman dengan daftar link inti navigasi, dan
- e. Menganalisis sistem anda dengan menguji organisasi interaktif dengan pengguna yang sebenarnya; merevisi sesuai kebutuhan.

2.3. Wordpress

Wordpress adalah salah satu *Content management System*(CMS) yang banyak digunakan oleh banyak perusahaan. CMS wordpress mudah dipelajari dan mudah digunakan oleh *web designer*. Teknologi web dengan CMS Wordpres terus berkembang dan dalam implementasinya memudahkan mesin pencari untuk menemukannya. Proses pencarian yang mudah dimesin pencari, tentunya jika menggunakan teknik dan cara yang benar tentunya. Wordpres memiliki banyak keuntungan-keuntungannya jika optimalisasi dilakukan. Hal ini karena banyaknya fasilitas berupa plugin yang bisa didownload dan dipasang dengan mudah tanpa bayar. Teknologi web sekarang memungkinkan siapaapaun walaupun tidak memiliki bekal pengetahuan yang banyak bisa melakukan edit karena sangat mudah. Salah satu contohnya adalah ketika ingin membuat form, bisa dilakukan cukup dengan mendownload dan mengaktifkannya, dan blog bisa dibuat dengan bagus.

2.3.1. Dashboard Wordpress

Wordpress memiliki tempat edit atau tempat yang digunakan sebagai dapur website. Dapur untuk mengelola website pada CMS Wordpres adalah Dashboard. Penjelasan detail mengenai *tools* (alat-alat) yang bisa digunakan dalam *dashboard* (gambar 2.1) antara lain;



Gambar 2.1 Dashboard Wordpress

a. *Post*

Tool ini digunakan untuk menuliskan naskah yang akan diupload di web. Proses edit web untuk membuat artikel juga dapat dilakukan di fasilitas post.

b. *Media*

Media pendukung yang dimiliki wordpress memungkinkan anda bisa memasukkan image dan lain sebagainya

c. *Link*

Tempat anda membuat *link* yang akan terhubung ke website lain melalui link yang ada pada website kita

d. *Pages*

Tool ini digunakan untuk membuat halaman website. Proses pembuatan bisa dilakukan dengan mudah dan cepat tentunya mengikuti struktur navigasi yang telah ditetapkan.

e. *Appearance*

Tool ini digunakan untuk merubah *theme* (tampilan website), bisa juga dilakukan untuk edit *coding program* di editor, dan lain-lain

f. Plugin

Tool ini digunakan untuk mengoptimalkan kebutuhan anda terhadap website. Tersedia banyak plugin yang bisa diunduh dengan mudah untuk selanjutnya bisa dipasang pada web.

g. User

Tool ini digunakan untuk melihat *user* yang sedang aktif dan bisa melakukan menambah *user*, proses edit *user* atau mengurangi *user*.

h. Tools

Tool ini digunakan untuk melakukan ekspor file dan impor file yang bisa membantu mengamankan data website.

i. Setting

Tool ini digunakan untuk proses edit untuk wordpress secara dasar atau umum.

2.3.2. Kelebihan *Wordpress*

Wordpress memiliki banyak keunggulan sehingga banyak digunakan di banyak website atau blog yang ada di dunia maya. Berikut ini beberapa kelebihan *wordpress*;

- a. *Template System*, yang akan memudahkan anda menggonta-ganti tampilan blog semudah mengklik. Anda bisa mengubah-ubah tampilan blog hanya dalam hitungan detik. Dan blog anda tetap berjalan seperti semula.
- b. *Integrated link management*, anda bisa mengatur dan mengorganisir link atau tautan ke blog atau website lain dengan hanya mengisi formulir saja *CafeBisnis Online*
- c. *Search engine-friendly* permalink structure, tiap artikel mampu member alamat halaman yang mudah dibaca oleh mesin pencari.
- d. *Support for plugins*, blog anda bisa ditambah kemampuannya, bisa dirubah fungsinya hanya dengan menggunakan plugin. Mengaktifkan dan menginstall plugin juga amat mudah

- e. *Support for widgets*, anda bisa mengatur urutan blok modul hanya dengan drag and drop. Anda bisa menambah modul di sidebar hanya dengan mengklik aja.
- f. *Nested categories and multiple categories for articles*, anda bisa mengumpulkan artikel-artikel dalam satu kategori atau satu artikel masuk ke banyak kategori.
- g. *Trackback and Pingback*, anda juga bisa saling terhubung dengan blog-blog lain
- h. *Typographic filters for proper formatting and styling of text*, memungkinkan anda begitu mudah membuat artikel, mengubah huruf dan gaya penulisan. Semuanya cukup dengan klik. Anda bahkan tak perlu hafal kode HTML sekalipun
- i. *Static pages*, jika anda butuh sebuah halaman statis yang berisi info tentang diri anda atau apapun juga, WordPress siap melayani.
- j. *Multiple authors*, capek nulis sendiri dan ingin mengundang penulis luar, wordpress bisa menanganinya.
- k. *Can store a list of users who visit your blog*, bisa juga mendaftarkan pengunjung yang mengunjungi blog anda
- l. *Can block site visitors by IP address*, bisa memblokir pengunjung dari IP tertentu
- m. *Tag support*, tiap artikel bisa ditambahkan tag untuk mempermudah search engine mengenali isi blog atau artikel anda.
- n. *Comment Support*, anda bisa berinteraksi langsung dengan pengunjung. Mereka bisa memberikan komentar di tiap artikel *CafeBisnis Online*
- o. *RSS Feed Support*, pengunjung juga bisa memantau perkembangan atau update artikel-artikel baru anda dengan sangat mudah melalui RSS Feed. Mereka bisa membacanya di *RSS Reader* atau dari *Communicator*.

2.4. Search Engine Optimization (SEO)

Menurut Danny Sullivan, istilah *search engine optimization* pertama kali digunakan pada 26 Juli tahun 1997 oleh sebuah pesan spam yang diposting di Usenet. Pada masa itu algoritma mesin pencari belum terlalu kompleks sehingga

mudah dimanipulasi. Versi awal algoritma pencarian didasarkan sepenuhnya pada informasi yang disediakan oleh webmaster melalui meta tag pada kode html situs web mereka. Meta tag menyediakan informasi tentang konten yang terkandung pada suatu halaman web dengan serangkaian kata kunci (*keyword*).

Sebagian webmaster melakukan manipulasi dengan cara menuliskan kata kunci yang tidak sesuai dengan konten situs yang sesungguhnya, sehingga mesin pencari salah menempatkan dan memeringkat situs tersebut. Hal ini menyebabkan hasil pencarian menjadi tidak akurat dan menimbulkan kerugian baik bagi mesin pencari maupun bagi pengguna internet yang mengharapkan informasi yang relevan dan berkualitas.

Pengertian SEO atau *Search Engine Optimization* adalah suatu teknik untuk memaksimalkan suatu website agar lebih dikenal atau lebih mudah dibaca oleh search engine. Teknik SEO dilakukan melalui proses yang systematis artinya teknik seo harus mengikuti aturan-aturan yang berlaku pada suatu search engine tertentu yang menjadi rujukannya

2.4.1. Keuntungan Melakukan SEO

Berikut ini beberapa keuntungan menggunakan SEO

a. Mendatangkan Traffic yang Banyak

Kita semua pasti tahu jika situs atau blog berada pada halaman satu *Search Engine* pasti akan mendatangkan pengunjung (Traffic) yang sangat besar, tergantung pada keyword yang kita target dan besar kecilnya data hasil pencarian dari *Google Planner*.

b. Meningkatkan Penjualan

Jika suatu situs menjual suatu produk atau barang seperti lazada.co.id yang menjual aneka barang seperti laptop atau lainnya, maka jika ada orang mencari di google dengan keyword “jual laptop murah” kemudian situs tersebut ranking 1, maka sudah 95% lazada akan mendapatkan penjualan dari hasil SEO tersebut.

c. Meningkatkan Daya Saing

Mudah saja untuk keuntungan SEO yang satu ini, jika posisi suatu situs lebih tinggi maka secara otomatis daya saingnya pun akan lebih tinggi. Masih banyak lagi keuntungan dari SEO ini yang tidak saya sebutkan semua, karena saya

yakin dengan 3 hal diatas saja pasti anda sudah mengerti mengenai keuntungan SEO.

2.4.2. Dasar SEO

Dasar SEO ini merupakan pondasi yang bisa dibilang sangat wajib diketahui oleh pemula di dunia *search engine optimization* karena hal tersebut merupakan suatu hal yang harus dan diterapkan jika anda ingin menjadi ahli seo atau membuat situs berada pada halaman/posisi satu googledengan kata kunci yang anda target.

a. On Page SEO

On Page SEO adalah suatu teknik mengoptimisasi halaman website dengan menerapkan beberapa dasar keyword yang ditarget kedalamnya. Keuntungan dari on page seo ini yaitu situs anda akan lebih dinilai relevan oleh google, juga jika halaman tersebut hanya mendapatkan sedikit backlink bisa dipastikan akan mudah ranking #1 Google.

Berikut dasar yang harus diterapkan dalam *on page seo* :

1) Title Tag

Title Tag itu sama seperti judul pada suatu posting/artikel tetapi berbeda, karena umumnya title tag ini dibaca oleh search engine, jika title tag tidak diganti atau sama menyerupai judul posting maka yang muncul pada search engine sebagai title tag yaitu judul posting tersebut. Berikut gambar contoh title tag.

2) Meta Description

Meta descriptions adalah keterangan dari suatu halaman berdasarkan dari kalimat artikel postingan anda, agar meta description terlihat menggoda dan menarik trafik anda perlu memodifikasinya dengan menggunakan plugin SEO by Yoast seperti yang sudah saya jelaskan diatas.

3) URL

URL singkatan dari *Uniform Resource Locator*, adalah rangkaian karakter menurut suatu format standar tertentu, yang digunakan untuk menunjukkan alamat suatu sumber seperti dokumen dan gambar di Internet

4) *Heading (h1, h2, h3, h4)*

Heading adalah sekumpulan kata yang menjadi judul atau sub-judul dalam sebuah dokumen html. *Heading* berbeda dengan tag < title >. Html menyediakan enam tingkatan heading, dimana heading level 1 (< h1 >) adalah yang terbesar, biasa berada di judul posting, dan heading level 6 (< h6 >) adalah yang terkecil.

5) *Image & Image ALt Tag*

Meletakkan kata kunci pada gambar

6) *Link to Site Authority*

Link to authority site yaitu merupakan sebuah posting yang di dalamnya terdapat link menuju situs – situs terpercaya / yang dipercayai google seperti youtube, wikipedia, facebook dan masih banyak lagi. Bagaimana cara mengetahui situs yang dipercayai google? anda dapat melihatnya dari Page Rank (PR) situs tersebut jika page rank suatu situs lebih dari 7 maka bisa dikatakan situs tersebut sudah dipercayai google (*Authority Site*) .

b. Off Page SEO

Off Page Search Engine Optimization adalah cara mengoptimisasi suatu halaman dari luar situs (menggunakan backlink), “*Apa itu Backlink?*” **Backlink adalah** Link dari halaman situs kita yang berada pada halaman situs orang lain yang mempunyai PR (Page Rank) yang tinggi. Search Engine seperti Google sangat menyukai Backlink yang berkualitas yang artinya Backlink dari situs authority atau situs yang dipercayai Google dan mempunyai PR yang tinggi seperti Wikipedia, Twitter, WordPress, dan lain-lain. Oleh karenanya suatu situs akan di angkat posisinya oleh google jika mempunyai backlink dari situs authority tersebut, dan bahkan bisa menjadikan situs kita ranking tinggi dengan kata kunci yang di target jika mendapatkan backlink dari situs yang berPR tinggi.

2.5. Rekayasa Web

Rekayasa website atau yang dikenal dengan *web engineering* diperlukan dalam proses pembuatan atau perbaikan sebuah website. Website yang diminati oleh konsumen atau pengunjung adalah website yang masuk dalam kriteria 12 prinsip web yang professional. Implementasi membuat website yang

bisa masuk kriteria adalah website yang didesain dari awal dengan benar, dan sampai akhirpun juga benar. Hal ini memiliki arti, semua tahapan proses yang terjadi dalam rekayasa web memiliki substansi fungsi penting tersendiri. Rekayasa web sangat dibutuhkan untuk bisa melahirkan website yang visitor sentris. Berikut ini beberapa tahapan dalam proses rekayasa yang harus dilakukan;

2.5.1. Desain

Tahapan yang pertama dalam proses rekayasa web adalah desain. Desain sangat menentukan web akan jadi sesuai dengan harapan pengunjung atau tidak. Desain yang *Search Engine Optimization* (SEO) friendly adalah yang diharapkan oleh web desainer. Proses dalam Desain memiliki beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut;

a. Desain Visual

Berikut ini tahapan dalam desain visual ; adalah web desainer menentukan tampilan halaman web, seperti letak banner, navigasi, logo untuk situs web. Selanjutnya proses Desain teknologi ; adalah pendefinisian prosedur-prosedur yang diperlukan dan antar muka antara prosedur tersebut (bila situs web bersifat dinamis). Setelah proses perancangan desain teknologi, langkah berikutnya adalah desain Desain struktur informasi ; web desainer menentukan bagaimana isi situs (informasi) bisa dicocokkan dengan halaman web. Dijelaskan secara singkat bagaimana sumber informasi pada isi situs dipecah-pecah sesuai dengan struktur dari situs web dan dihubungkan dengan link-link.

b. Pembuatan *Storyboarding*

Storyboarding Digunakan untuk mengemukakan bagaimana layout dan navigasi situs web yang berguna agar klien dapat mengetahui bagaimana situs web yang dibangun bekerja. Bila klien sudah setuju, maka dapat dilanjutkan dengan proses pembuatan prototipe.

c. pembuatan *prototype*

Pada tahap ini dibuat beberapa desain halaman depan situs web. Hal ini dilakukan karena seluruh desain halaman situs web akan mengacu pada desain halaman depan ini.

