WEB CONTENT

Web content adalah isi dari website yang telah anda buat. Tanpa adanya file-file halaman web dan file pendukung, maka domain dan hosting yang telah Anda miliki tidak akan menampilkan apa-apa jika diakses. Ini seperti memiliki rumah baru yang sudah ada alamatnya tapi belum diisi perabot alias kosong.

Berbeda dengan domain dan hosting yang sangat mudah dimiliki serta tidak membutuhkan skill khusus, konten website membutuhkan penanganan dan skill khusus. Anda harus menyiapkan halaman web beserta file pendukungnya secara terstruktur agar berfungsi dengan baik, lalu menempatkannya di hosting Anda.

MEDIA

Media merupakan suatu wadah atau sarana dalam menyampaikan suatu informasi dari pengirim kepada penerima. Media adalah segala bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi. Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Pendidikan atau Association of Education and Communication Technology (AECT) membatasi media sebagai saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan atau informasi. Batasan yang lain juga diberikan oleh Asosiasi pendidikan Nasional atau Education Association (NEA) yang membatasi media merupakan bentuk-bentuk komunikasi baik tercetak maupun Audio-Visual serta peralatannya serta media hendaknya dapat dimanipulasi, dapat didengar, dilihat dan dibaca.

STANDAR

Standar adalah ketentuan atau karakteristik teknis tentang suatu kegiatan atau hasil kegiatan, yang dirumuskan dan disepakati bersama oleh pihak-pihak yang berkepentingan sebagai acuan baku bagi kegiatan dan transaksi yang mereka lakukan.

jenis-jenis standar :

1. Standar Produk
2. Standar Sistem Manajemen
3. Standar Penilaian Kesesuaian

GENERATIVE MODEL

Generative models dan Discriminative models adalah dua model yang secara general dikenal di dunia pattern recognition. Biasanya setiap metode dapat dikategorikan ke dalam salah satu atau kedua model tersebut (dalam kasus hybrid methods). Perbedaan mencolok antara keduanya adalah, Generative models mengasumsikan bahwapembentukan setiap pattern di atur oleh set parameters. Di lain pihak, Discriminative models lebih fokus kepada pembentukan decision boundaries yang mana akan digunakan sebagai batas pembeda antar patterns. Dalam prakteknya decision boundaries bisa sangat kompleks, atau sangat mudah seperti sebuah garis linear. Perlu diketahui bahwa pembentukan decision boundaries tidak hanya ekslusif ada di Discriminative models. Generative models juga dapat membuat decision boundaries.

MODEL RETORIKA DI WEB

Retorika berarti mempunyai keinginan untuk berbicara baik secara umum maupun khusus, yang dapat dilakukan dalam beberapa kelompok untuk mencapai suatu tujuan tertentu ( misalnya memberikan informasi data atau memberikan informasi). Oleh karena itu pembicaraan adalah suatu kemampuan khusus manusia. Untuk menyampaikan jalan pikirannya kepada orang lain.

Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai “kemampuan untuk melihat atau mengidentifikasi dalam keadaan tertentu sarana yang tersedia persuasi.” Menganalisis retorika berfokus pada “bagaimana” dan “mengapa” persuasi daripada apa hal-hal tertentu orang katakan atau tulis agar persuasif . Salah satu cara komponen strategi retoris adalah dengan menggunakan Segitiga Retoris. Model ini menempatkan ke dalam kerangka umum interaksi antara berbagai aktor dan perangkat dalam persuasi. Tiga Banding retorik adalah strategi utama yang digunakan untuk membujuk penonton/audience dan juga perangkat penting untuk memahami ketika membangun atau mendekonstruksi argumen. Retorika adalah sebuah seni berkomunikasi efektif dengan wicara. Retorika merujuk pada suatu teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada suatu pengetahuan yang tersusun baik.

Segitiga retoris memungkinkan Anda untuk secara efektif menganalisis teks yang berbeda sebuah argumen untuk strategi retoris dan perangkat. Model ini membentuk proses retoris menjadi bagian-bagian dikelola dan berbeda melalui Segitiga Retoris dan Tiga Banding Retoris:

Segitiga retoris terdiri dari tiga komponen yang hadir dalam setiap proses persuasif:

* Penulis: orang yang menghasilkan teks.
* Pemirsa: orang / orang yang menerima / teks.
* Teks: pesan yang disampaikan dari penulis untuk penonton

Banding retoris:  tiga jalan utama dimana orang dibujuk.

* Logos:  Strategi alasan, logika, atau fakta. Setiap jenis argumen yang menarik bagi sisi rasional seseorang adalah menarik untuk logo.
* Ethos:  ” Karakter” Banding ke etos Strategi kredibilitas, wewenang, atau menunjukkan penulis kepercayaan, keahlian dan kejujuran dan berusaha untuk menempatkan penulis dalam cahaya yang lebih positif untuk penonton.
* Pathos:  Strategi emosi dan mempengaruhi. Pathos menarik bagi rasa audiens kemarahan, kesedihan, atau kegembiraan.

Aristoteles berpendapat bahwa logos adalah bentuk terkuat dan paling dapat diandalkan dari persuasi, bentuk yang paling efektif persuasi, bagaimanapun, menggunakan ketiga banding.

Ethos pada halaman web merupakan identitas dari web tersebut yang disajikan oleh penulis atau pembuat web sebagai situs buatannya. dapat berupa warna, lambang dan ciri khas lainnya.

BAHASA INDONESIA DAN KEBERAGAMAN BUDAYA

PERANAN BAHASA INDONESIA DALAM KERAGAMAN BUDAYA

Bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi yang digunakan Republik Indonesia sebuah negara yang luas dengan hamparan pulau-pulau besar dan kecil dalam tatanan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Bahasa Indonesia itu sendiri dalam perjalanannya mengalami beberapa penyempurnaan pada ejaannya diantaranya :  
Ejaan van Ophuijsen  
Merupakan ejaan yang didasarkan pada ejaan Bahasa Melayu dengan huruf latin. Ejaan ini disusun pada tahun 1896 oleh Charles Van Ophuijsen dengan bantuan Nawawi Soetan Ma’moer dan Moehammad Taib Soetan Ibrahim, yang resmi diakui pada tahun 1901 oleh pemerintah kolonial.

Ejaan Republik  
Ejaan yang juga dikenal dengan nama ejaan Soewandi diresmikan pada tanggal 19 Maret 1947 yang berfungsi untuk menggantikan ejaan terdahulu.

Ejaan Melindo (Melayu Indonesia)  
Ejaan yang mulai dikenal pada akhir tahun 1959, namun dikarenakan kondisi politik pada dekade itu maka ejaan ini urung diresmikan.

Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan (EYD)  
Merupakan ejaan dua bahasa serumpun, yakni Bahasa Indonesia dan Bahasa Malaysia. Mulai diresmikan pada tanggal 16 Agustus 1972 berdasarkan Kepres No. 57, Tahun 1972.

B. Keragaman Budaya  
Keragaman Budaya adalah macam-macam tingkah laku, ciri, atau kebiasaan yang ada pada masyarakat atau budaya di wilayah tertentu atau dunia dalam arti yang lebih luas.

