

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Tugas akhir merupakan penelitian atau karya ilmiah yang ditulis oleh mahasiswa jenjang strata satu sebagai bagian dari persyaratan pendidikan akademis di Perguruan Tinggi (Poerwadarminta, 2002). Semua mahasiswa di perguruan tinggi wajib menyelesaikan tugas akhir, karena tugas akhir ini digunakan sebagai prasyarat bagi mahasiswa untuk memperoleh gelar akademisnya sebagai sarjana. Mahasiswa yang sedang membuat tugas akhir diharapkan dapat menyesuaikan diri dengan proses belajar yang ada dalam penyusunan karya ilmiah. Proses belajar dalam tugas akhir berlangsung secara individual atau perorangan, kondisi tersebut berbeda ketika mahasiswa mengikuti mata kuliah lain yang umumnya dilakukan secara klasikal. Proses belajar secara individual menuntut mahasiswa untuk dapat mandiri dalam mencari pemecahan dari masalah-masalah yang dihadapinya. Adapun peran dosen pembimbing tugas akhir adalah membantu mahasiswa mengatasi kesulitan yang ditemui ketika mahasiswa tersebut membuat karya ilmiah.

Teknik informatika merupakan salah satu program studi di perguruan tinggi yang mempelajari dan menerapkan prinsip-prinsip matematis dan ilmu komputer. Dari mulai perancangan, pengujian, pengembangan, dan evaluasi sistem operasi, perangkat lunak, dan kinerja komputer. Sederhananya mahasiswa Teknik Informatika akan berkuat dengan pekerjaan yang familiar disebut ngoding atau programming. Kemampuan dalam merancang dan mengembangkan ragam algoritma komputasi, seperti perangkat lunak untuk bisnis, pengelolaan jaringan, infrastruktur teknologi informasi, hingga pengembangan aplikasi multimedia akan selalu diasah ketika berada di bangku perkuliahan.

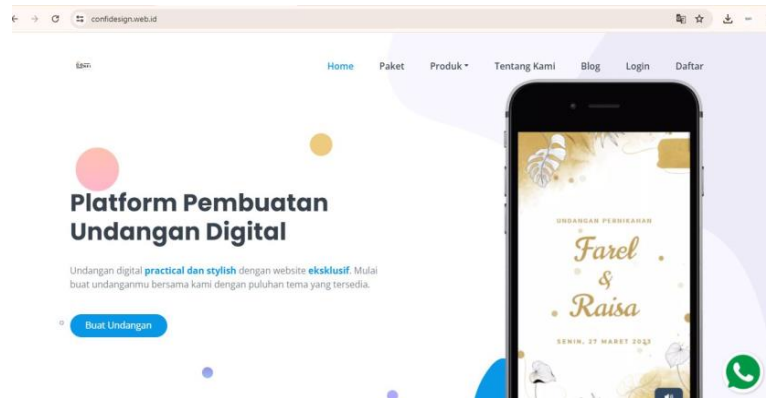
*Machine learning* adalah kumpulan metode komputasi yang mampu meningkatkan kinerja melalui pemanfaatan pengetahuan yang berasal dari pengalaman atau ML secara umum biasa juga disebut pembelajaran mesin yang merupakan cabang dari *artificial intelegent* (AI). Pembelajaran mesin dikembangkan berdasarkan disiplin ilmu seperti statistika, matematika dan data mining sehingga mesin dapat membaca dan menganalisa data melalui perintah berbentuk program. Istilah *machine learning* pertama kali dikemukakan oleh beberapa ilmuwan matematika seperti Adrien Marie Legendre, Thomas Bayes dan Andrey Markov pada tahun 1920-an dengan mengemukakan dasar-dasar *machine learning* dan konsepnya. Sejak saat itu ML banyak yang

mengembangkan. Salah satu contoh dari penerapan ML yang cukup terkenal adalah Deep Blue yang dibuat oleh IBM pada tahun 1996. Peran ML banyak membantu manusia dalam berbagai bidang. Bahkan saat ini penerapan ML dapat dengan mudah ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya saat manusia menggunakan fitur *face unlock* untuk membuka perangkat *smartphone* pribadi, atau saat sedang menjelajah di internet atau media sosial manusia akan sering disuguhkan dengan beberapa iklan. Iklan-iklan yang dimunculkan juga merupakan hasil pengolahan ML yang akan memberikan iklan sesuai dengan kepribadian pengakses.