2.5.2. Implementasi

Proses desain yang panjang akan menghasilkan *prototype* yang selanjutnya akan di implementasikan. Implementasi hasil desain bukan pekerjaan yang mudah, tapi melalui proses lagi yang akan dikerjakan oleh seorang atau kelompok atau kelompok diskusi yang berupa *Web desainer*. Berikut ini tugas yang harus dilakukan oleh web desainer;

a. Tugas Web desainer

Media internet membutuhkan alat bantu. Setidaknya, seperangkat computer yang punya akses ke internet. Ini tentu membuat kegiatan membaca tidak praktis. Ketidakpraktisan itulah yang membuat media konvensional tidak bisa dilibas. Mereka hanya bisa bersinergi. Membaca di layar monitor terbatas oleh waktu akibat beberapa hal. Salah satunya pancaran radiasi dari layar. Selain itu koneksi internet tidak gratis. Diirit bisa, semisal dengan mengaktifkan menu offline. Batasan-batasan itu membuat content web harus enak dipandang selain perlu dibaca. Ada banyak profesi terlibat dalam membentuk konsep enak dipandang selain perlu dibaca. Jika anda perhatikan lowongan kerja di media cetak akhir-akhir ini, banyak dibutuhkan profesi yang berembelkan web. Ada web desainer, web programmer, web administrator, web master, maupun web developer. Jika tidak paham dengan dunia internet, profesi tadi tentu menimbulkan tanda tanya, juga kebingungan.

Web designer bertugas mendesain halaman web (web page). “Dia terlibat langsung untuk menggarap, mengeksplorasi dan mengimplementasikan tata letak dan artistik halaman web serta aspek komunikasi dari keduanya,” tegas yayan. Selain itu, ia juga berperan dalam memperhitungkan beberapa sisi teknis. Contohnya adalah *kompatibilitas browser* (peranti lunak untuk menjelajahi

internet) atas desain itu dan kecepatan downloading halaman tersebut. Si perancang berkontribusi untuk turut memberikan pilihan background, jenis huruf, gambar, dan ukuran file, misalnya.

Seorang web designer, sesuai namanya sangat dituntut untuk mempunyai cita rasa artistic yang bagus. “Lebih dari sekedar pengetahuan dan ketrampilan dalam mengolah grafik,” kata Yayan. Seperti perancang di bidang lain, web designer juga harus paham aspek komunikasi dari sebuah design. Diharapkan, hasil dari desainnya bisa user friendly dan tepat sasaran. Lagi-lagi itupun tidak cukup. Seorang web designer juga harus mengerti beberapa bahasa scripting sederhana yang lazim diimplementasikan di web seperti seperti *Hyper Text Markup Language (HTML)* dan *scripting client-side* (Java-script, VB Script). Tak kalah penting, mengerti dasar-dasar proses komunikasi antara sebuah computer dengan sebuah server. Dengan begitu, desain rancangannya sangat mempertimbangkan seberapa mudah web pagenanya untuk untuk di download.

Berikut ini adalah tugas web desainer; Membuat image-image pada halaman situs web. Dengan cara Menata ulang letak banner, link dan animasi sesuai masukan dari klien terhadap prototipe yang dibuat. Selanjutnya dilakukan pengaturan isi situs pada setiap halaman sesuai pembagian kategori isi. Membangun situs web mulai halaman depan sampai halaman akhir dengan aplikasi web editor sesuai dengan struktur web yang dipilih. Selanjutnya web desainer Melakukan uji coba setiap halaman situs web yang akan dibangun untuk menekan tingkat kesalahan situs web secara keseluruhan.

Beberapa hal yang harus dilakukan dan Selalu memperhatikan prinsip-prinsip desain web. Menggunakan bahasa pemrograman yang telah disepakati pada tahap analisis kebutuhan sistem. Selanjutnya Membagi tugas pemrograman dengan memecah-mecah setiap unit pemrograman yang besar menjadi unit yang lebih kecil. Selanjutnya web desainer Melakukan pengkodean terhadap setiap unit-unit kecil tersebut.

2.5.3. Integrasi Sistem

a. Tugas Web programmer

Pada pembuatan fasilitas yang berhubungan dengan database, web programmer membuat script untuk mengakses database sesuai dengan MDL (model data logika) yang telah dibuat selanjutnya mengimplementasikan dalam pemrograman. Melakukan uji coba kinerja program pada setiap unit pemrograman, sehingga kinerja web programmer lebih efektif dan efisien. Web desainer menggabungkan semua halaman situs dan memastikan tidak ada kesalahan link (*broken link*). Web desainer membuang semua tag-tag HTML yang tidak berguna yang biasanya dibuat oleh program aplikasi editor web. Web programmer menggabungkan kode-kode pemrograman dan memastikan tidak ada kesalahan dalam pemrograman (*error free*). Selanjutnya Web desainer dan web programmer menggabungkan semua komponen-komponen situs web (image, isi, link, animasi, buku tamu, login pengguna, dll). Langkah terakhir yang dilakukan oleh web desainer adalah Melakukan uji coba terhadap kinerja situs web secara keseluruhan.

2.5.4. Penempatan Situs Web

Penempatan situs adalah tahapan selanjutnya setelah web desainer selesai melakukan tugasnya. Sebelum menempatkan situs harus memastikan tidak ada masalah pada situs web yang dibangun. Memiliki web hosting diperlukan bagi perusahaan terutama apabila webnya besar atau usahanya besar. Jadi perlu dipertimbangkan baik buruknya atau keuntungan dan kerugiannya ketika kita mau membuat web. Setelah semuanya sudah dipertimbangkan perusahaan Mendaftar ke ISP. Pilih jaringan yang bagus dan professional. Langkah selanjutnya adalah Mengupload file-file ke server.

2.5.5. Pemeliharaan Situs Web.

Web desain yang berkualitas di kota besar seperti kota Surabaya, selain memperhatikan kualitas dari website yang kita buat maka hal yang lain yang perlu

diperhatikan adalah pemeliharaan isi website. Berikut adalah beberapa tips bagi penyedia jasa web design Surabaya dalam memelihara isi website.

a. Update Atau Perbaharui Isi Dari Website

Pengunjung suatu website pasti ingin memperoleh informasi dari website yang dikunjungi, oleh karena itu penyedia jasa web design Surabaya harus mampu membuat website dengan isi yang bermanfaat bagi pengunjung. Pengunjung dari suatu website juga bisa mendeteksi apakah suatu website yang dibuat tersebut terawat atau tidak melalui rentang waktu update isi website tersebut. Semakin sering isi website tersebut di update oleh penyedia jasa web design Surabaya, maka akan semakin sering perawatan website tersebut.

b. Update Tampilan Website

Penyedia jasa web design Surabaya juga perlu untuk memperbaharui tampilan dari website yang dibuat sehingga pengunjung website tidak merasa bosan.

c. Melakukan *Back Up Data*

Melakukan back up data secara teratur merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh penyedia jasa web design Surabaya. Hal ini dikarenakan jika sewaktu – waktu terjadi gangguan pada web server, maka data yang hilang bisa dipulihkan lagi.

d. Melakukan Monitor Statistik Website

Dengan cara melakukan monitor statistik website, maka penyedia jasa web design Surabaya dapat memantau halaman apa yang menjadi pengunjung, error log yang terjadi pada saat pengunjung memasuki website, dan juga hal – hal lainnya. Melalui pemantauan tersebut, penyedia jasa web design Surabaya akan mendapatkan data – data yang bermanfaat untuk pengembangan website.

e. Penambahan Fitur-Fitur Yang Menarik

Menambahkan fitur-fitur yang menarik pada website yang dibuat, seperti forum diskusi, fasilitas *chatting*, dan fasilitas lainnya.

BAB III REKAYASA WEB MGMP PEMASARAN JAWA TENGAH

3.1. Rancangan Web MGMP PM JATENG

Web Musyawarah Guru Mata Pelajaran Pemasaran Jawa Tengah sebelum dibuat terlebih dahulu melalui proses perancangan web sehingga akan didapatkan sebuah web yang bisa menjawab kebutuhan dari pengguna dan pengelola web. Proses perancangan yang benar sejak dari awal akan sangat menentukan proses pembangunan sebuah web, sehingga proses perencanaan harus bertahap dan memerlukan beberapa pertimbangan-pertimbangan, bukan hanya membuat web saja. Beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain adalah membuat grand design web melalui proses analisis yang tepat sehingga kebutuhan web bisa diprediksi dalam jangka panjang. Analoginya adalah sebagai berikut, jika akan membuat sebuah rumah maka di rencanakan sebuah rancangan rumah dalam bentuk jadi, bukan rumah yang asal jadi. Artinya, rencana kedepan harus sudah dipikirkan jauh hari dan beberapa kemungkinan yang akan terjadi juga sudah dipikirkan.

Web MGMP PM Jateng dirancang agar memudahkan para guru-guru pemasaran di daerah Jawa Tengah bisa mengikut perkembangan informasi seputar pemasaran atau mata pelajaran pemasaran. Web dirancang agar informatif dan mudah digunakan oleh pengguna baik yang sudah biasa online atau yang baru belajar online.

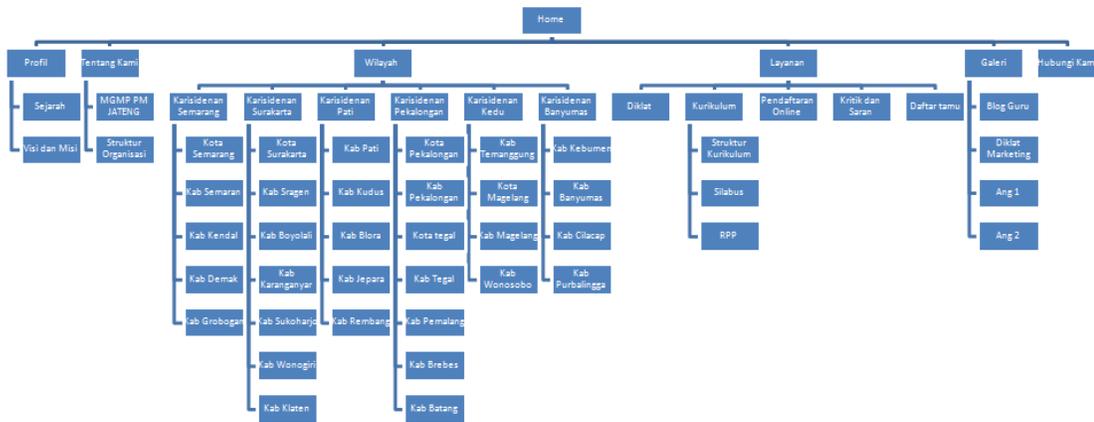
3.1.1. Desain Visual

Tampilan Web dirancang yang menarik dan sederhana namun menggunakan standar web yang benar. Tampilan sederhana artinya web dirancang sebagai web untuk komunikasi dua arah atau interaktif, jadi antara penyedia informasi dengan pengguna seperti berhadap-hadapan sehingga maksud yang ingin dicapai bisa didapatkan oleh kedua belah pihak. Tampilan menarik dengan maksud web

dirancang untuk enak dilihat dan tidak membingungkan, sehingga ada rasa nyaman yang diciptakan untuk pengguna sehingga tidak terasa membosankan. Desain dirancang dinamis dengan standar yang benar dalam arti Tata letak Nama Web, Deskripsi Web, Struktur Navigasi dan Lain sebagainya diatur sesuai dengan standar internasional.

3.1.2. Pembuatan *Storyboarding*

Digunakan untuk mengemukakan bagaimana *layout* dan navigasisitus web yang berguna agar klien dapat mengetahui bagaimana situs web yang dibangun bekerja. Bila klien sudah setuju, maka dapat dilanjutkan dengan proses pembuatan prototipe. Rancangan *grand design* bisa dilihat pada gambar 3.1.