Wilayah Indonesia yang sangat luas terbentang dari Sabang sampai Merauke memiliki keragaman budaya yang sangat luar biasa. Setidak nya terdapat 489 suku bangsa yang terdapat di Negara Kesatuan Republik Indonesia terdiri dari:

1. Aceh (11)  
2. Sumatera utara (15)  
3. Riau dan Sumatera Barat (11)  
4. Sumatera Selatan (29)  
5. Bengkulu, Jambi, dan Lampung (16)  
6. Jawa (12)  
7. Kalimantan Barat (74)  
8. Kalimantan Tengah dan Selatan (20)  
9. Kalimantan Timur (29)  
10. Bali dan Nusa Tenggara Barat (13)  
11. Nusa Tenggara Timur (46)  
12. Sulawesi Utara (20)  
13. Sulawesi Tengah (16)  
14. Sulawesi Selatan dan Tenggara (19)  
15. Kepulauan Maluku (43)  
16. Irian Jaya dan Papua (115)

Dan menurut catatan The Linguist terdapat 746 bahasa yang tersebar di wilayah nusantara.  
Maka sudah sepatutnya kita berbangga dengan kekayaan dan keragaman budaya bangsa ini serta turut menjaga untuk melestarikannya.

C. Peranan Bahasa Indonesia dalam Keragaman Budaya

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau dengan kepadatan populasi penduduk yang mencapai 222 juta jiwa pada kurun waktu 2006 serta kekayaan suku bangsa dan bahasanya yang beragam.  
Bahasa Indonesia mempunyai peran yang sangat penting sebagai alat pemersatu bangsa, untuk menghindarkan diri dari rasa saling curiga dan perselisihan antar anak bangsa. Sesuai dengan mottonya yang dikutip dari penggalan Bahasa Jawa Kuno Bhineka Tunggal Ika yang berarti “Berbeda-beda tetapi tetap satu” dan seperti yang sudah di ikrarkan dalam kongres pemuda pada tanggal 28 Oktober 1928.

Dalam konteks pergaulan Internasional yang menuntut kita untuk mampu menguasai Bahasa Inggris dan Bahasa Asing lainnya ada baiknya kita tidak mengesampingkan Bahasa Indonesia yang merupakan jati diri bangsa kita. Alangkah baik nya jika kita dapat mempromosikan Bahasa Indonesia kepada Dunia, daripada hanya diam dan menyaksikan perkembangan Bahasa Asing lain yang semakin pesat.

Karena itu kita sebagai generasi penurus dan warga negara Indonesia yang baik, dianjurkan untuk lebih mengutamakan penggunaan Bahasa Indonesia khususnya didalam negeri kita tercinta ini. Semoga Bahasa Indonesia akan selalu berjaya dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

WEB ANNOTATIONS

Web Annotations merupakan penggabungan dari beberapa tampilan web seperti :

Tagging adalah kata yang belum lama dilahirkan. Dahulu sebelum ada tagging, dunia informasi yang ada di internet berserakan dan tidak tersusun berdasarkan kategorinya.

Hal itu bagaikan, perpustakaan tanpa ada pengurusnya atau pustakawan. Nah sekarang dengan adanya tagging, para pengguna internet diminta saling membantu untuk menyusun informasi berdasarkan kategori, popularitas dan kesukaannya, termasuk juga berita-berita terkini.

Google pun diam-diam sudah memasukkan sistem tag, semacam fitur bookmark ke dalam my Search History, hal ini memungkinkan Anda melakukan tagging dan menaruh komentar ke setiap situs web yang Anda kunjungi.

Title dan Meta Tag adalah Tag HTML khusus yang dimasukkan ke dalam halaman Web/blog Anda dan sering tidak langsung terlihat oleh pengunjung Anda. Tujuan utama Title dan Meta Tags adalah untuk membantu sebuah mesin pencari, katalog dan mengkategorikan halaman Web/blog Anda sehingga mereka yang mencari produk atau jasa Anda dapat menemukan Anda. Ada banyak jenis Meta Tag yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Dan seperti yang telah uprian katakan, fokus kita di sini adalah yang utama / paling umum digunakan dengan Search Engine Optimization (SEO).

Rich snippet adalah tampilan hasil pencarian yang di-markup sehingga terlihat lebih menarik. Rich snippet sama sekali tidak mempengaruhi peringkat, hanya membantu pengguna Google untuk memilih sebuah hasil dengan informasi yang anda berikan. Rich snippet ini membuat hasil pencarian untuk blog anda tampak berbeda sehingga bisa menaikkan tingkat klik yang anda peroleh.

Anda bisa menambahkan rich snippet pada HTML blog atau website anda untuk membantu Google menghidangkan informasi tambahan bagi pengunjungnya. Ada 3 tahap yang bisa anda lakukan untuk membuat Rich Snippet pada blog anda.

#1 Pilih HTML Markup Format Untuk Rich Snippet Anda

Google menyarankan agar kita menggunakan microdata. Tapi salah satu dari ketiga format di bawah ini boleh anda gunakan untuk melakukan markup HTML.

1. Microdata
2. Microformat
3. RDFa

Saya sendiri memang lebih nyaman menggunakan microdata seperti anjuran dari Google. Tapi teman-teman blogger nanti bebas memilih metode yang akan digunakan.

#2 Markup HTML Blog Anda

Ada beberapa jenis rich snippets yang bisa anda pilih sesuai dengan blog anda. Beberapa di antaranya adalah:

* [Ulasan/Review](http://trikmudahseo.blogspot.com/2012/07/membuat-rich-snippet-bintang-lima.html) ada juga [rich snippet dengan foto/gambar profil tanpa daftar google plus](http://trikmudahseo.blogspot.com/2012/07/rich-snippet-bintang-lima-dengan-foto.html)
* Data Orang
* Data Produk
* Data Bisnis dan Organisasi
* Resep
* Peristiwa
* Video, dan
* Musik

#3 Tes Tampilan Rich Snippet

Jika anda sudah selesai melakukan markup, silahkan membuka alamat URL [Rich Snippets Testing Tool](http://www.google.com/webmasters/tools/richsnippets). Alat ini akan membantu anda untuk melihat hasil yang akan ditampilkan Google pada hasil pencarian. Anda tinggal memasukkan salah satu URL dari halaman artikel anda pada kotak URL yang disediakan. Tunggu beberapa saat untuk melihat hasil rich snippet blog saudara.

Walaupun alat ini sudah memperlihatkan hasil yang anda inginkan, tapi Google membuat pernyataan bahwa tidak ada jaminan mereka akan menggunakan data yang anda berikan. Karena Google tetap mempunyai algoritma yang mandiri untuk membandingkan rich snippets anda dengan kualitas dari blog itu sendiri.

WEB STRUKTUR

Struktur Sebuah Website

Hal pertama dalam mempelajari sesuatu biasanya adalah pengenalan. Begitu juga mengenai website, sebelum mempelajarinya lebih jauh, ada baiknya kita mengetahui bagian-bagian pembentuk sebuah website. Minimalnya dengan itu kita tahu, bagian mana yang bisa kita tangani, dan mana yang harus menggunakan jasa orang lain. Atau, kita tahu bagian mana yang harus diotak-atik dalam troubleshoting.

Secara garis besar, agar dapat diakses oleh publik, sebuah website harus memiliki empat komponen utama. Jika manusia memiliki nama, tubuh, jiwa, dan rumah tempat tinggal, maka sebuah website pun memilikinya.