Perkembangan teknologi informasi dari tahun ke tahun semakin mengalami kemajuan. Bukti pesatnya kemajuan dalam bidang teknologi informasi tersebut dapat dilihat dengan perkembangan pengguna internet di seluruh penjuru dunia. Perkembangan internet saat ini memungkinkan setiap orang untuk mendapatkan, memberikan ataupun menciptakan sumber informasi dengan mudah. Melalui peluang ini, banyak sektor bisnis maupun organisasi non profit berlomba-lomba memanfaatkannya untuk memperkenalkan merek organisasi mereka. Cukup banyak web yang terbentuk tiap tahunnya, masing-masing website dari berbagai organisasi berlomba untuk menempati posisi paling atas dalam mesin pencarian internet.

Website merupakan sekumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi suara atau gabungan dari semuanya baik itu yang bersifat statis dan dinamis yang membentuk suatu rangkaian saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan terkait. Jenis website berdasarkan tujuan ada personal Website adalah situs web yang berisi informasi pribadi seseorang. Corporate web, website yang dimiliki oleh Perusahaan. Selanjutnya portal website adalah website yang memiliki banyak layanan berita, email dan jasa-jasa lainnya. Lalu ada website Media Sharing, web yang bertujuan untuk berbagi media antar pengguna seperti gambar, video, musik. Contohnya: Flickr, Youtube, Soundcloud. Adapun forum Website adalah website yang digunakan sebagai sarana diskusi pengunjunnya. Selain ini terdapat pula beberapa website lain seperti website pemerintah, *e-banking*, *e-payment*, *e-procurement* dan sebagainya. Fungsi utama dari website adalah untuk menyampaikan informasi. Dijaman modern ini website bisa digunakan sebagai platform pemasaran oleh pihak bisnis dengan menjangkau pelanggan yang lebih luas di Internet. Bagi orang pribadi, website sering dijadikan sebagai sarana komunikasi, penyebaran informasi, dan juga bisnis *online*. Adapun beberapa fungsi lain dari website yaitu sebagai sarana komunikasi. Komunikasi dapat

dilakukan dengan mudah menggunakan platform media sosial melalui website. Contohnya Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram dan lain diantaranya, Informasi website berfungsi sebagai media informasi terbaru dan menarik untuk dibaca oleh pengguna internet. Selain itu website juga dijadikan sebagai sarana edukasi seperti tutorial, tips dan trik dan lain-lain. Dalam segi hiburan terdapat banyak sekali situs game online, film, musik dan sebagainya dalam website yang dapat menjadi hiburan bagi pengguna internet. Termasuk kemudahan akses dalam transaksi Jual beli *Online*. Website juga dapat dijadikan sarana transaksi bisnis berupa barang, jasa dan sebagainya. Fungsi Transaksi ini juga dapat menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu.