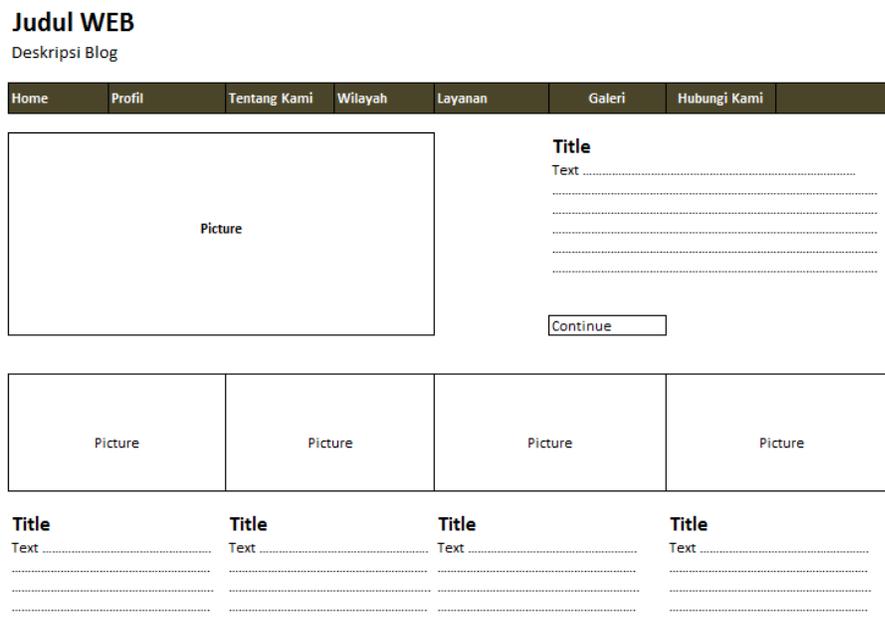
Gambar 3.1. Tampilan *grand design*

Perancangan *grand design* web dilakukan melalui proses pembuatan taksonomi web. Taksonomi membantu untuk pembuatan kategori dan kelompok besar dari rencana menu atau halaman yang akan dibuat. Jadi implementasi dari proses pembuatan taksonomi selanjutnya dikembangkan menjadi bentuk *grand design* web mgmp pemasaran Jawa Tengah.

3.1.3. Pembuatan Prototipe (*Prototype*)

3.1.3.1. Halaman *Home* (*home page*)

Halaman Home didesain dengan dasar taksonomi yang telah dibuat. Halaman home sangat berpengaruh pada tampilan sebuah web karena halaman home memuat semua fasilitas dan informasi yang bisa diakses oleh pengguna ketika masuk pada web. Tampilan web terutama home yang bagus dan menarik akan memberikan kesan tersendiri bagi pengguna yaitu pengguna akan melihat lebih jauh, sebaliknya jika web tampil seadanya tentu pengunjung akan langsung pergi meninggalkan web. Pada web mgmp pm dibuat menu: Home, Profil, Tentang Kami, Wilayah, Layanan, Galeri dan Hubungi Kami. Adapun layout dari web dibuat menarik dan *user friendly*, selengkapnya layout dari homepage bisa dilihat pada gambar 3.2.

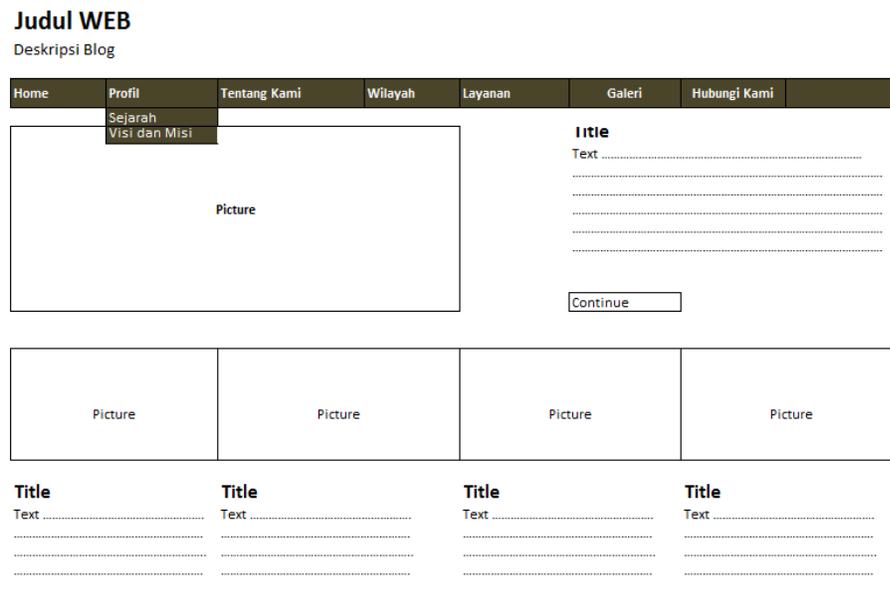


Gambar 3.2. Tampilan Halaman *Homepage*

Tampilan web mgmp juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya. Ketika salah satu artikel di klik, maka akan berubah menjadi halaman dengan dua kolom.

3.1.3.2. Halaman Profil (*profile page*)

Rancangan halaman profil dirancang dengan sub menu sejarah, kemudian visi dan misi. Halaman profil memiliki konten tentang profil web mgmp Pemasaran Jawa Tengah yang didalamnya lebih detail bisa dilihat pada halaman Sejarah, juga pada halaman Visi dan Misi. Halaman sejarah akan menjelaskan tentang Musyawarah Guru Mata Pelajaran Pemasaran Jawa Tengah mulai dari proses berdirinya hingga eksistensinya saat ini. Selanjutnya pada halaman Visi dan Misi akan dipaparkan tujuan yang hendak dicapai oleh MGMP Pemasaran Jawa Tengah. Halaman profil bisa dilihat pada gambar 3.3.

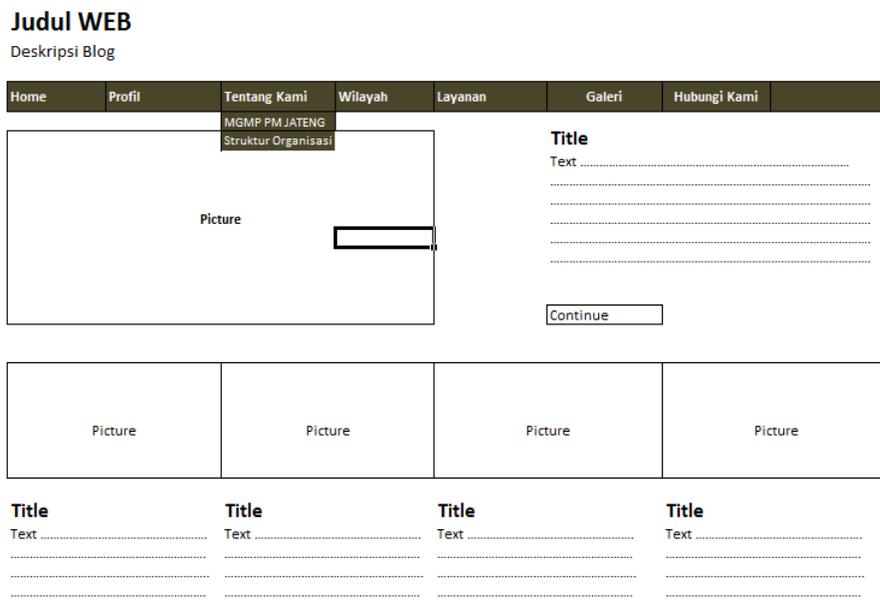


Gambar 3.3. Tampilan Halaman Profil

Tampilan halaman web mgmp dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya. Ketika salah satu artikel di klik, maka akan berubah menjadi halaman dengan dua kolom.

3.1.3.3. Halaman Tentang Kami (*about Us Page*)

Rancangan Halaman berikutnya adalah halaman Tentang kami yang terletak pada sebelah kanan halaman profil. Halaman tentang kami berisi seputar kiprah dan sepak terjang MGMP Pemasaran Jawa Tengah. Menu Tentang Kami memiliki sub menu MGMP PM Jateng dan Struktur Organisasi. Sub Menu MGMP PM Jateng berisi tentang informasi MGMP PM. Sedangkan sub menu Struktur Organisasi berisi tentang susunan pengurus MGMP PM Jateng dan personalianya. Selengkapnya tentang halaman tentang kami bisa dilihat pada gambar 3.4

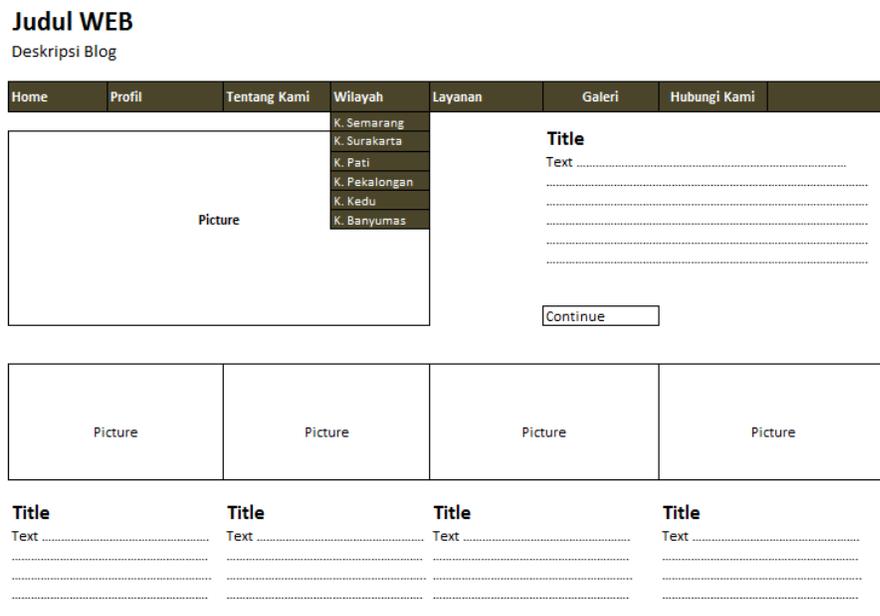


Gambar 3.4. Tampilan Halaman Tentang Kami

Tampilan halaman tentang kami juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya. Ketika salah satu artikel di klik, maka akan berubah menjadi halaman dengan dua kolom.

3.1.3.4. Halaman Wilayah (*region page*)

Rancangan menu berikutnya adalah Wilayah yang masuk dalam organisasi MGMP Pemasaran Jawa Tengah. Besarnya cakupan wilayah Jawa Tengah, sehingga dirancang pembagian wilayahnya berdasarkan karisidenan yang ada di Jawa Tengah. Ada 6 (enam) karisidenan yang ada di Jawa Tengah yang digunakan dalam pembagian wilayah pada menu web MGMP Pemasaran, antara lain karisidenan Semarang, karisidenan Surakarta, karisidenan Pati, karisidenan Pekalongan, karisidenan Kedu, dan karisidenan Banyumas. Konsep pembagian melalui karisidenan diharapkan dapat memudahkan pengguna (anggota mgmp pemasaran), sehingga setiap anggota bisa masuk ke dalam wilayahnya untuk melihat berita dan informasi. Selengkapnya tentang halaman Wilayah bisa dilihat pada gambar 3.5.

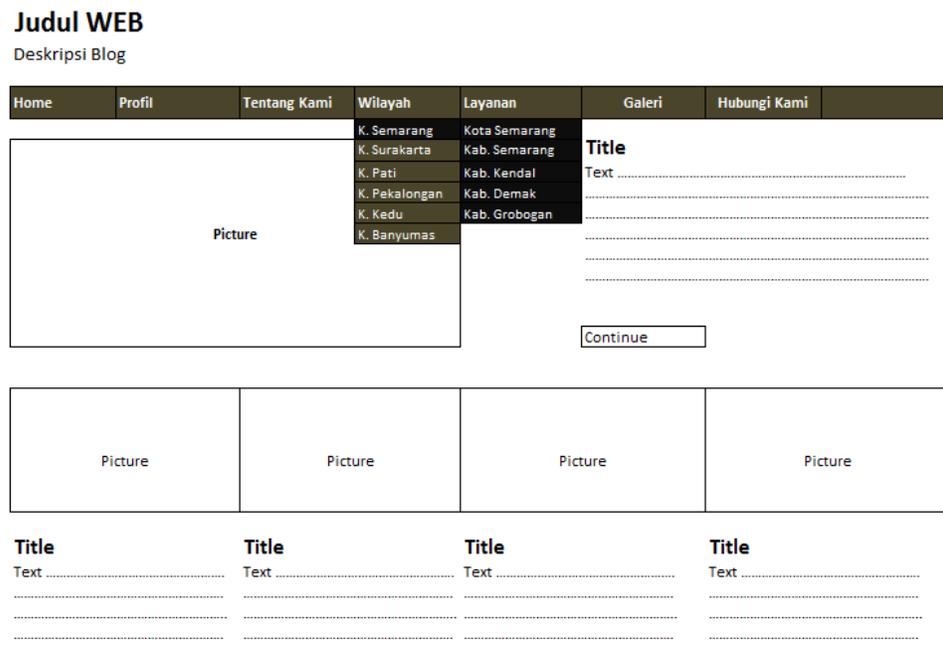


Gambar 3.5. Tampilan Halaman Wilayah

Tampilan halaman wilayah juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.4.1. Halaman Wilayah Karisidenan Semarang (*semarang region*)

Rancangan sub menu Halaman Wilayah karisidenan Semarang meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kota Semarang, Kab Semarang, kab Kendal, Kab Demak dan Kab Grobogan. Gambar 3.6 menunjukkan halaman wilayah karisidenan Semarang.