Nama website, umumnya panduan dari domain dan TLD (Top Level Domain), dimana nama ini bersifat uniq yaitu tidak ada yang sama satupun didunia ini. Domain website ini adalah jayaweb, website ini menggunakan tld .com, jadi nama website ini adalah jayaweb.com. Beberapa tld lainnya yaitu .net, .info, .biz, dll. Tapi ada juga nama website menggunakan subdomain (sub/anak dari domain), semisal blog.jayaweb.com

Tubuh, dalam hal ini adalah struktur dan layout dasar sehingga website dapat tampil dengan baik. Struktur utama sebuah website dibentuk oleh script html, dihiasi oleh css dan gambar latar dan icon, agar dapat mengolah data maka dicerdaskan oleh php, asp, jsp atau lainnya. Dan agar terlihat lebih atraktif, interaktif dan lebih hidup, biasanya sebuah website disenjatai dengan javascript dan gambar-gambar animasi dan flash. Jika Anda enggan pelajari web programing, minimalnya Anda harus mempelajari cms agar dapat membuat website sendiri, semisal cms wordpress dan joomla.

Jiwa, adalah fungsi dan isi/content yang berkenaan dengan fungsi website, sesuai dengan tujuan dibuatnya website itu. Macam-macam website berkenaan dengan hal ini diantaranya adalah website sebagai toko online, website sebagai blog, portal, social media, album photo, profil perusahaan, dll, yang tentunya memiliki type content yang berbeda sesuai fungsinya. Untuk web desainwebnet.com, contentnya adalah artikel tentang pembuatan website, belajar website dan info bisnis online, karena website ini saya peruntukan sebagai web yang juga berfungsi juga untuk publikasi.

Rumah, bagi sebuah website adalah hosting untuk menempatkan file-file dan database website tersebut. Hosting disini adalah server yang terhubung ke internet, jadi sever local semisal apache di localhost bukanlah sebuah hosting dalam bahasan disini. Jadi ketika seseorang mengakses sebuah website, sebenarnya dia sedang mengakses sebuah komputer server yang terkoneksi ke internet, yang telah disediakan oleh pihak hosting untuk disewakan.

Web Struktur Meliputi :

1. Link Struktur sebuah web terdiri atas dua buah website yaitu • Website Carravelle (<http://www.carravelle.com>) merupakan web dinamis untuk perdagangan online (eCommerce) sebuah industri manufaktur di Jakarta dan telah online sejak tahun 2004. Tampilan halaman utama dan struktur website ini dapat dilihat pada Lampiran 4.

2. Website FEMA IPB, <http://fema.ipb.ac.id>, Merupakan website resmi Fakultas Ekologi Manusia (FEMA), Institut Pertanian Bogor. Website FEMA IPB memiliki konten dan struktur link yang dinamis. Tampilan halaman utama dan struktur website ini dapat dilihat pada Lampiran 5.

Data masukan yang digunakan pada penelitian ini adalah data log server dari web Carravel dan FEMA IPB (Tabel 1). Pemilihan data log server dibanding data sekunder lain seperti log proxy dan log browser karena data log server lebih mudah diolah serta memiliki informasi yang lengkap untuk bahan evaluasi dan perbaikan struktur link.

SOSIAL NETWORKING

Sosial Networking atau sites yaitu dapat juga diartikan sebagai jejaringan sosial yang dapat diartikan sebagai menjalin hubungan dengan orang lain melalui social media sites / situs jejaring sosial yang ada di internet. Bisa diakses di mana saja, kapan saja dan oleh siapa saja. Dan tidak jarang juga, orang-orang yang “maenan” situs semacam ini dibilang melakukan kegiatan yang ngga mutu. Padahal status update pun memiliki potensi dengan dampak yang luas. Sayangnya, terlalu sering sebuah buku dinilai hanya dari sampulnya.

Membuka lembaran pertama – Keinginan untuk Social Networking lahir dari kebutuhan dasar manusia.

Manusia pada dasarnya memang sudah terkonfigurasi secara biologis untuk bersosialisasi. Kita semua ingin untuk bertatap muka dengan orang lain (kita bahkan memiliki kelebihan bawaan dari lahir untuk melakukan facial recognition!), berbagi satu sama lain, merasa terkoneksi, dan aspek-aspek lainnya dari kehidupan sosial.

Dulunya sangat susah bagi kita untuk bisa bertemu dengan banyak orang. Palingan pakai surat atau telegram. Kemudian datanglah telepon dan kemudian handphone yang mengakibatkan dompet kurus kering. Di satu sisi, memang tagihan pulsa yang ngga karuan adalah hal yang buruk, tetapi bila dilihat di sisi yang lain, ini adalah bukti nyata kebutuhan dasar sebagai manusia untuk berhubungan dengan orang lain.

Dan datanglah era internet dengan bentuk dasar yang [tidak menghiraukan batasan](http://pandutruhandito.com/ramblings/bentuk-dasar-internet/)apapun. Semua orang dapat terkoneksi di atas satu medium. Siapapun dapat mengakses situs apapun. Dan karenanya, saat sebuah situs jejaring sosial dimana orang-orang berkumpul disediakan, banyak orang secara alami tertarik untuk datang ke sana.

Lembaran kedua – Kekuatan Social Networking ada pada motivasi setiap penggunanya

Ketik, ketik, ketik, tekan tombol share. Semudah itu kita memberikan akses untuk ratusan bahkan ribuan orang untuk bisa masuk ke sepenggal dari pikiran kita. Berbagi di social media itu pada hakikatnya sama seperti mengirim sms ke ratusan orang atau yang disebut juga dengan broadcasting. Dan poin yang paling crucial di sini adalah, orang-orang yang bisa melihat apa yang kita share adalah orang-orang yang memang sudah dari awalnya ada niat untuk berhubungan dengan kita!.

BLOGS

Blog merupakan singkatan dari web log[[1]](https://id.wikipedia.org/wiki/Blog" \l "cite_note-1) adalah bentuk [aplikasi web](https://id.wikipedia.org/wiki/Aplikasi_web) yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum. Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian. Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna [Internet](https://id.wikipedia.org/wiki/Internet) sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.

Sejarah WEB.

Media blog pertama kali dipopulerkan oleh [Blogger.com](https://id.wikipedia.org/wiki/Blogger), yang dimiliki oleh [Pyra Labs](https://id.wikipedia.org/wiki/Pyra_Labs) sebelum akhirnya PyraLab diakusisi oleh [Google.Com](https://id.wikipedia.org/wiki/Google) pada akhir tahun 2002 yang lalu. Semenjak itu, banyak terdapat aplikasi-aplikasi yang bersifat [sumber terbuka](https://id.wikipedia.org/wiki/Sumber_terbuka) yang diperuntukkan kepada perkembangan para [penulis blog](https://id.wikipedia.org/wiki/Blogger) tersebut.

Blog mempunyai fungsi yang sangat beragam,dari sebuah catatan harian, media publikasi dalam sebuah kampanye politik, sampai dengan program-program media dan perusahaan-perusahaan. Sebagian blog dipelihara oleh seorang penulis tunggal, sementara sebagian lainnya oleh beberapa penulis, . Banyak juga weblog yang memiliki fasilitas interaksi dengan para pengunjungnya, seperti menggunakan buku tamu dan kolom komentar yang dapat memperkenankan para pengunjungnya untuk meninggalkan komentar atas isi dari tulisan yang dipublikasikan, namun demikian ada juga yang yang sebaliknya atau yang bersifat non-interaktif.

Situs-situs web yang saling berkaitan berkat weblog, atau secara total merupakan kumpulan weblog sering disebut sebagai [blogosphere](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Blogosphere&action=edit&redlink=1). Bilamana sebuah kumpulan gelombang aktivitas, informasi dan opini yang sangat besar berulang kali muncul untuk beberapa subyek atau sangat kontroversial terjadi dalam blogosphere, maka hal itu sering disebut sebagai blogstorm ataubadai blog.