Gambar 1. 1 Website UMKM

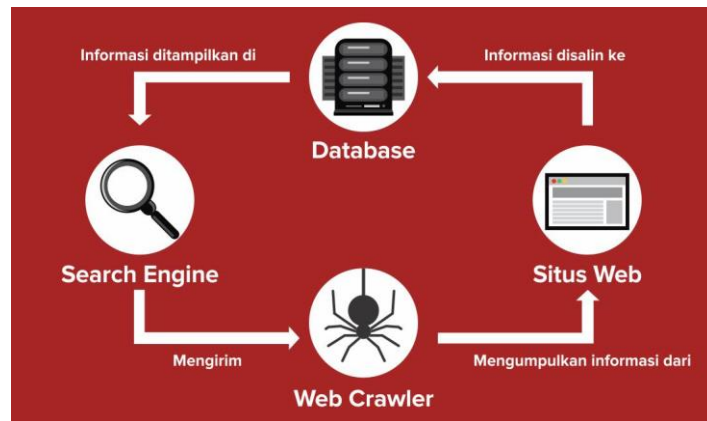
Website juga sebagai salah satu media yang sangat penting untuk memperkenalkan sebuah merek. Dengan begitu banyaknya website yang bermunculan tiap tahunnya pada mesin pencari, maka persaingan dalam mendapatkan pengunjung menjadi semakin berat. Hampir semua orang di seluruh dunia menggunakan aktifitas dalam jaringan dengan mesin pencari setiap harinya, betapa banyaknya orang mengakses informasi melalui mesin pencari akan berimbas kepada website yang kita miliki sebagai sumber informasi apabila website tersebut terindeks dengan baik dengan sistem pencari.

*Search Engine Optimazation* atau yang biasa disingkat SEO merupakan teknik yang digunakan untuk optimisasi suatu website dengan tujuan memudahkan mesin pencari untuk menemukan halaman/website dan menempatkan di halaman pertama di mesin pencari dengan *keyword* yang ditentukan oleh pengguna. Dengan menempati halaman pertama atau dengan menempati di urutan pertama di mesin pencari maka akan lebih berpotensi untuk mendapatkan pengunjung yang lebih banyak. SEO sangat berfokus kepada kata

kunci yang diinputkan oleh user, oleh karena itu dengan menerapkan teknik SEO ini akan membantu dalam menemukan target pengguna yang tepat untuk semua konten yang dibuat. Tentu dengan menyaring kata kunci yang ada, pengguna dengan target yang tepat akan mendapatkan manfaat dari isi konten yang dibuat. Dengan manfaat yang didapat oleh pengguna dari konten yang dibuat, tidak mustahil jika pengguna akan kembali lagi ke situs yang sama dan membaca konten-konten terbaru yang telah disediakan. Ada beberapa manfaat dari SEO diantaranya pengelola atau pemilik website akan Mendapatkan Traffic Selain itu, menggunakan teknik SEO pada website, akan meningkatkan traffic pengunjung jauh lebih banyak pada halaman pertama. Tentu pengunjung akan banyak mengunjungi situs yang dibuat jika berhasil menerapkan teknik SEO ini dan tampil dihalaman pertama pada mesin pencari. Pengguna secara otomatis akan memilih *website* yang pertama kali di lihat untuk mendapatkan informasi yang lebih cepat. Relevansi untuk praktek penggunaan SEO yaitu Target dan Manfaat penerapan SEO pada website yang akan didapatkan adalah relevansi atau ketepatan target. Mesin pencari akan mengarahkan pengunjung ke tujuan yang mereka inginkan dengan menginputkan kata kunci. Ini akan membuat website atau konten yang dibuat menjadi lebih sesuai dengan target yang diharapkan. Meningkatkan kepercayaan terhadap website yang dibuat. Website yang tampil di halaman pertama sudah dipastikan memiliki kepercayaan pelanggan lebih tinggi. Itu dikarenakan rekomendasi yang diberikan oleh mesin pencari dianggap sangat relevan dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para pengguna yang sedang berselancar di internet. Meningkatkan *Brand Awareness* untuk seorang pembisnis atau seorang marketer, SEO dapat digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* yang memberikan keuntungan yang berkali-kali lipat. Bagaimana tidak? Bayangkan saja dengan penerapan SEO ini akan meningkatkan mesin pencari untuk menemukan website , jika website berada pada halaman pertama menyebabkan banyak orang baru yang tahu mengenai website yang dibuat. Secara tidak sadar akan menjadi sebuah promosi yang berpeluang mendatangkan pelanggan baru. Promosi Berkelanjutan. Pemilik website dapat memanfaatkan teknik SEO untuk melakukan promosi 24 jam tanpa biaya. Berbeda jika menggunakan google ADS yang memerlukan biaya yang extra untuk mendatangkan pembeli. Dengan menggunakan SEO dapat mempromosikan brand 24 jam tanpa henti selama situs yang dibuat tidak hilang.