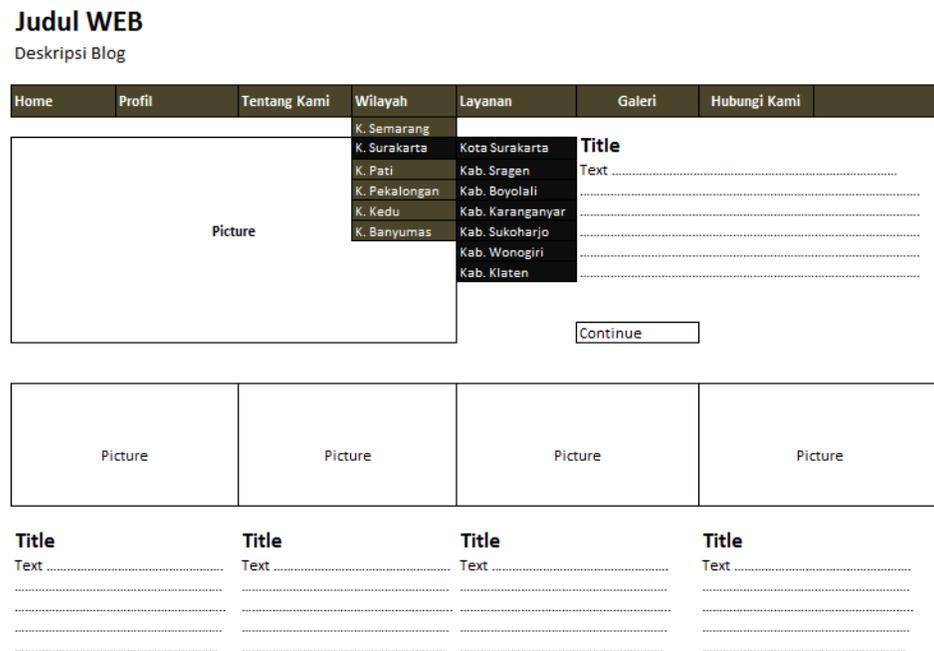


Gambar 3.6. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Semarang

Tampilan halaman wilayah karisidenan Semarang juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.4.2. Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta (*surakarta region*)

Rancangan sub menu Halaman Wilayah karisidenan Semarang meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kota Surakarta, Kab Sragen, kab Boyolali, Kab Karanganyar, Kab Sukoharjo, Kab Wonogiri, dan Kab Klaten. Gambar 3.7 menunjukkan halaman wilayah karisidenan Surakarta.

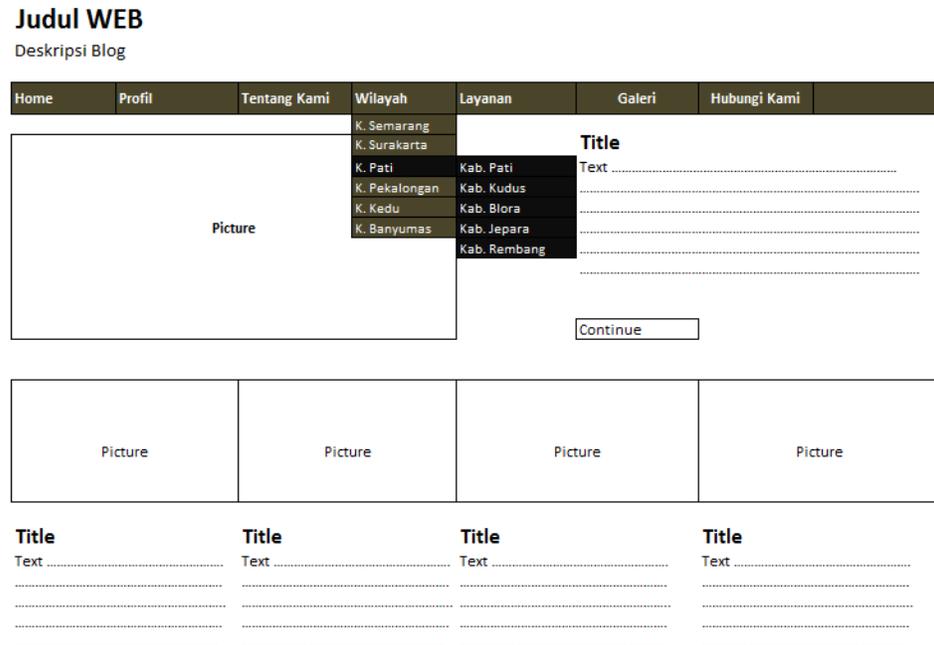


Gambar 3.7. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta

Tampilan halaman wilayah karisidenan Surakarta juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.4.3. Halaman Wilayah Karisidenan Pati (*pati region*)

Rancangan sub menu Halaman Wilayah karisidenan Pati meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kab Pati, Kab Kudus, kab Blora, Kab Jepara, dan Kab Rembang. Gambar 3.8 menunjukkan halaman wilayah karisidenan Pati.

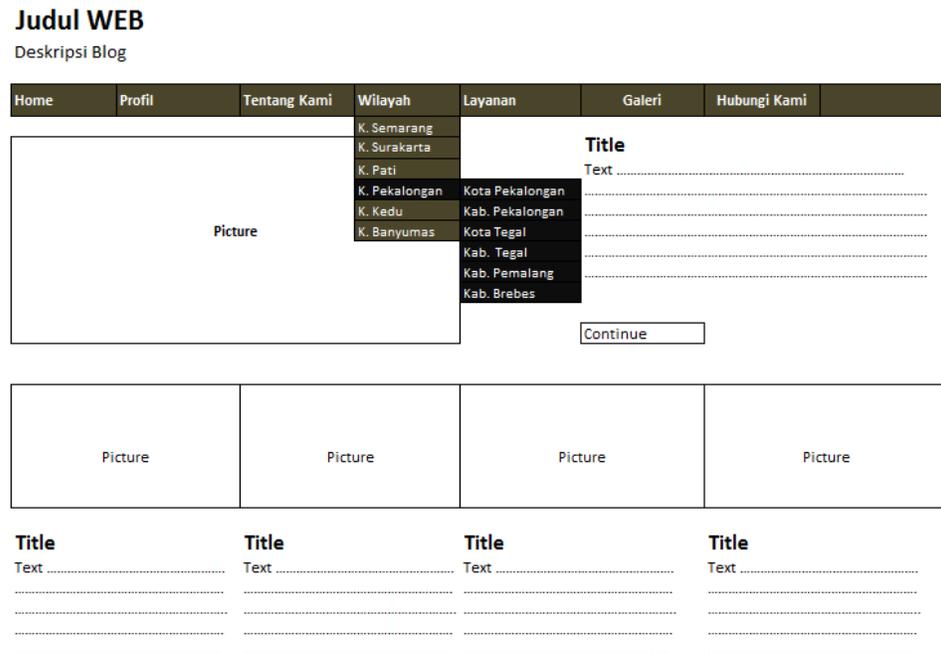


Gambar 3.8. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pati

Tampilan halaman wilayah karisidenan Pati juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.4.4. Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan (*pekalongan region*)

Rancangan sub menu Halaman Wilayah karisidenan Pekalongan meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kota Pekalongan, Kab Pekalongan, Kota Tegal, kab Tegal, Kab Pemasang, dan Kab Brebes. Gambar 3.9 menunjukkan halaman wilayah karisidenan Pekalongan.

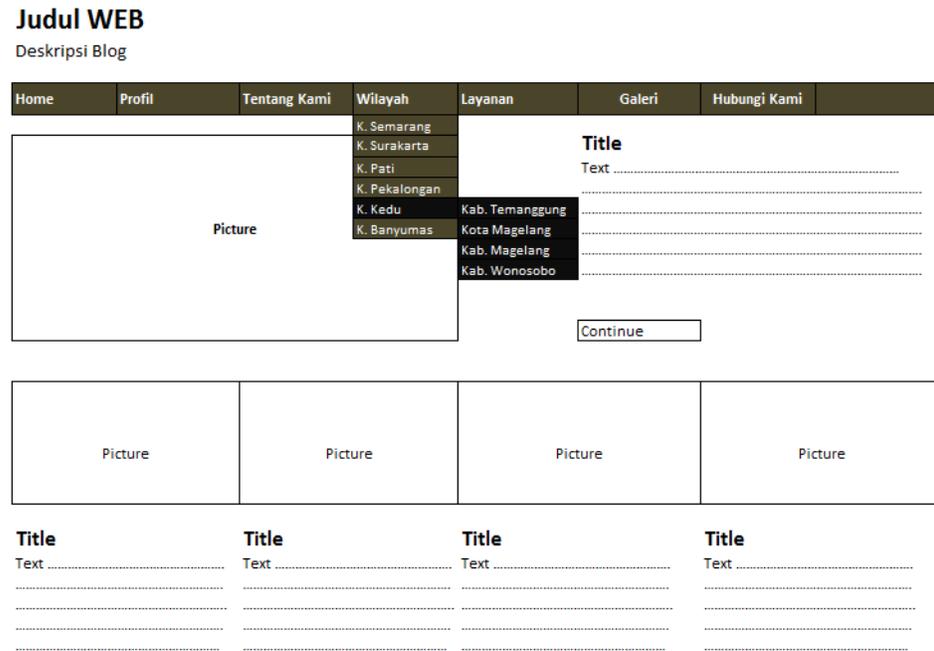


Gambar 3.9. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan

Tampilan halaman wilayah karisidenan Pekalongan juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.4.5. Halaman Wilayah Karisidenan Kedu (*kedu region*)

Rancangan sub menu Halaman Wilayah karisidenan Kedu meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kab Temanggung, Kota Magelang, Kab Magelang, dan kab Wonosobo. Gambar 3.10 menunjukkan halaman wilayah karisidenan Kedu.

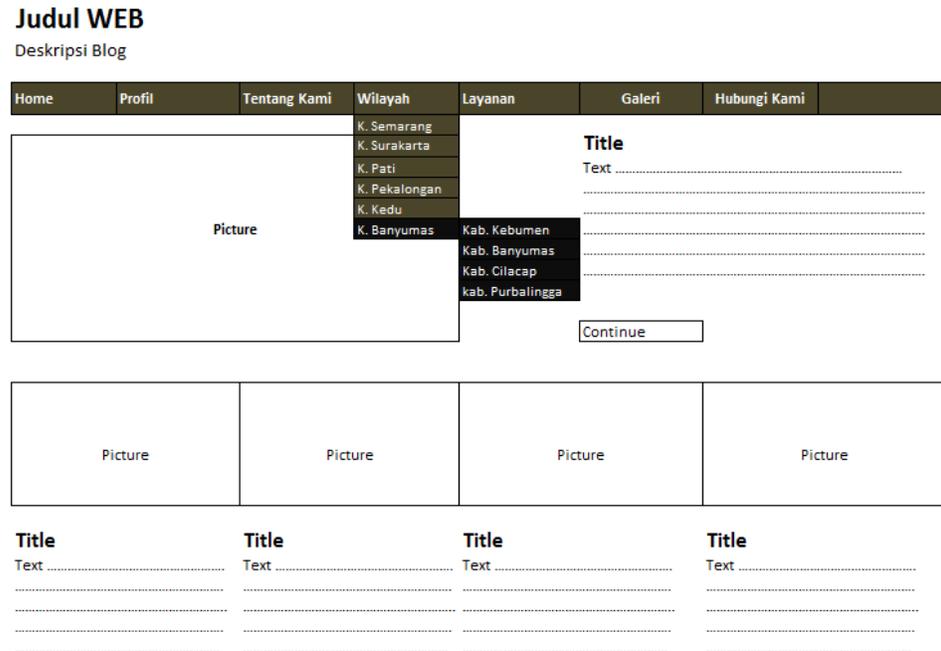


Gambar 3.10. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Kedu

Tampilan halaman wilayah karisidenan Kedu juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.4.6. Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas (*banyumas region*)

Rancangan sub menu Halaman Wilayah karisidenan Banyumas meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kab Kebumen, Kab Banyumas, kab Cilacap, dan Kab Purbalingga. Gambar 3.11 menunjukkan halaman wilayah karisidenan Banyumas.