ANALISIS WEB

Analisis Web adalah pengukuran, pengumpulan, analisis dan pelaporan data internet untuk tujuan memahami dan mengoptimalkan penggunaan web. Jadi, metodologi analisis web adalah cara yang digunakan untuk mengoptimalkan sebuah web dengan melakukan pengumpulan serta pengukuran data pada internet.

metodologi paling klasik terdiri dari 5 fase yaitu:

1. Fase requirement. mencari tahu apa yang dibutuhkan, tujuan dari suatu proyek pengembangan aplikasi, dan seperti apa hasil yang diinginkan.
2. Fase analisa. memutuskan seperti apa aplikasi yang ingin dibuat, feature apa saja yang diperlukan, masalah yang kemungkinan dihadapi, apa saja yang diperlukan dalam proses pengembangan, dsb.
3. Fase perancangan. membuat rencana atau rancangan mengenai aplikasi yang akan dibuat berdasarkan hasil analisa sebelumnya.
4. Fase pengembangan. tahapan implementasi hasil dari analisa dan perancangan. Pada tahapan ini juga dilakukan pengujian terhadap suatu fungsi apakah telah berjalan sesuai yang diinginkan.
5. Fase installasi. setelah memastikan bahwa semua fungsi telah berjalan baik dan telah memenuhi kriteria yang diinginkan pada fase requirement maka aplikasi akan si setup pada server atau komputer yang akan digunakan untuk menjalankan aplikasi ini.

Sedangkan kriteria metodologi untuk sebuah web berdasarkan analisis web adalah:

1. Loading halaman cepat
2. Warna latar belakang tidak bertabrakan dengan warna teks dan ukuran font tidak terlalu kecil.
3. Tombol dan bar navigasi mudah dipahami penggunaannya
4. setidaknya paling sedikit menggunakan gambar dan beri keterangan pada gambar tersebut.

Analisis Web meliputi :

PENGUKURAN WEB

Di bawah ini ada beberapa tools yang digunakan untuk mengeukur website dari segi kecepatan akses dan performanya, serta mengukut banyaknya pengunjung suatu website, berikut ini penjelasan mengenai beberapa tools yang digunakan untuk mengukur kecepatan akses website.

1.Pingdom Tools

merupakan sebuah alat ukur kecepatan website dapat di akses, nilai dari sebuah website, dan berapa ukuran dari sebuah website tersebut.

Beberapa kelebihannya di kategorikan sebagai berikut  :

Performance Grade : melihat nilai kecepatan performa halaman web, dari akses DNS, browser cache, combine external css dan lain-lain.  
Waterfall : melihat detail kecepatan akses ketika membuka halaman web, dari gambar bahkan sampai seberapa cepat script tersebut dapat di akses.  
Page Analysis : melihat detail analisa halaman web.  
History : melihat detail akses dari beberapa hari lalu.

Kekurangan yang terdapat pada tools ini, sama seperti tools alat ukur akses web pada umumnya yaitu Membutuhkan akses internet yang stabil, karena tidak mungkin kita bisa mengukur kecepatan akses suatu website kalau akses internet kita terhadap website tersebut tidak stabil/berjalan dengan baik.

2.GTmetrix

adalah website untuk menganalisa kecepatan web yang tersedia secara gratis, dengan menggunakan google page speed dan Yahoo Yslow sebagai analyze engine dan untuk menampilkan hasil serta rekomendasi yang harus dilakukan.

Dengan GTmetrix juga dapat membandingkan beberapa URL sekaligus dan jika mendaftar sebagai anggota maka dapat:

–          Melihat tes sebelumnya untuk membandingkan hasilnya

–          Menjadwalkan cek website secara otomatis

–          Menyimpan laporan

–          Memilih hasil laporan untuk ditampilkan kepublic atau tidak

Kelebihan GTmetrix :

–          Dapat menggunakan google page speed dan YSLOW sebagai analyze engine

–          Dapat membandingkan beberapa URL sekaligus

–          Menjadwalkan cek website secara otomatis

–          Dapat menyimpan laporan

–          Memilih hasil laporan untuk ditampilkan kepublic atau tidak.

Kekurangan GTmetrix :

–          Jika menggunakan GTmetrix harus menggunakan internet yang cepat.

3. Alexa Rank

Alexa Internet, Inc. adalah perusahaan yang berbasis di California yang mengoperasikan situs yang menyediakan informasi mengenai banyaknya pengunjung suatu situs dan urutannya. Alexa Internet didirikan pada tahun 1996 oleh Brewster Kahle dan Bruce Gilliat. Cara kerja Alexa rank Alexa memberikan peringkat ke sebuah situs berdasarkan jumlah pengunjung unik. Semakin rendah alexarank dari situs berarti situs memiliki sedikit pengunjung unik.Jadi jika Anda bisa mendapatkan lebih banyak traffic ke situs Anda, Anda akan mendapatkan lebih rendah alexa rank.

Kelemahan Alexa:

1. Jika pengguna internet (pengakses situs anda tidak menginstal Alexa Toolbar di browsernya) maka sekalipun ada 1000 pengunjung situs anda dalam sehari, Alexa akan tetap menilai situs anda tidak ada pengunjungnya.

2. Jika dalam sehari ada yang mengakses situs anda 20 kali dengan alamat IP (Internet protocol) yang sama, maka akan dianggap situs anda hanya dikunjungi oleh 1 satu orang hanya dapat poin 1, akan berbeda jika situs anda dikunjungi oleh 20 orang dengan alamat IP berbeda (unik) maka situs anda akan memperoleh nilai 20 (nilai ini hanya pengandaian, Alexa mempunyai formula sendiri dalam menentukan nilai sebuah web) .

Kelebihan Alexa :

1. Alexa rank akan menampilkan tingkat popularitas dari sebuah situs web yang dibandingkan dengan web milik kita,termasuk jangkauan,tampilan halaman,dan masih banyak lagi.

2. Pencarian analisa akan menampilkan kepada kita yang merupakan syarat untuk kita untuk berkompetisi untuk mendapatkan sebuah traffic 3.Data pengunjung akan menampilkan kepada kita apa yang menarik dari website kita yang dilihat oleh pengunjun – pengunjung website kita 4.Data clickstream akan menampilkan kepada kita sebagai pemilik website dimana dalam mendapatkan traffic dari program keanggotaan dan kemitraan.

CRAWLER

Crawler bertugas untuk mengindeks, membuat rangking, menyusun dan menata halaman dalam bentuk indeks terstruktur agar bisa dicari dalam waktu yang sangat cepat.  
Obyek dari crawler adalah isi halaman, file, folder dan direktori web, sedangkan subyek dari robots.txt adalah mesin pencari/search engine crawler.  
Crawler ini penting dipahami untuk SEO.  
Crawler akan berhadapan dengan robotsg.txt yang akan memandu mesin pencari/search engine seperti google, yahoo dan bing untuk mengindeks sebuat blog atau website, sehingga crawler akan tahu mana halaman, folder atau file yang boleh diindeks atau tidak, semakin lengkap sebuah panduan dalam robots.txt akan lebih baik, dengan demikian robot crawler akan dengan cepat mengindeks isi website, kebanyakan halaman situs berisi link ke halaman lain.  
Sebuah spider dapat memulai dari manapun, apabila ia melihat sebuah link kepada halaman lain, maka ia akan segera menuju ke sana dan mengambilnya.  
Search engine seperti Alta vista mempunyai banyak spider yang bekerja secara pararel. Sangat direkomendasikan untuk tidak menggunakan javascript pada menu utama, gunakanlah tag noscript, hyal ini dikarenakan javascript tidak bisa diambil oleh spider untuk search engine, dan semua link yang mengandung javascript akan ditolak sebagai halaman teks.

Crawlers Pada Search Engine

Berikut ini adalah contoh-contoh dari Crawler:

1.Teleport Pro

Salah satu software web crawler untuk keperluan offline browsing. Software ini sudah cukup lama popular, terutama pada saat koneksi internet tidak semudah dan secepat sekarang. Software ini berbayar dan beralamatkan di <http://www.tenmax.com>.

2.HTTrack

Ditulis dengan menggunakan C, seperti juga Teleport Pro, HTTrack merupakan software yang dapat mendownload konten website menjadi sebuah mirror pada harddisk anda, agar dapat dilihat secara offline. Yang menarik software ini free dan dapat di download pada website resminya di <http://www.httrack.com>.

3.Googlebot

Merupakan web crawler untuk membangun index pencarian yang digunakan oleh search engine Google. Kalau website anda ditemukan orang melalui Google, bisa jadi itu merupakan jasa dari Googlebot. Walau konsekuensinya, sebagian bandwidth anda akan tersita karena proses crawling ini.

4.Yahoo!Slurp

Kalau Googlebot adalah web crawler andalan Google, maka search engine Yahoo mengandalkan Yahoo!Slurp. Teknologinya dikembangkan oleh Inktomi Corporation yang diakuisisi oleh Yahoo!.

5.YaCy

Sedikit berbeda dengan web crawler  lainnya di atas, YaCy dibangun atas prinsip jaringan P2P (peer-to-peer), di develop dengan menggunakan java, dan didistribusikan pada beberapa ratus mesin computer (disebut YaCy peers). Tiap-tiap peer di share dengan prinsip P2P untuk berbagi index, sehingga tidak memerlukan server central.

Contoh search engine yang menggunakan YaCy adalah Sciencenet (<http://sciencenet.fzk.de>) untuk pencarian dokumen di bidang sains.

Cara Kerja Web Crawler

Web crawler atau yang dikenal juga dengan istilah web spider bertugas untuk mengumpulkan semua informasi yang ada di dalam halaman web. Web crawler bekerja secara otomatis dengan cara memberikan sejumlah alamat website untuk dikunjungi serta menyimpan semua informasi yang terkandung didalamnya. Setiap kali web crawler mengunjungi sebuah website, maka web crawler tersebut akan mendata semua link yang ada dihalaman yang dikunjunginya itu untuk kemudian di kunjungi lagi satu persatu. Proses web crawler dalam mengunjungi setiap dokumen web disebut dengan web crawling atau spidering. Beberapa websites, khususnya yang berhubungan dengan pencarian menggunakan proses spidering untuk memperbaharui data data mereka. Web crawler biasa digunakan untuk membuat salinan secara sebagian atau keseluruhan halaman web yang telah dikunjunginya agar dapat di proses lebih lanjut oleh system pengindexan. Crawler dapat juga digunakan untuk proses pemeliharaan sebuah website, seperti memvalidasi kode html sebuah web, dan crawler juga digunakan untuk memperoleh data yang khusus seperti mengumpulkan alamat e-mail.

Web crawler termasuk kedalam bagian software agent atau yang lebih dikenal dengan istilah program bot. Secara umum crawler memulai prosesnya dengan memberikan daftar sejumlah alamat website untuk dikunjungi, disebut sebagai seeds. Setiap kali sebuah halaman web dikunjungi, crawler akan mencari alamat yang lain yang terdapat didalamnya dan menambahkan kedalam daftar seeds sebelumnya

Cara Supaya Halaman Web Kita Masuk Dalam Google Crawlers

Tips Agar Sering didatangi oleh Google Crawlers pertama :

Membuat sitemap dan atau daftar isi

Sitemap (peta situs) blog berfungsi membantu search engine bot menjelajahi, menemukan dan mengindeks konten blog kita. Jika blog anda berplatform wordpress.org, cara paling mudah membuat sitemap adalah dengan memasang plugin bernama Google XML sitemaps. Sitemap sebenarnya hampir sama dengan halaman daftar isi yang sering kita buat di blog, hanya sitemap berisi kode-kode HTML yang dibaca oleh bot sedangkan daftar isi untuk dibaca oleh manusia. Jika anda ingin sitemap yang juga berfungsi sebagai daftar isi, gunakan plugin bernamaDagon Sitemap Generator. Beberapa themes seperti GoBlog Themes sudah menyediakan sitemap secara default seperti ini: Sitemap.

Tips Agar Sering didatangi oleh Google Crawlers kedua :

Mendaftarkan sitemap di Google Webmaster Tools

Sitemap blog anda perlu didaftarkan di Google Webmaster Tools. Google webmaster sendiri penting diikuti oleh semua pemilik blog agar anda dapat menganalisa semua data yang berkenaan dengan blog anda. Melalui uji sitemap, kita bisa mengetahui konten mana di blog yang belum terindeks Google. Daftarkan dulu blog anda di Google Webmaster Tools, lihat caranya disini

Setelah terdaftar, masuk ke bagian “pengoptimalan” >> “peta situs” dan masukkan nama sitemap blog anda.

Kolom yang perlu diisi disamping URL blog kita adalah: sitemap.xml, jadi lengkapnya adalah: namabloganda.com/sitemap.xml

Tips Agar Sering didatangi oleh Google Crawlers ketiga :

Internal link

Internal link merupakan teknik onpage optimization, yaitu salah satu cara yang digunakan dalam SEO untuk meningkatkan online visibility dari sebuah blog. Internal link adalah link yang mengarah ke dalam blog kita sendiri. Buatlah link tersebut relevan dengan topik yang sedang dibahas. Berapa banyak internal link yang perlu ditambahkan dalam 1 artikel ? Tidak ada patokan, namun buatlah minimal 2 saja. Satu link mengarah ke homepage dan 1 link mengarah ke artikel lain yang kategorinya sejenis atau bahkan mengarah ke artikelnya itu sendiri. Internal link ini sama fungsinya seperti sitemap yaitu memudahkan Google Crawlers menjelajahi blog kita

SEARCH ENGINE

Mesin pencari (search engine) adalah salah satu program komputer yang di rancang khusus untuk membantu seseorang menemukan file-file yang disimpan dalam computer, misalnya dalam sebuah web server umum di web (www) atau komputer sendiri. Mesin pencari memungkinkan kita untuk meminta content media dengan criteria yang spesifik ( biasanya berisikan prase atau kata yang kita inginkan) dan memperoleh daftar file yang memenuhi kriteria tersebut.

Cara Kerja Search Engine

Mesin pencari web bekerja dengan cara menyimpan informasi tertang banyak halaman web, yang diambil secara langsung dari www. Halaman ini di ambil dengan web crawler-browsewr web yang otomatis mengikuti setiap pranala yang di lihatnya. Isi setiap halaman lalu dianalisis untuk menentukan cara mengindeksnya (misalnya kata-kata di ambil dari judul, subjudul, atau field khusus yang di sebut meta tag ).

Data tentang halaman web disimpan dalam sebuah database indeks untuk di gunakan dalam pencarian selanjutnya. Sebagian mesin pencari seperti Google, menyimpan seluruh atau sebagian halaman sumber ( yang di sebut cache) maupun informasi tentang halaman web itu sendiri. Ketika seorang pengguna menggunakan mesin pencari dan memasukin query, biasanya dengan memasukan kata kunci, mesin mencari akan mengindeks dan memberikan daftar halaman web yang paling sesuai dengan kriterianya. Daftar ini biasanya di sertai ringkasan singkat mengenai judul dokumen dan terkadang sebagian teks dari hasil pencarian yang kita cari.