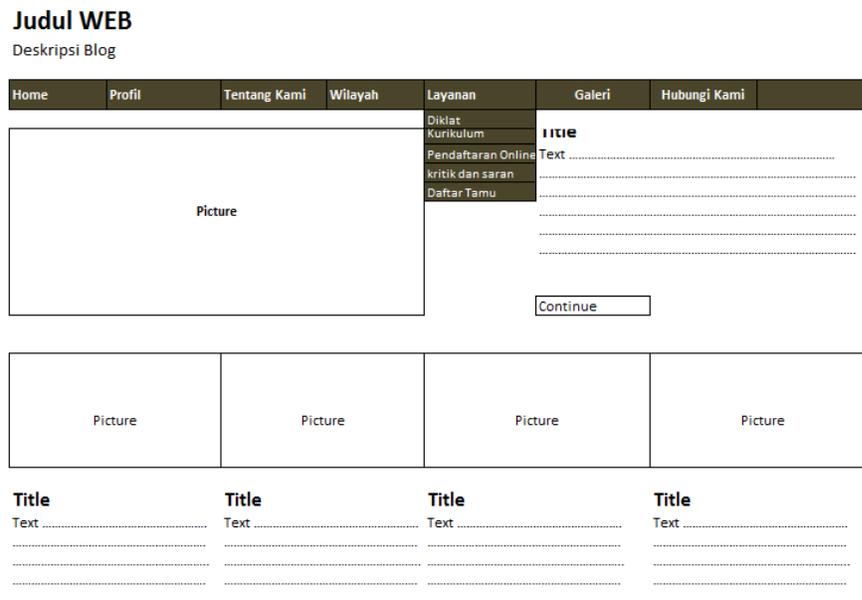


Gambar 3.11. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas

Tampilan halaman wilayah karisidenan Banyumas juga dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.5. Halaman Layanan (*service page*)

Rancangan halaman berikutnya adalah halaman Layanan. Halaman layanan diadakan karena memiliki fungsi yang signifikan bagi web dan merupakan kebutuhan bagi web mgmp pemasaran Jawa Tengah. Halaman layanan berisi tentang layanan-layanan yang disediakan dan atau layanan yang bisa diakses oleh pengguna ketika masuk atau melihat web MGMP Pemasaran. Menu layanan ini memiliki sub menu; Diklat, Kurikulum, Pendaftaran Online, Kritik dan saran, serta Daftar Tamu. Gambar 3.12 menunjukkan Halaman layanan beserta sub menu layanan.

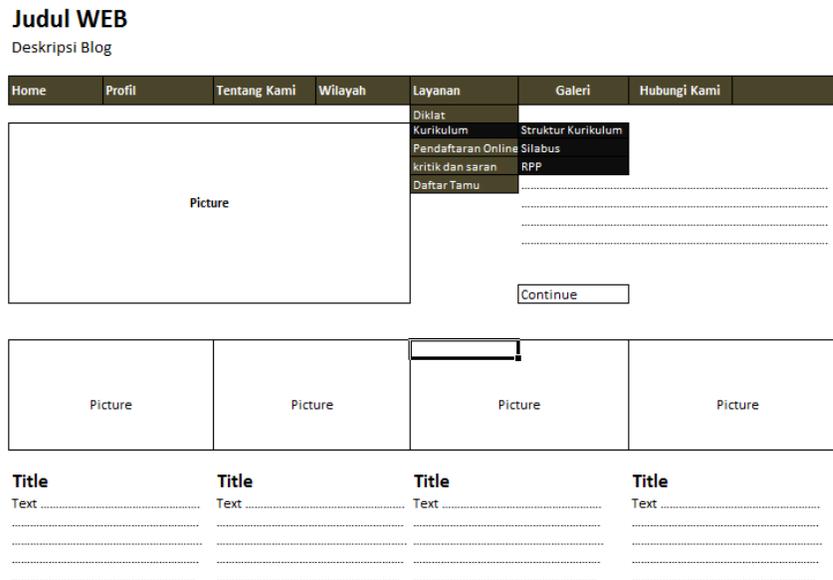


Gambar 3.12. Tampilan Halaman *Layanan*

Tampilan halaman Layanan dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.5.1. Halaman Kurikulum

Rancangan halaman kurikulum memiliki sub menu: struktur kurikulum, Silabus dan RPP. Sub menu dirancang model dropdown untuk memudahkan penggunaanya. Informasi lengkap bisa dilihat lengkap pada gambar 3.13.



Gambar 3.13. Tampilan Halaman *Layanan*

Tampilan halaman *Layanan Kurikulum* dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

3.1.3.5.2. Halaman Pendaftaran Online (*online registration page*)

Rancangan halaman pendaftaran online dibuat untuk berinteraksi dan untuk memudahkan pengguna (*user*) ketika masuk pada halaman atau web mgmp pemasaran jateng. Halaman pendaftaran online dibuat form yang bisa digunakan pengguna ketika akan melakukan pendaftaran, sehingga bisa efektif dan efisien. Efektif karena bisa dilakukan dengan cepat oleh siapapun

dimanapun dan kapanpun, sedangkan efisien karena tidak perlu mendatangi tempat pendaftaran. Beberapa field yang ada pada form didesain agar memudahkan user dan juga administrator ketika menerima dan mengolah data. Gambar 3.14 menunjukkan halaman form pendaftaran online.

Form Pendaftaran Online

Nama*

Tempat Tanggal Lahir*

Alamat*

Kota*

Unit Kerja*

Status Kepegawaian*

Jenis Kelamin*

File Upload
 No File Selected

Gambar 3.14. Rancangan Form Pendaftaran online

3.1.3.5.3. Halaman Kritik dan Saran (*criticism and suggestions page*)

Web mgmp juga dirancang agar lebih komunikatif dalam menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi guru-guru se-jawa tengah dengan dilengkapi form kritik dan saran. Form ini diharapkan bisa menjembatani kebutuhan dan komunikasi yang lebih baik antara guru-guru di daerah-daerah dengan pengurus mgmp pemasaran provinsi Jawa Tengah. Field-field juga dirancang agar tidak terlalu berbelit-belit sehingga informasi bisa tepat. Selengkapnya tentang form kritik dan saran bisa dilihat pada gambar 3.15.

Form Kritik dan Saran

Nama*

Alamat*

Kota*

Unit Kerja*

Email*

Kritik*

Saran*

Gambar 3.15.Rancangan Form Kritik dan Saran

3.1.3.5.4. Halaman Daftar Tamu (*guest list page*)

Form untuk tamu yang berkunjung di web juga dibuat. Form ini dimaksudkan untuk bisa berkomunikasi dan berkenalan dengan pengunjung web dalam bentuk form yang sederhana. Gambar 3.16 memperlihatkan form daftar tamu.

Form Daftar Tamu

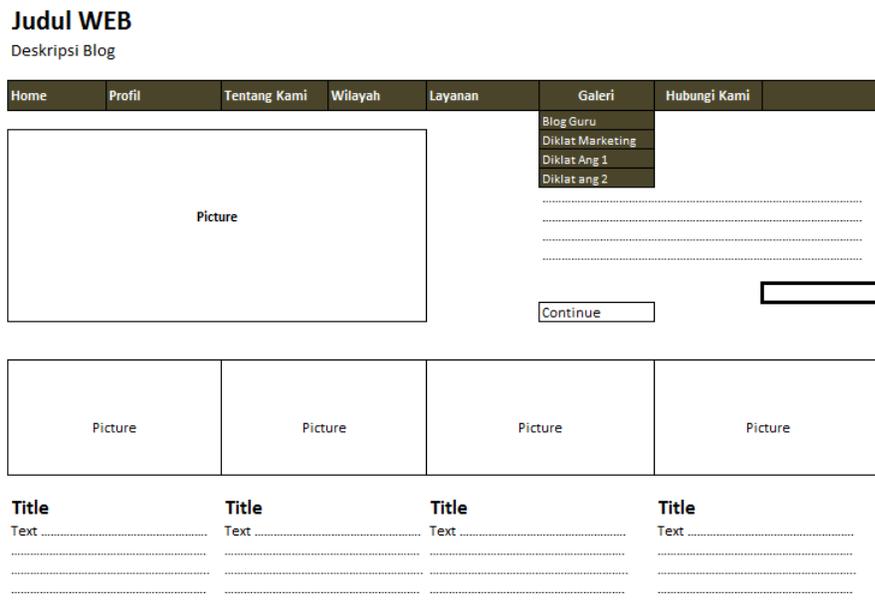
Nama*

Alamat*

Gambar 3.16.Rancangan Form Daftar Tamu

3.1.3.6. Halaman Galeri (*gallery page*)

Rancangan halaman Galeri berisi halaman atau sub-sub menu seperti; Blog Guru, Diklat Marketing, Diklat Ang 1 dan Diklat Ang 2. Halaman galeri dirancang akan dinamis sesuai dengan perkembangan kegiatan yang diadakan MGMP Pemasaran Jawa Tengah. Selengkapnya tentang Halaman galeri bisa dilihat pada gambar 3.17.



Gambar 3.17. Tampilan Halaman *Galeri*

3.1.3.7. Halaman Hubungi Kami (*contact us page*)

Rancangan Halaman Hubungi Kami digunakan untuk menempatkan alamat yang bisa diakses dengan mudah oleh pengguna dimanapun berada. Halaman ini diadakan untuk memudahkan pengguna pada umumnya dan administrasi web pada khususnya. Gambar 3.18 menunjukkan halaman Hubungi Kami.

Judul WEB

Deskripsi Blog

Home	Profil	Tentang Kami	Wilayah	Layanan	Galeri	Hubungi Kami
------	--------	--------------	---------	---------	--------	--------------

Picture	Title Text <input type="button" value="Continue"/>
---------	--

Picture	Picture	Picture	Picture
---------	---------	---------	---------

Title Text	Title Text	Title Text	Title Text
--	--	--	--

Gambar 3.18. Tampilan Halaman *Hubungi Kami*

Tampilan halaman Hubungi Kami dirancang agar *user friendly* sehingga akan membuat *visitor* atau pengguna merasa nyaman ketika berkunjung. Tampilan web terdiri dari 1 artikel terbaru yang memiliki gambar dan artikel besar, kemudian dibawahnya juga disajikan 4 gambar kecil dan cuplikan artikel terbaru lainnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Web MGMP PM JATENG

Web MGMP PM JATENG dibuat melalui berbagai tahapan, mulai dari perencanaan web yang didalamnya terdapat perencanaan grand design web sampai dengan pembangunan web yang juga memperhatikan pemasaran web di dunia maya atau onlin. Web dibuat sebagai sarana Berbagi Informasi antara guru-guru pemasaran yang berada di wilayah Jawa Tengah, sehingga perkembangan mengenai informasi terkini bisa disajikan dan bisa dilihat oleh anggota. Web mgmp juga dimaksudkan sebagai sarana berbagi Pengetahuan tentang mata pelajaran pemasaran khususnya. Selain itu, web mgmp juga sebagai media silaturahmi antar guru-guru di Jawa Tengah pada khususnya dan di Wilayah Indonesia pada umumnya.

Berikut ini beberapa keuntungan dengan rancang bangun web mgmp pemasaran Jawa tengah;

a. Interface Simple

Tampilan web mudah dipahami dan mudah dimengerti, sehingga siapapun yang masuk ke halaman web akan mudah untuk mengambil informasi atau mengakses layanan yang ada di web mgmppmjateng.org

b. Struktur Menu Informatif

Menu tersusun Rapi dan runtut sesuai dengan analisis taksonomi dan kategori. Menu dibuat tersusun rapi mengikuti grand design web melalui kaidah-kaidah dari struktur navigasi dan arsitektur informasi sehingga pengunjung akan merasa mudah dan nyaman ketika berkunjung untuk melihat semua menu dan fasilitas yang ada di website.

c. Web Interatif

Web interaktif karena diberikan ruang antara user dan admin untuk berkomunikasi baik berkomunikasi menggunakan layanan web maupun berinteraksi menggunakan form yang telah disediakan admin web. Hal ini akan membuat web menjadi media komunikasi yang efektif.

d. Mudah digunakan

website dibuat mudah digunakan oleh siapapun dan kapanpun walaupun visitor adalah pengunjung pertama kali di web mgmppm.org. Pengunjung akan merasa mudah dari sejak pertama mengenal dan masuk kemudian keluar juga dengan mudah.