Pengelompokan Search Engine

Search Engine dikelompokkan ke dalam tiga kelompok utama. Yaitu, primer, sekunder, dan targeted. Yuk kita bahas satu-satu :

Search Engine Primer

Search engine primer adalah jenis search engine yang umum kite kenal salama ini, yaitu Google, Yahoo!, dan MSN.

Google

The King of Search Engine, itulah julukan yang diberikan untuk Google. Julukan itu memang pantas diberikan kepada Google. sebab Google memberikan tingkat ke-akurat-an yang bisa memuaskan banyak pihak. Seperti juga Yahoo!, Google memang memberikan berbagai fasilitas tambahan kepada mereka yang menginginkannya. Seperti dalam pencariannya memuat foto, video dan file yang bersangkutan, dapat menterjemahkan halaman berbahasa asing, misalkan halaman berbahasa Inggris dapat diterjemahkan menjadi berbahasa Indonesia, dll..

Tapi sekali lagi ditekankan bahwa, fasilitas tambahan itu bukanlah penyebab utama kepopuleran Google. Keakuratan lah yang menyebabkan Google begitu populer. Keakuratan ini mulai dikembangkan saat para pendesign Google mulai menambahkan faktor link popularity kedalam teknik perangkingannya.

Kombinasi antara keyword dan link popularity ini, memberikan tingkat keakuratan yang tinggi jika dibanding hanya menggunakan keyword saja. Namun perlu diingat juga bahwa, link popularity dan keyword hanyalah dua dari sekian banyak faktor yang diperhitungkan saat Google merangking tingkat relevansi dari suatu web page terhadap suatu topik.

Yahoo!

Yahoo! adalah sebuah search engine. Tapi selain search engine, Yahoo! juga memiliki apa yang disebut dengan Web Directory. Jika kamu belum mengetahui apa yang dimaksud dengan Web Directory itu, berikut gambarannya secara umum.

Web Directory adalah kumpulan dari web page yang ada di internet. Web page-web page itu dikelompokkan kedalam beberapa kategori utama. Dari beberapa kategori utama ini, dipecah atau dibagi-bagi lagi mencari sub katergori yang lebih spesifik.

Web directory ini fungsinya mirip dengan search engine, yaitu untuk mencari, mengelompokkan, kemudian merangking atau mengindex berbagai web page yang ada di internet. Jadi kita bisa menggunakan web directory ini untuk mencari web page berdasarkan kategori yang kita inginkan.

Yahoo! sebenarnya pada awal pembuatannya adalah sebuah web directory. Untuk lebih jelasnya, kamu bisa membaca mengenai sejarah Yahoo!. S eiring perkembangannya, Yahoo! akhirnya dikenal juga sebagai search engine. Namun tidak seperti Google, dalam upayanya menyediakan fasilitas web search, Yahoo! tidak bekerja sendirian. Yahoo! bekerjasama dan menggunakan jasa dari pihak ketiga, misalnya Inktomi, AllTheWeb, AltaVista, Overture, dan juga Google.

Bing

BING mesin pencari yang baru dari Microsoft, telah datang dan mengambil perhatian banyak orang dengan cepat. Bing ini merupakan bentuk reinkarnasi yang dilakukan Microsoft terhadap ketiga mesin pencari produksinya terdahulu, yakni Live Search, Windows Live Search, dan MSN Search. Produk mesin pencari yang baru ini secara resmi dilucurkan pada tanggal 3 Juni 2009 menggantikan mesin pencari sebelumnya, yaitu Live Search. Bing diciptakan dengan menggunakan suatu teknologi, yakni teknologi PowerSet.

Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk memperoleh hasil pencarian yang lebih akurat. Di samping itu, Bing dilengkapi dengan kemampuan untuk menyimpan dan membagi historis pencarian melalui Windows Skydrive, Facebook, dan e-mail. Bing mengelompokkan pencarian berdasarkan empat kategori, yaitu : pencarian halaman situs atau website, pencarian gambar, pencarian berita, pencarian siapa dan apa yang paling banyak dicari oleh pengguna Bing.

Search Engine Sekunder

Mereka disebut search engine sekunder karena mereka mempunyai audience atau user yang lebih spesifik. Search engine yang masuk kedalam kelompok search engine sekunder ini biasanya memang dibuat dan ditujukan khusus untuk kalangan tertentu saja. Misalnya untuk pengguna dari negara-negara tertentu saja.

Search engine sekunder mungkin memang tidak memberikan traffik sebanyak search engine primer. Antara lain itu disebabkan oleh keterbatasan seperti yang sudah disebutkan diatas.

Search engine sekunder dibuat dan ditujukan untuk kalangan spesifik, yang artinya mereka punya audience atau user yang spesifik pula. Jika kebetulan search engine tersebut memiliki audience yang sama dengan audience yang menjadi target kita maka traffic yang kita dapatkan dari search engine sekunder ini adalah memang traffik yang menjadi target utama kita. Itu artinya kita tidak perlu repot-repot lagi mencari orang-orang yang menjadi target utama kita. Kita cukup memfokuskan diri pada search engine sekunder yang mempunyai audience yang sama dengan audience yang menjadi target dari usaha SEO yang kita lakukan.

Seperti juga search engine yang termasuk dalam kelompok primer, search engine sekunder ini juga mempunyai algoritma yang berbeda dalam hal merangking. Mereka mempunyai penekanan pada kriteria yang berbeda-beda dalam hal penentuan rangking. Ada yang lebih menekankan pada penggunaan keyword, sementara yang lain lebih menekankan pada link, dan seterusnya.

Search engine sekunder ini tidak bisa kita abaikan saat kita mulai membuat perencanaan SEO. Seperti yang sudah dikatakan tadi, walau mungkin traffic yang mereka berikan tidak sebanyak traffik dari search engine primer, namun traffik tetaplah traffik. Lycos, Miva, LookSmart, Ask.com, dan Espotting adalah contoh-contoh search engine yang termasuk dalam kelompok sekunder.

Targeted Search Engine

Targeted search engine terkadang disebut juga topical search engine. Yaitu search engine yang lebih spesifik dari yang spesifik. Search engine ini biasanya dibuat untuk melayani user-user yang mempunyai ketertarikan pada topik-topik yang tertentu. Topik-topik ini biasanya bersifat umum, misalnya masalah kesehatan, bisnis, pendidikan, teknologi, dan sejenisnya.

Contoh-contoh search engine targeted ini misalnya, CitySearch, Yahoo! Travel, dan MusicSearch. Seperti juga search engine sekunder yang kita bicarakan diatas, traffik yang ke atau dari search engine kelompok targeted ini adalah traffik yang benar-benar spesifik. Carilah search engine targeted yang mempunyai relevansi dengan topik yang menjadi target usaha SEO yang kita lakukan.

WEB ARCHIVING

Definisi Web Archiving

Pengarsipan web (Web Archiving) adalah proses mengumpulkan bagian dari WWW dan memastikan koleksi tersebut diawetkan dalam suatu arsip, misalnya situs arsip, untuk diakses peneliti, sejarawan, dan masyarakat umum pada masa datang.

Cara Kerja Web Archiving

Yang paling umum web pengarsipan teknik menggunakan web crawler untuk mengotomatisasi proses pengumpulan halaman web. Web crawler biasanya mengakses halaman web dengan cara yang sama dengan yang dilakukan user yang menggunakan web browser untuk menemukan website yang ingin dicari.

Contoh-contoh Web Archiving

Berikut Ini adalah Beberapa Contoh Layanan yg melayani jasa Web Archiving:

• Archive-it : Sebuah Layanan Pengarsipan Web Berlangganan yang memperbolehkan sebuah institusi Untuk Membangun, Me-Manage, dan Mecari Arsip web Institusi itu sendiri

• Archive.is : Sebuah Layanan Pengarsipan Web Gratis Untuk menyimpan Halaman dan berikut juga Gambar dari sebuah website tertentu. Dan bias menyimpan halaman dari Web 2.0.

• Iterasi : Sebuah Layanan Pengarsipan Web yang khusus untuk agensi pemerintahan, organisasi Finansial, brand heritage Dll.

<https://dhozkiii24.wordpress.com/2013/08/26/penjelasan-web-content-media-standar-generative-model-model-retorika-di-web/>

[**Web Content**](http://sikat-ku.blogspot.com/2013/06/web-content.html)

**WEB CONTENT**  
  
      Content dalam website adalah segala sesuatu yang dapat dilihat oleh pengunjung baik berupa gambar, tulisan, animasi, video, suara, tombol navigasi dan sebagainya. Jadi jika kita mengunjungi suatu website sebenarnya yang kita kunjungi adalah content. Pengaturan content ini dilakukan pada saat pemograman website (coding), entah itu jenis contentnya, warna, posisi dan sebagainya. Hal inilah yang mendasari perencanaan pembuatan website harus dilakukan sebaik mungkin, karena content-content yang akan ditampilkan pada website baik posisi maupun jenisnya akan ditentukan dari sini.  
  
**Media Standar Penggunaan Web Kontrol**  
      Walaupun Internet dimulai dengan sebuah proyek penelitian pemerintah AS pada akhir 1950-an, web dalam bentuk yang sekarang tidak muncul di Internet sampai setelah Tim Berners-Lee dan rekan-rekannya di laboratorium Eropa (CERN) mengusulkan konsep menghubungkan dokumen dengan hypertext. Tapi itu tidak sampai Mosaic, pendahulu dari Netscape Navigator yang terkenal, tampak bahwa internet menjadi lebih dari sebuah sistem yang melayani berkas. Penggunaan hypertext, hyperlink dan model berbasis halaman berbagi informasi, diperkenalkan dengan Musa dan kemudian Netscape, membantu untuk menentukan konten web, dan pembentukan website. Sebagian besar, hari ini kita kategorikan website sebagai jenis tertentu dari website sesuai dengan isi website berisi.  
  
**Model Generatif**  
      Pembelajaran generatif (PG) merupakan terjemahan dari Generative Learning (GL). Berdasarkan model transformasi pengetahuan menurut konstruktivis telah diajukan beberapa model pembelajaran lain. Salah satu model pembelajaran diusulkan oleh Osborne dan Wittrock pada tahun 1985 adalah model pembelajaran generatif karena didasarkan pada teori belajar generatif dimana pembelajaran generatif merupakan suatu model pembelajaran yang menekankan pada pengintegrasian secara aktif pengetahuan baru dengan menggunakan pengetahuan yang sudah dimiliki siswa sebelumnya. Pengetahuan baru itu akan diuji dengan cara menggunakannya dalam menjawab persoalan atau gejala yang terkait. Jika pengetahuan baru itu berhasil menjawab permasalahan yang dihadapi, maka pengetahuan baru itu akan disimpan dalam memori jangka panjang.  
      Model pembelajaran generatif berbasis pada pandangan konstruktivisme, dengan asumsi dasar bahwa pengetahuan dibangun dalam pikiran siswa. Hal ini ditegaskan Wittrock bahwa intisari dari pembelajaran generatif adalah otak tidak menerima informasi dengan pasif, melainkan justru dengan aktif mengkonstruksi suatu interpretasi dari informasi tersebut dan kemudian membuat kesimpulan.  
      Model pembelajaran generatif merupakan salah satu model pembelajaran yang dilakukan dengan tujuan agar siswa secara aktif mengkonstruksi pengetahuan dalam pembelajaran. Dalam teori belajar generatif merupakan suatu penjelasan tentang bagaimana seorang siswa membangun pengetahuan dalam fikirannya seperti membangun ide tentang arti sutau istilah dan membangun strategi agar sampai pada suatu penjelasan tentang pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”  
  
**Model Retorika**

     Model komunikasi yang digunakan oleh Aristoteles pada dasarnya adalah model komunikasi paling klasik, model ini disebut model retoris (*rhetorical model*). Inti dari komunikasi ini adalah persuasi, yaitu komunikasi yang terjadi ketika seorang pembicara menyampaikan pembicaraannya kepada khalayak dalam mengubah sikap mereka. Ilmu retorika pada awalnya dikembangkan di Yunani berkaitan dengan ilmu tentang seni berbicara (*Techne Rhetorike*).

   Dalam bukunya yang berbicara mengenai *Rhetorica*, Aristoteles berusaha mengkaji mengenai ilmukomunikasi itu sendiri dan merumuskannya kedalam model komunikasi verbal. Model komunikasi verbal dari Aristoteles ini merupakan model komunikasi  pertama dalam ilmu komunikasi. Ia juga menuliskanbahwa suatu komunikasi akan berjalan apabila ada 3 unsur utama komunikasi yaitu pembicara (*speaker*), pesan (*message*), dan pendengar. Aristoteles memfokuskan komunikasi pada komunikasi retoris atau yang lebih di kenal saat ini dengan komunikasi publik (*public speaking*) atau pidato, sebab pada masa itu seni berpidato terutama persuasi merupakan keterampilan penting yang dibutuhkan pada bidang hukum seperti pengadilan, dan teori retorika berpusat pada pemikiran mengenai retorika (mempersuasif).

       Perlu diingat bahwa model komunikasi ini semakin lama semakin berkembang, tapi selau akan ada tiga aspek yang selalu sama dari masa ke masa, yaitu : sumber pengirim pesan, pesan yang dikirimkan, dan penerima pesan.

**Web Annotation**

       Sebuah penjelasan web anotasi secara online terkait dengan sumber daya web, biasanya sebuah halaman web. Dengan sistem penjelasan Web, pengguna dapat menambah, mengubah atau menghapus informasi dari sumber daya Web tanpa memodifikasi sumber daya itu sendiri. Penjelasan dapat dianggap sebagai lapisan di atas sumber daya yang ada, dan ini lapisan penjelasan biasanya dilihat oleh pengguna lain yang berbagi sistem penjelasan yang sama. Dalam kasus tersebut, alat anotasi web adalah jenis perangkat lunak sosial. Untuk sistem anotasi teks berbasis Web, lihat teks penjelasan. Web penjelasan dapat digunakan untuk tujuan berikut:

1. untuk menilai sumber daya Web, seperti dengan kegunaannya, user-keramahan, kesesuaian untuk dilihat oleh anak di bawah umur.
2. untuk meningkatkan atau menyesuaikan isinya dengan menambahkan / menghapus  materi, sesuatu seperti wiki.
3. sebagai alat kolaboratif, misalnya untuk membahas isi dari suatu sumber daya  tertentu.
4. sebagai media kritik seni atau sosial, dengan memungkinkan pengguna Web untuk menafsirkan, memperkaya atau memprotes institusi atau ide-ide yang muncul di Web.
5. untuk mengukur hubungan antara fragmen transien informasi.