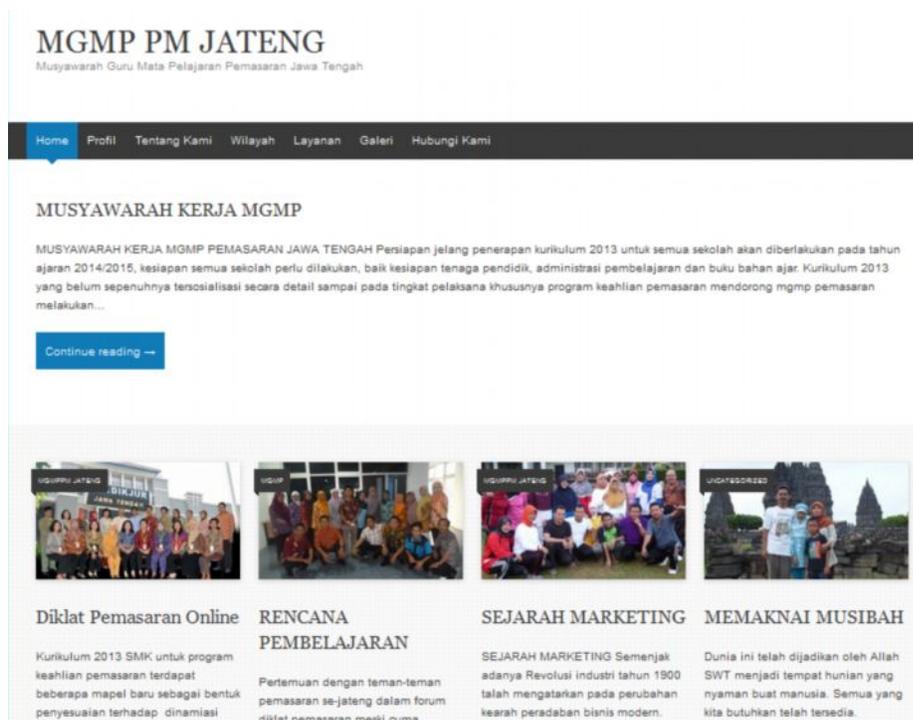
e. Artikel disukai mesin pencari

Artikel pada web mgmppmjateng.org dibuat melalui analisis pendahuluan seperti riset kata kunci sehingga semua artikel akan disukai oleh pengunjung melalui media mesin pencari.

4.2. Aplikasi Rancangan Tampilan Halaman (menu web)

4.2.1. Aplikasi Halaman *Homepage*

Halaman homepage adalah halaman perdana atau halaman yang memberikan informasi pertama bagi pengguna tentang semua layanan dan informasi yang bisa diakses oleh pengguna, artinya garisbesar isi web ada di homepage. Aplikasi rancangan website MGMP PM JATENG di lakukan dengan memilih *template* yang sesuai dengan tujuan. Website MGMP PM JATENG adalah website yang bertujuan untuk memberikan berbagai informasi seputar pengetahuan, perkembangan dan kurikulum terkini tentang mata pelajaran pemasaran. Tampilan publikasi terbaru akan terlihat Besar (*headline news*) dengan gambar dan tulisan yang menawan, sedangkan publikasi sebelumnya diletakkan di bawah tampilan atau publikasi terbaru dengan model 4 kolom yang tiap-tiap kolom memiliki urutan; gambar judul dan potongan artikel (gambar 4.1). *Homepage* juga dilengkapi *widget* yang berisi statistic pengunjung yang berguna untuk memantau seberapa efektif website di kunjungi dan informasi lain yang bisa digali dari data statistik. *Widget* yang lain adalah *widget Trending Topic* yang dipasang untuk memantau artikel-artikel yang paling banyak dikunjungi banyak pengunjung.

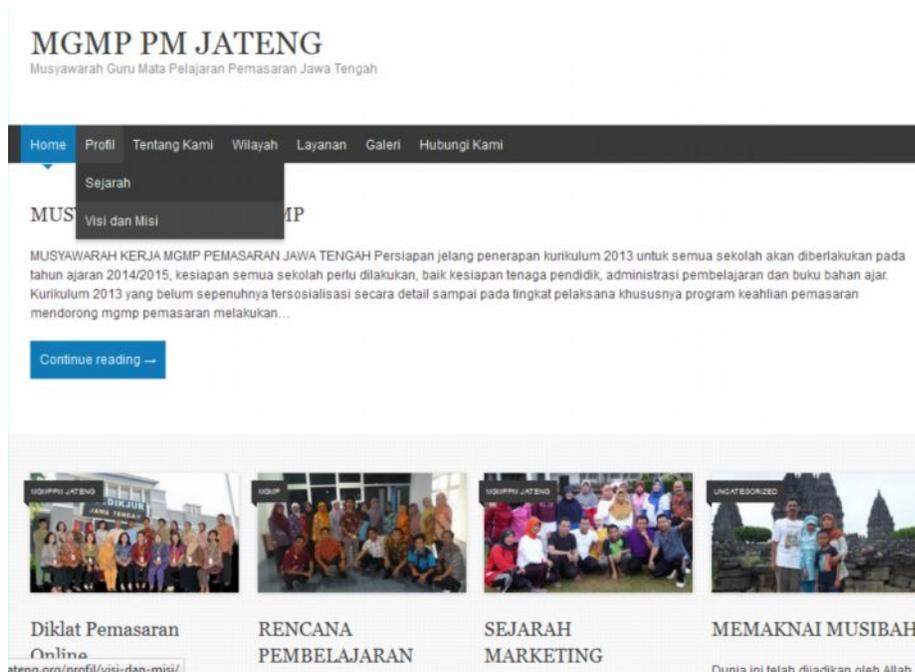


Gambar 4.1. Tampilan *Homepage*

Home page menampilkan susunan header sebagai berikut; Nama Web atau Judul web berada di pojok kiri atas, kemudian dibawahnya terdapat deskripsi singkat tentang web mgmp. Menu disusun terstrukturi dimulai dari menu home, selanjutnya diikuti oleh menu yang lain yang tersusun berdasarkan tingkat kepentingan menu dan runtut.

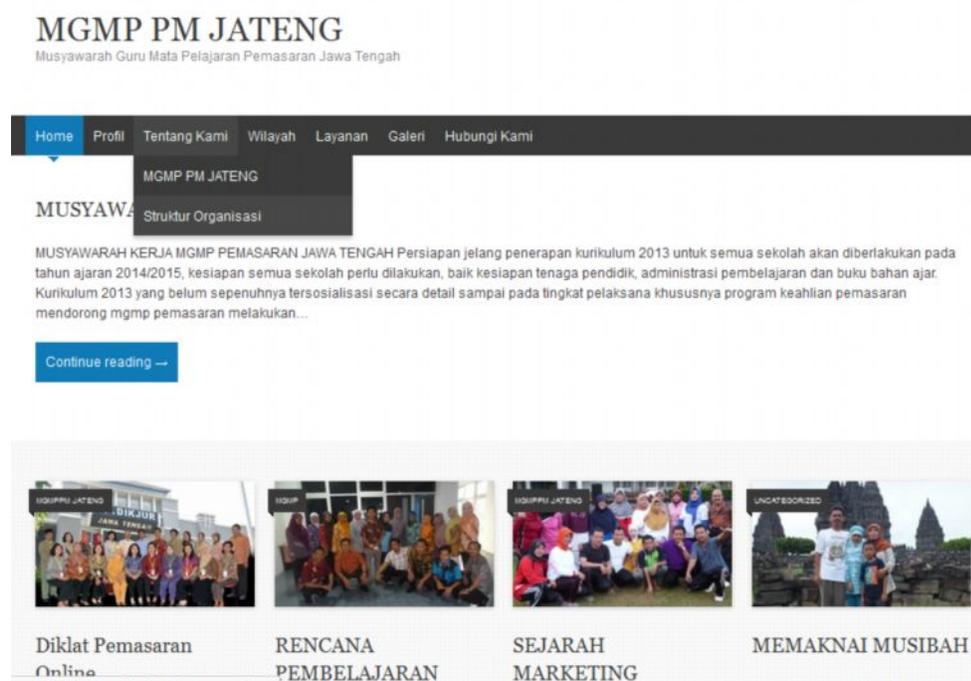
4.2.2. Aplikasi Halaman Profil (*page of profile*)

Halaman profil dibuat dengan taksonomi dan aplikasinya dibuat menjadi halaman menu Profil yang memiliki sub menu Sejarah dan Visi Misi. . Halaman profil memberikan penjelasan kepada pengunjung mengenai sejarah berdirinya mgmp pemasaran Jawa Tengah dan visi misi mgmp pemasaran Jawa Tengah. Sejarah memberikan informasi bagi yang belum mengenal sepak terjang mgmp pemasaran propinsi Jawa Tengah. Visi dan misi memberikan gambaran yang jelas kepada khalayak tujuan jangka pendek dan jangka panjang mgmp pemasaran Jawa Tengah. Tampilan *profil* bisa dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2. Tampilan Halaman Profil

4.2.3. Aplikasi Halaman Tentang Kami



Gambar 4.3. Tampilan Halaman Tentang Kami

Halaman Tentang Kami memiliki 2 sub menu yaitu mgmp pm jateng dan, Struktur Organisasi. Sub menu mgmp pm jateng berisi seputar tentang mgmp pm jateng. Struktur organisasi berisi informasi struktur organisasi mgmp pm jawa tengah. Gambar 4.3 menunjukkan tampilah halaman Tentang Kami.

4.2.4. Aplikasi Halaman Wilayah

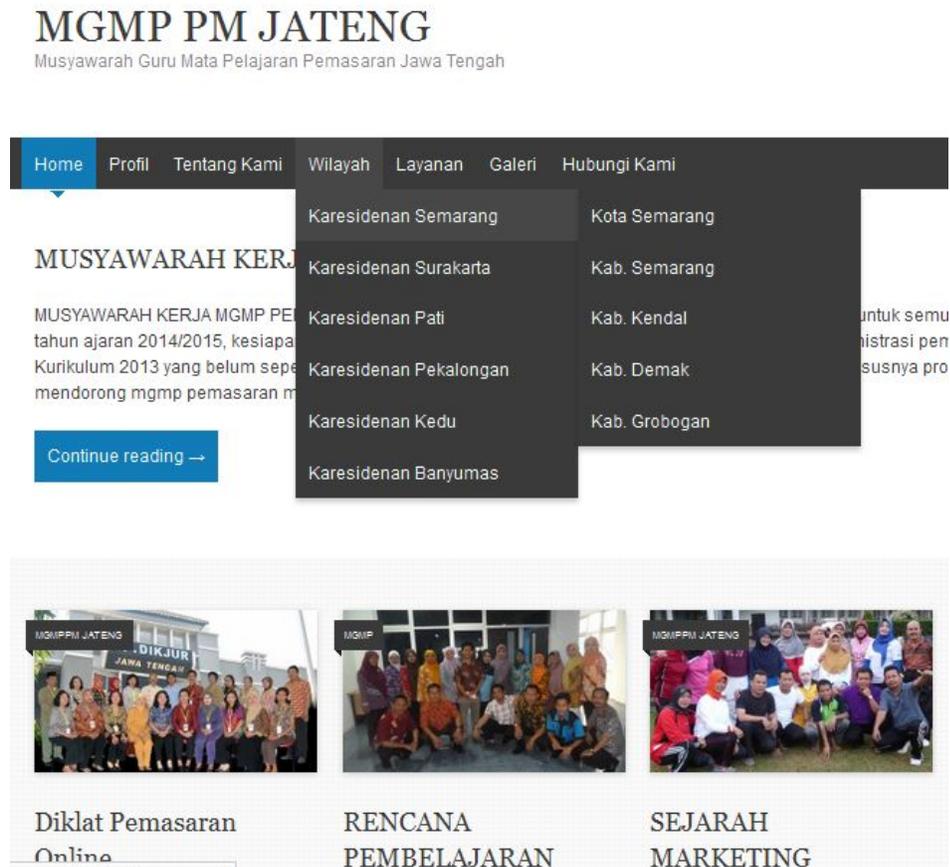
Halaman wilayah dibuat untuk mengakomodir wilayah-wilayah yang ada di jawa tengah sehingga mudah di bagi pada implementasinya. Wilayah dibagi berdasarkan karisidenan yang ada di jawa tengah. Ada 6 (enam) karisidenan yang ada di jawa tengah yang menjadi sub menu pada menu wilayah. Hal ini akan memudahkan wilayah-wilayah bisa masuk dalam tatanan web yang sederhana dan mudah dipahami. Gambar 4.4 menunjukkan halaman wilayah.



Gambar 4.4. Tampilan Halaman Wilayah

4.2.4.1. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Semarang

Aplikasi Halaman sub menu Halaman Wilayah karisidenan Semarang meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kota Semarang, Kab Semarang, kab Kendal, Kab Demak dan Kab Grobogan. Halaman dibuat dengan model *dropdown* sehingga memudahkan pengguna mencari wilayah masing-masing atau wilayah yang diinginkan. Halaman sub menu seperti terlihat pada gambar 4.5 memudahkan juga bagi administrator dalam menambah atau mengurangi wilayah.



Gambar 4.5. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Semarang

4.2.4.2. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta

Aplikasi Halaman sub menu Halaman Wilayah karisidenan Semarang meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kota Surakarta, Kab Sragen, kab Boyolali, Kab Karanganyar, Kab Sukoharjo, Kab Wonogiri, dan Kab Klaten. Halaman dibuat dengan model *dropdown* sehingga memudahkan pengguna mencari wilayah masing-masing atau wilayah yang diinginkan. Halaman sub menu seperti terlihat pada gambar 4.6 memudahkan juga bagi administrator dalam menambah atau mengurangi wilayah.



Gambar 4.6. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Surakarta

4.2.4.3. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Pati

Aplikasi Halaman sub menu Halaman Wilayah karisidenan Pati meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kab Pati, Kab Kudus, kab Blora, Kab Jepara, dan Kab Rembang. Halaman dibuat dengan model *dropdown* sehingga memudahkan pengguna mencari wilayah masing-masing atau wilayah yang diinginkan. Halaman sub menu seperti terlihat pada gambar 4.7 memudahkan juga bagi administrator dalam menambah atau mengurangi wilayah.



Gambar 4.7. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pati

4.2.4.4. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan

Aplikasi Halaman sub menu Halaman Wilayah karisidenan Pekalongan meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kota Pekalongan, Kab Pekalongan, Kota Tegal, kab Tegal, Kab Pemalang, dan Kab Brebes. Halaman dibuat dengan model *dropdown* sehingga memudahkan pengguna mencari wilayah masing-masing atau wilayah yang diinginkan. Halaman sub menu seperti terlihat pada gambar 4.8 memudahkan juga bagi administrator dalam menambah atau mengurangi wilayah.



Gambar 4.8. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Pekalongan

4.2.4.5. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Kedu

Aplikasi Halaman sub menu Halaman Wilayah karisidenan Kedu meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kab Temanggung, Kota Magelang, Kab Magelang, dan kab Wonosobo. Halaman dibuat dengan model *dropdown* sehingga memudahkan pengguna mencari wilayah masing-masing atau wilayah yang diinginkan. Halaman sub menu seperti terlihat pada gambar 4.9 memudahkan juga bagi administrator dalam menambah atau mengurangi wilayah.



Gambar 4.9. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Kedu

4.2.4.6. Aplikasi Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas

Aplikasi Halaman sub menu Halaman Wilayah karisidenan Banyumas meliputi daerah kota dan kabupaten sebagai berikut; Kab Kebumen, Kab Banyumas, kab Cilacap, dan Kab Purbalingga. Halaman dibuat dengan model *dropdown* sehingga memudahkan pengguna mencari wilayah masing-masing atau wilayah yang diinginkan. Halaman sub menu seperti terlihat pada gambar 4.10 memudahkan juga bagi administrator dalam menambah atau mengurangi wilayah.



Gambar 4.10. Tampilan Halaman Wilayah Karisidenan Banyumas

4.2.5. Aplikasi Halaman Layanan

Implementasi halaman Menu layanan ini memiliki sub menu; Diklat, Kurikulum, Pendaftaran Online, Kritik dan saran, serta Daftar Tamu. Halaman layanan berisi layanan-layanan yang bisa diikuti dan bisa di akses pengguna sehingga bisa memudahkan pengguna. Gambar 4.11 menunjukkan Halaman layanan beserta sub menu layanan.

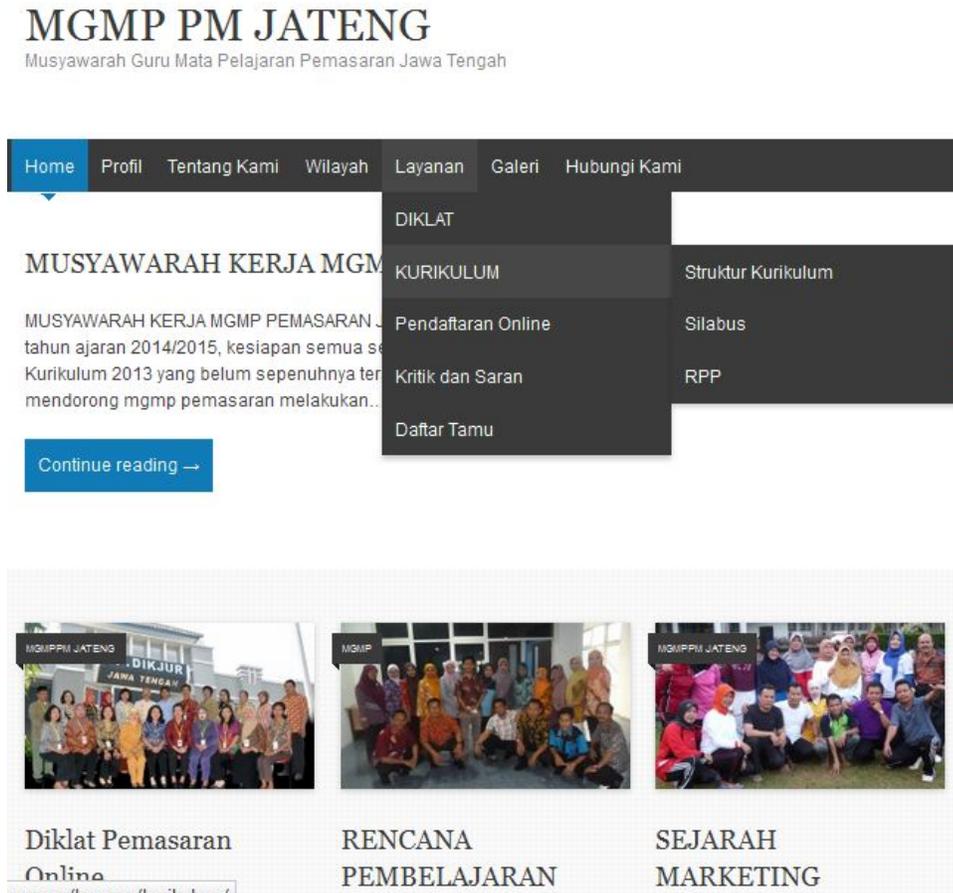


Gambar 4.11. Tampilan Halaman Layanan

Aplikasi halaman sub menu layanan juga dibuat *dropdown* sehingga semua sub menu bisa langsung terlihat ketika kursor diletakkan pada halaman menu layanan.

4.2.5.1. Aplikasi Halaman Layanan Kurikulum

Aplikasi Halaman kurikulum terdiri dari halaman; Struktur Kurikulum, Silabus dan RPP. Gambar 4.12 menunjukkan halaman layanan kurikulum.



Gambar 4.12. Tampilan Halaman Layanan Kurikulum

4.2.5.2. Aplikasi Interaktif Form Buku Tamu

Halaman Buku tamu didalamnya ditampilkan form yang digunakan oleh pengunjung untuk menuliskan data tentang pengunjung yang bermanfaat untuk MGMP PM JATENG dikemudian hari. Semua field dibuat melalui tahapan rencana dan untuk mendapatkan data pengunjung. Form di buat dengan memudahkan pengunjung agar mengisi form. Form yang telah diisi akan

masuk dalam database web MGMP PM JATENG. Tampilan Form bisa dilihat pada gambar 4.13.

The image shows a vertical registration form with the following fields and options:

- Nama ***: A text input field.
- Tempat Tanggal Lahir ***: A text input field.
- Alamat ***: A text input field.
- Kota ***: A text input field.
- Unit Kerja ***: A text input field.
- isi tempat kerja anda
- Status Kepegawaian ***: Three radio button options: PNS, Non PNS, and Honorer.
- Jenis Kelamin ***: Two checkbox options: Laki-Laki and Wanita.
- File Upload**: A section containing a "Browse..." button and the text "No file selected."

Gambar 4.13. Form Pendaftaran online

4.2.5.3. Aplikasi Interaktif Form Kritik dan Saran

Web MGMP PM JATENG dilengkapi dengan form kritik dan saran yang berfungsi sebagai alat control untuk MGMP PM JATENG. Kritik selalu diperlukan oleh organisasi apapun termasuk MGMP PM JATENG. Kritik dan

saran diperlukan agar hal-hal yang perlu diperbaiki bisa dilakukan berdasarkan masukan dari peserta. Ada dua keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan media form kritik dan saran. Pertama, Peserta atau alumni bisa memberikan penilaian yang jujur lewat media form yang hanya bisa diketahui oleh MGMP PM JATENG. Kedua, MGMP PM JATENG bisa melakukan evaluasi berdasarkan masukan-masukan yang telah ditulis peserta melalui media online website MGMP PM JATENG. Selesingkapnya tampilan form bisa dilihat pada gambar 4.14.

The image shows a web form for providing feedback. It consists of several input fields and two large text areas. The fields are labeled as follows:

- Nama ***: A text input field with the instruction "tuliskan nama anda beserta gelar" below it.
- Alamat ***: A text input field with the instruction "Tuliskan alamat anda dengan lengkap" below it.
- Kota ***: A text input field.
- Unit Kerja ***: A text input field.
- Email**: A text input field.
- Kritik ***: A large text area for writing criticism.
- Saran ***: A large text area for writing suggestions.

Gambar 4.14. Form Kritik dan Saran

4.2.5.4. Aplikasi Interaktif Form Daftar Tamu

Aplikasi Halaman Form Daftar tamu dibuat sebagai media interaksi antar pengguna dan admin web, semua visitor bisa mengisi daftar tamu setiap saat. Gambar 4.15 menunjukkan gambar halaman form daftar tamu.



A screenshot of a web form for guest registration. It features two input fields: the first is labeled 'nama *' and the second is labeled 'alamat *'. Both fields are currently empty.

Gambar 4.15. Form Daftar Tamu

4.2.6. Aplikasi Halaman Galeri



Gambar 4.16. Tampilan Halaman Galeri

Aplikasi halaman Galeri berisi halaman atau sub-sub menu seperti; Blog Guru, Diklat Marketing, Diklat Ang 1 dan Diklat Ang 2. Halaman galeri dibuat dinamis sesuai dengan perkembangan kegiatan yang diadakan MGMP Pemasaran Jawa Tengah. Selengkapnya tentang Halaman galeri bisa dilihat pada gambar 4.16.

4.2.7. Aplikasi Halaman Hubungi Kami

Halaman Hubungi kami dibuat untuk memberikan informasi kepada pengguna tentang, kantor, kantor cabang, telp, email dan lain sebagainya. Selengkapnya tentang halaman hubungi kami bisa dilihat pada gambar 4.17.



Gambar 4.17. Tampilan Halaman Hubungi Kami

4.3. Implementasi

Website MGMP PM JATENG bukan sebuah perusahaan atau kegiatan yang komersil, namun sebuah wadah atau tempat atau bisa disebut organisasi sehingga ekstensi yang mewadahi dari domain dipilih .org (dot org). Adapun nama domain yang dipilih adalah mgmppmjateng dengan ekstensi .org, sehingga menjadi mgmppmjateng.org.

4.4. Integrasi Sistem

Website mgmppmjateng.org di integrasikan dengan media sosial untuk memperluas segmentasi pasar yang melalui jalur internet. Website dibuat dengan model yang bisa interaktif dengan dilakukan penggabungan bersama media sosial seperti facebook dan twitter. Integrasi antara website dan media sosial sangat diperlukan untuk merambah berbagai pasar yang diminati oleh konsumen di dunia maya.

4.5. Penempatan Situs Web

Domain ID: D170399097-LROR

Creation Date: 2013-12-10T10:32:12Z

Updated Date: 2014-02-09T03:45:43Z

Registry Expiry Date: 2014-12-10T10:32:12Z

Sponsoring Registrar:PDR Ltd. d/b/a PublicDomainRegistry.com (R27-LROR)

Sponsoring Registrar IANA ID: 303

Domain Status: clientTransferProhibited

Name Server:NS1.THESERVERCOMPANY.COM

Name Server:NS2.THESERVERCOMPANY.COM

4.6. Pemeliharaan Situs Web

Pemeliharaan web harus dilakukan secara terus menerus agar web menjadi web yang cepat diakses dan aman dari gangguan serta banyak diminati oleh pengguna. Website MGMP PM JATENG harus dipelihara dengan benar, dan selalu dilakukan perubahan agar web tidak tertinggal dari banyak hal jika dibandingkan dengan website lain. Beberapa hal dalam pemeliharaan situs web yang harus dilakukan antara lain;

a. Pembuatan Artikel berkesinambungan

Pembuatan artikel lebih baik dilakukan secara terus menerus minimal 1 minggu 1 artikel di upload dalam web.

b. *Back Up* Data secara berkala

Semua konten dan data yang ada selalu di backup satu bulan sekali agar data aman, dan jika server mengalami gangguan yang fatal atau web di hack oleh orang yang tidak bertanggung jawab, maka data tetap aman.

c. Memantau Statistik Website

Setiap saat website dipantau pengunjungnya untuk memberikan data akurat tentang baik buruknya web, kekurangan web dan lain sebagainya.

d. Penambahan Plugin

Fitur seperti plugin tambahan dipasang untuk tujuan yang jelas dan bermanfaat.