**Tags**

      Tags atau Keywords adalah penting dalam pemasaran di Internet , dengan ini kemungkinan peselancar mangunjungi website bisa diarahkan, dan sesuai dengan keyword “Informatika” maka anda dapat membandingkan dari bermacam-macam search engine atau social bookmark. Berikut ini adalah tinjauan bermacam-macam search engine yang merujuk pada keyword atau tag yang sama yaitu “Informatika dan yang berkaitan”. Search engine itu antara lain : Google Blog Search, Yahoo Search , Technorati Tags, Del.icio.us Tags, LiveJournal Tags, 43 Things Tags, Buzzwords (Buzznet) Tags.

**Metadata**

    Metadata biasa didefinisikan sebagai “data tentang data” atau dapat juga disebut dengan “informasi mengenai suatu data”. Metadata mendeskripsikan isi, kualitas, kondisi, dan karakteristik lainnya mengenai suatu data yang ditulis dengan format standard.

Metadata memiliki fungsi yang sama seperti katalog yaitu untuk:

1. mengidentifikasi suatu data
2. mengelompokkan data yang serupa
3. membedakan data menurut kriteria tertentu
4. memberikan informasi penting berkaitan dengan data

**Rich Snippets**

      Rich Snippets adalah data tambahan dari blog/postingan kamu yang akan ikut ditampilkan pada halaman mesin pencarian (SERP). Berbagai data yang bisa dimasukkan seperti rating, vote, author, tanggal, file audio, resep masakan, produk (harga, stok, dsb), event, dan banyak yang lainnya.

**Web dan Perilaku Penggunaan / Interaksi Manusia-Komputer**

     Adalah sebuah hubungan antara manusia dan komputer yang mempunyai karakteristik tertentu untuk mencapai suatu tujuan tertentu dengan menjalankan sebuah sistem yang bertopengkan sebuah antarmuka (interface).

**Perilaku Navigasi**

       Pada suatu situs (jual beli khususnya) penggunaan navigasi yang baik sangat penting untuk dilakukan bagi para pembuat online. Para pembuat situs website tersebut harus bisa membuat suatu navigasi agar pengunjung situs tersebut tidak bosan dengan melihatnya. Ada dua tipe navigasi. Yang pertama adalah yang standar, yang memberikan overview dan peta penjelajahan situs. Biasanya bisa ditemukan secara konsisten baik di bagian atas, samping atau footer. Yang kedua adalah navigasi versi advance. Jenis ini masih bertujuan memberikan alat untuk menelusuri situs, namun dengan cara lebih spesifik. Misal lewat kategori, pengarang, produsen, range harga, dan lain lain. Navigasi semacam ini sebenarnya mirip dengan fitur search namun sudah diberi antar muka yang lebih intuitif. Alih-alih model kotak isian teks kosong, calon pembeli diberi beberapa nilai default yang bisa dipakai lewat link yang disediakan. Lebih keren lagi, calon pembeli bisa melakukan penelusuran bertingkat, misalnya: kategori buku, di-drilldown dengan topik IT dan Marketing, di-tune lagi pada level berikutnya dengan range harga 100 ribu sampai 400 ribu, lalu difinalisasi dengan reviewed by NavinoT. Calon pembeli pun akan sampai pada apa yang benar-benar dia cari.

Permasalah dalam kaitan dengan:

1. Para pemakai interface website tidak mengetahui daerah atau dalam hal ini lembaran- lembaran pada situs.
2. Struktur lokasi tidak dapat ditemukan.

Pemakai interface situs seharusnya diberikan suatu pemahaman dari struktur yang menyangkut dari suatu ruang dari informasi tersebut. Maka sebaiknya disiapkan:

1. Tabel Index (Peta Lokasi)
2. Index
3. Navigasi
4. Fasilitas Pencarian (Search)

**Perilaku Pencarian**

    Fitur pencarian internal tentunya telah di desain dengan batasan tertentu. Ketika situs Anda tumbuh tentunya Anda akan semakin tahu pola pemakaian oleh pengguna. Termasuk di dalamnya adalah pola pencarian dalam rangka mendapatkan pengalaman terbaik dalam pemanfaatan situs.

      Dalam kasus seperti diatas kita ingin membandingkan 2 situs jual beli online dimana kita liat dari navigasi dan pencarian yang terdapat didalam situs web tersebut.

     Seperti kasus diatas kita membandingkan 2 situs jual beli online yang dimana kita dapat melihat perbedaan dari navigasi dan pencarian yang terdapat didalam situs web tersebut. Tokobagus.com merupakan salah satu website atau situs belanja online (e-commerce) yang besar dan terkenal di Indonesia. Website ini masih memiliki accessibility yang belum terpenuhi, sebab penggunaan bahasa pada website ini masih menggunakan bahasa Indonesia, padahal apabila ada translate khusus tiap-tiap negara akan membuat website ini lebih banyak dikunjungi oleh para konsumen lokal maupun asing. Penempatan menu yang terstruktur dan berposisi di pojok kanan atas membuat website ini terlihat menarik dan indah dilihat. Menurut saya, website ini sudah memiliki prinsip available, sebab menu yang mereka tampilkan sudah tersedia semua di tampilan awal, jadi para pengunjung atau konsumen di beri kemudahan dan tidak dipersulit untuk membukanya ke halaman yang lain. Kejelasan pada website ini sudah tidak diragukan lagi, karena adanya penjualan online (e-commerce) di Tokobagus.com. Website Tokobagus.com dapat di akses oleh beberapa browser seperti Mozila Firefox dan Google Chrome tanpa adanya perubahan sedikitpun didalamnya, karena website ini diatur oleh admin, jadi penggunaan tidak bisa dipersonalisasi oleh user.

**REKOMENDASI WEB DAN PRILAKU SOSIAL**

**Web merefleksikan perilaku sosial**

     Sebuah web juga dapat merefleksikan perilaki sosial masyarakatnya, dengan adanya alat pengukur banyaknya orang/ IP address yang mengakses web tersebut dapat menunjukkan bahwa web tersebut menarik perhatian masyarakat dan pastinya akan mempengaruhi sikap sosial seaeoramg contohnya seseorang yang sering mengakaksea situs belanja online akan mempunyai gaya hidup yang boros karena tergiur oleh harga yang lebih murah daripada conter ataupun diskon-diskon yang ada.

**Web mempengaruhi perilaku sosial**

      web sebagai salah satu bentuk teknologi dan informasi yang sangat populer di masyarakat menjadi salah satu pemicu yang mempengaruhi perilaku sosial masyarakat. ada dua dampak yang dimbulkan yaitu dampak positif dan dampak negatif, dampak postifnya adalah :

* Lebih cepat dan mudah dalam meyelesaikan pekerjaan dalam hal ini berarti membantu pekerjaan manusia
* Dapat berkomunikasi dengan baik tidak peduli jarak dan waktu sehingga membuat manusia saling berinteraksi dengan mudah
* Mudah mencari informasi serta berbelanja online pun dapat dilakukan

Dampak negatif :

1. Bahaya radiasi dari perangkat komputer
2. Meluasnya Perjudian
3. Mengurangi sifat sosial manusia karena cenderung lebih suka berhubungan lewat internet daripada bertemu langsung.
4. Pola interaksi sosial berubah
5. Mudah belanja lewat internet mengakibatkan budaya konsumsi yang menimbulkan keborosan.
6. Munculnya pornografi/konten konten dewasa.
7. Maraknya kejahatan via dunia maya dll.

<http://sikat-ku.blogspot.com/2013/06/web-content.html>