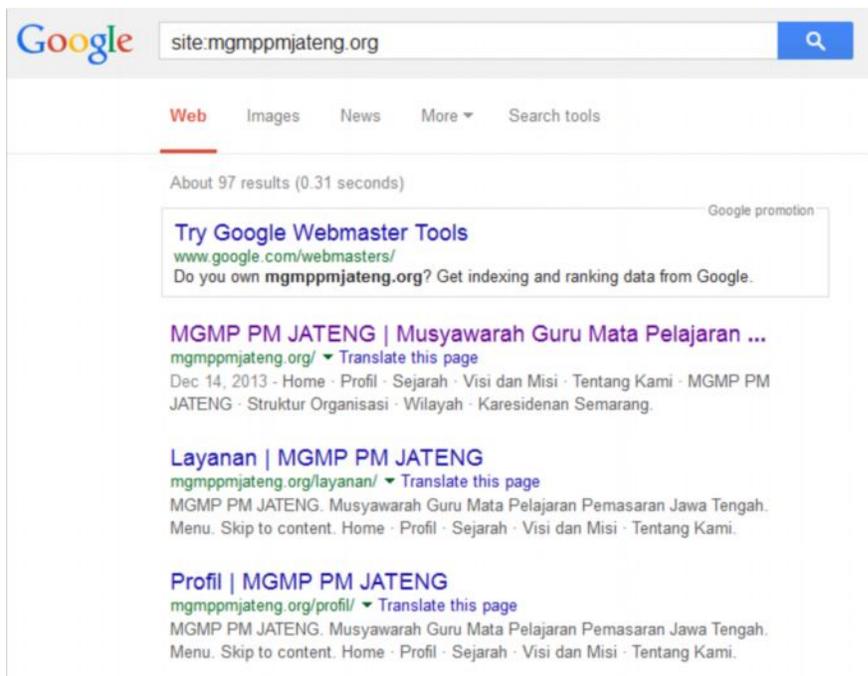
4.7. Evaluasi Web MGMP PM JATENG (mgmppmjateng.org)

Website MGMP PM JATENG (**mgmppmjateng.org**) selanjutnya dilakukan evaluasi dengan media online melalui beberapa layanan untuk mengetahui keefektifan web yang telah dibuat. Evaluasi ini perlu dilakukan sebagai bahan analisis apakah website benar-benar sudah dibuat dengan cara yang benar, cara publikasi yang benar dan apakah website berkualitas atau tidak. Proses evaluasi dengan cara. Berikut ini hasil evaluasi web yang dilakukan menggunakan layanan online;

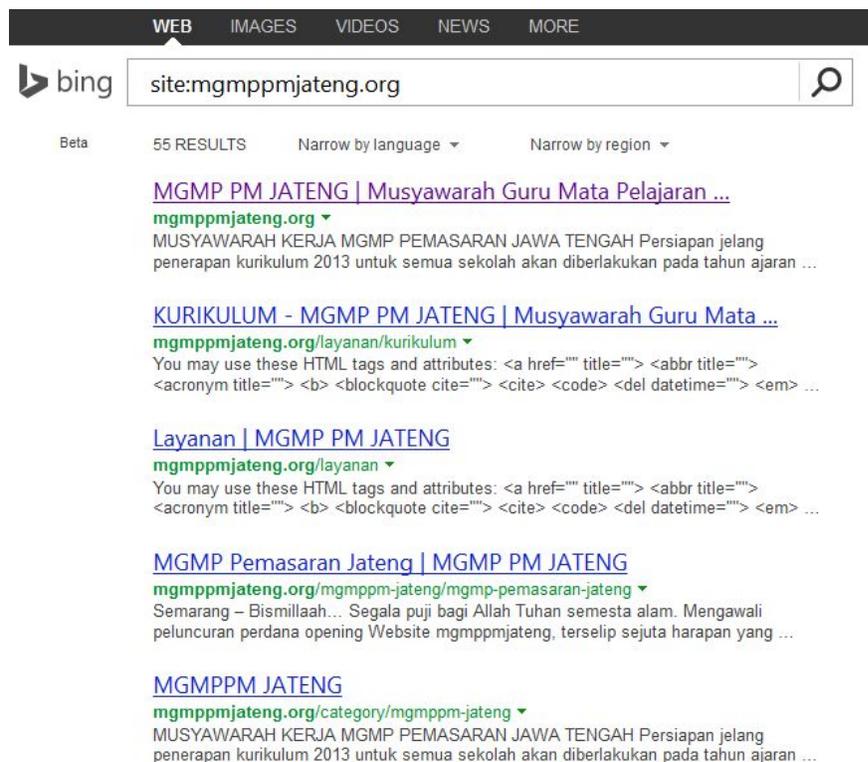
4.7.1. Indeks Web di Mesin Pencari *Google.com* dan *Bing.com*

Pemeriksaan untuk evaluasi dimulai dengan mengetikkan atau menuliskan site:mgmppmjateng.org di mesin pencari *google.com* dan *bing.com*. Pemeriksaan ini dilakukan untuk mengetahui berapa kata kunci web yang telah terindek di mesin pencari dan kurun waktu yang ditempuh untuk mendapatkan hasil tersebut. Hasil evaluasi yang dilakukan pada tanggal 11 Agustus 2014 untuk website mgmppmjateng.org menghasilkan; terindek di mesin pencari google.com sebesar 97 (gambar 4.18) dan terindek di mesin pencari bing.com sebesar 55 (gambar 4.19). Usia website adalah 8 (delapan) bulan.

Hasil yang didapatkan menggunakan 2 mesin pencari memiliki hasil yang berbeda karena algoritma mesin pencari yang tidak sama, sehingga mempengaruhi posisi indek di masing-masing mesin pencari.



Gambar 4.18. Hasil Evaluasi mgmppmjateng.org pada mesin pencari google.com



Gambar 4.19. Hasil Evaluasi mgmppmjateng.org pada mesin pencari bing

4.7.2. Kecepatan *Loading*

Kecepatan akses website juga menjadi factor penting apakah website akan disukai pengunjung atau tidak, karena website yang diakses dalam waktu diatas 8 detik akan ditinggalkan oleh pengunjung. Berikut ini hasil waktu akses ke website mgmppmjateng.org. Pada evaluasi ini digunakan standar *Page speed grade* dan *Yslow Grade* (gtmetric.com) untuk melihat speed website. Hasil evaluasi menunjukkan *page speed grade* untuk mgmppmjateng.org 63 % (D) Sedangkan *Yslow grade* untuk mgmppmjateng.org 90% (A). Selengkapnya hasil uji kecepatan *loading* bisa dilihat pada gambar 4.20.



Gambar 4.20. Hasil Evaluasi speed web mgmppmjateng.org menggunakan gtmetric.com

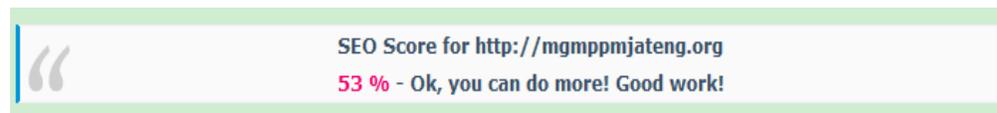
4.7.3. Kualitas Web (*web quality*)

Web yang berkualitas akan memiliki banyak pengunjung, hal ini dikarenakan beberapa faktor-faktor pendukung. Proses pembuatan melalui tahapan harus benar, dimulai dari perencanaan web, pembangunan web dan pemasaran web. Berikut ini situs <http://chkme.com/page-seo-tools> dan <http://seositecheckup.com> yang digunakan untuk melihat kualitas web. Kualitas website sangat menentukan apakah website layak dikunjungi atau sebaliknya, sehingga memang proses pembuatan harus direncanakan dari awal bukan hanya tampilan saja yang bagus tapi semua aspek yang menentukan website harus diperhatikan oleh desainer web. Web yang berkualitas

akan menghasilkan banyak hal, seperti; jumlah pengunjung yang banyak dan lain sebagainya. Proses pembuatan website juga harus memperhatikan pembangunan web yang menggunakan teori dan aplikasi optimasi mesin pencari sehingga ke depan untuk pemasarannya menjadi lebih mudah.

4.7.3.1. Uji Kualitas web dengan <http://chkme.com/page-seo-tools>

Uji kualitas web menggunakan mediaonline: <http://chkme.com/page-seo-tools>. Hasil cek kualitas web mgmppmjateng.org memiliki skor 53% (gambar 4.21). Selengkapnya hasil uji kualitas bisa dilihat pada lampiran „,



Gambar 4.21. Hasil Evaluasi kualitas web mgmppmjateng.org dengan chkme.com

4.7.3.2. Uji Kualitas web dengan <http://seositecheckup.com>

Evaluasi kualitas web juga menggunakan layanan online yang lain yaitu seositecheckup.com yang menghasilkan skor 62% (gambar 4.13) Hasil cek kualitas web menggunakan alat seositecheckup.com menunjukkan hasil bahwa website mgmppmjateng.org memiliki skor 62 dari total tertinggi 100.



Gambar 4.14. Hasil Evaluasi kualitas web dengan seositecheckup.com

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- a. Web *mgmppmjateng.org* telah memenuhi standar kualitas web yang bagus karena proses perencanaan web, Proses Pembangunan web dan Proses pemasaran web telah dilakukan bertahap dan runtut sehingga web *Search Engine Optimization Friendly*.
- b. Web *mgmppmjateng.org* memiliki index di *google search engine* 97, dan index di *bing search engine* 55 (usia blog 8 bulan)
- c. Berdasarkan alat Uji *Page SEO* (*chkme.com*) didapatkan hasil 53% dan *GTMETRIK* (*gtmetric.com*) didapatkan hasil *page speed grade* 63% *Yslow* 90%, serta Uji Kualitas Web (*seositecheckup.com*) didapatkan hasil 62/100.

5.2 Saran

- a. Pemahaman tentang online khususnya pengetahuan tentang web perlu terus ditambah agar pembuatan artikel berkualitas
- b. Perlunya Sosial media (facebook dan twitter) di integrasikan ke dalam web, karena dengan begitu berarti membuka pasar pengunjung dari sosial media.
- c. Tidak langsung upload gambar (file gambar dengan space besar) di web, tapi di kecilkan spacenya terlebih dahulu untuk mempercepat loading.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary & Philip Kotler. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke-8. Erlangga, Jakarta
- Barnes, J.A. 1954. Human Relation. HUM RELAT, vol 7, no , pp. 39-58, diakses 5 juli 2011 dari <http://academic.research.microsoft.com/Publication/2835683/class-andcommittees-in-a-norwegian-island-parish>
- Cara Desain Web & WEBE.(n.d.). : Cara Membuat Web. Retrieved May 14, 2014, from <http://caradesainweb.blogspot.com/2013/01/cara-membuat-web.html>
- Cara Desain Web & WEBE.(n.d.). : Proses Pembuatan Web. Retrieved May 14, 2014, from <http://caradesainweb.blogspot.com/2012/10/proses-pembuatan-web.html>
- Cara Desain Web & WEBE.(n.d.): Pengetahuan Utama Rekayasa Web. Retrieved May 14, 2014, from <http://caradesainweb.blogspot.com/2012/09/pengetahuan-utama-rekayasa-web.html>
- Hanson, Ward. (2000). Pemasaran Internet = Principles of Internet Marketing. SalembaEmpat, Jakarta.
- How to Create an Email Marketing Plan | MailChimp.(n.d.).MailChimp. Retrieved May 14, 2014, from <http://mailchimp.com/resources/guides/how-to-create-an-email-marketing-plan/html/>
- Kadir, Abdul. (2002). Dasar Pemrograman WEB DinamisMenggunakan PHP.Andi, Yogyakarta.
- Laudon, Kenneth C. & Jane P. Laudon. (2002). Management Information System. Seven Edition. McGraw-Hill, United States of America
- Mcleod, Raymond Jr, Schell, George. (2001). Management Information Systems. Prentice Hall, London
- Mesinpencari web.(n.d.). - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopediabebas. Retrieved May 14, 2014, from http://id.wikipedia.org/wiki/Mesin_pencari_web
- Media sosial.(n.d.). - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopediabebas. Retrieved May 14, 2014, from http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial

Nama domain.(n.d.). - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopediabeas. Retrieved May 14, 2014, from http://id.wikipedia.org/wiki>Nama_domain

Simarmata, Janner (2010). Rekayasa Web. C.V ANDI OFFSET, Yogyakarta

Shneiderman, B en and Plaisant, Catherine (2010). Designing the User Interface : Strategies for Effective Human-Computer Interaction, 5th Edition. Addison-Wesley, New York.

Suratelektronik.(n.d.). - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopediabeas. Retrieved May 14, 2014, from http://id.wikipedia.org/wiki/Surat_elektronik

The 8-Step SEO Strategy, Step 1: Define Your Target Audience and Their Needs. (n.d.). Moz. Retrieved May 14, 2014, from <http://moz.com/blog/the-8step-seo-strategy-step-1-define-your-target-audience-and-their-needs>