Cara kerja SEO perlu diperhatikan bahwa mesin pencari akan membantu pengguna untuk menemukan topik yang dicari dengan menginputkan kata kunci (keyword). Oleh karena itu pembuat website harus menentukan kata kunci yang

tepat untuk artikel ataupun konten yang hendak dipublikasikan. Tapi dengan menentukan kata kunci pun belum efektif jika tidak mengetahui bagaimana cara kerja mesin pencari dan bagaimana bisa mesin pencari menempatkan website di *top position* antara peringkat 1 sampai peringkat 3. *Search Engine* atau yang lebih kita kenali dengan mesin pencari memiliki beberapa tugas utama guna memfilter permintaan yang akan inputkan. Berikut gambar cara kerja SEO



Gambar 1. 2 Cara Kerja SEO (Sumber: tech in Asia Indonesia)

Adapun cara kerja SEO adalah sebagai berikut:

- (a) *Crawling* merupakan proses yang pertama dilakukan oleh mesin pencari. Mesin pencari akan melakukan crawling ini dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi mendetail dari sebuah website adapun Proses ini dilakukan oleh bot yang bekerja secara terus-menerus mengumpulkan detail website seperti halaman, judul, kata kunci, gambar hingga internal link yang ada pada website;
- (b) *Indexing* yaitu data-data akan disimpan pada database search engine dengan kata kunci tertentu sehingga halaman-halaman yang belum terindex tidak akan tampil di *search engine*;
- (c) *Processing* merupakan tahap mesin pencari akan menerima permintaan dari user dengan inputan kata kunci yang diketikkan di mesin pencari yang Selanjutnya mesin pencari akan melakukan perbandingan kata kunci dengan membandingkan website-website yang terindex di database mesin pencari;
- (d) *Calculating relevancy* ini merupakan perbandingan halaman website yang sebelumnya telah terindex untuk mencari website dengan kata kunci relevan sesuai dengan permintaan user jika semakin relevan website

tersebut akan memiliki kemungkinan besar untuk tampil di halaman utama mesin pencari;

- (e) *Retrieval* merupakan langkah mesin pencari dengan memberikan halaman website yang relevan dengan permintaan user, dalam setiap *search engine* memiliki algoritma yang berbeda untuk menentukan suatu halaman yang akan ditampilkan di halaman pertama yang Setiap mesin pencari memiliki algoritma yang berbeda, oleh karena itu akan berbeda pula hasil pencarian yang ditampilkan walau dengan kata kunci yang sama;
- (f) *Ranking* Mesin pencari tidak akan sebarangan dalam memposisikan ranking pencarian, mesin pencari akan melakukan proses di atas guna menampilkan halaman yang relevan untuk *user* dengan inputan kata kunci yang relevan dan ini sangat berkaitan erat dengan SEO dimana semakin relevan halaman website, maka memiliki kemungkinan besar untuk mendapatkan *ranking* teratas.

SEO sendiri bekerja untuk mengoptimalkan keyword yang digunakan guna mudah terindex oleh mesin pencari sehingga halaman mendapat peringkat teratas dan ditampilkan dihalaman utama mesin pencari sesuai dengan relevansi kata kunci yang diinputkan oleh pengguna di mesin pencari.

Setelah mengetahui bagaimana cara kerja mesin pencari dalam memfilter website guna ditampilkan di halaman utama, selanjutnya disini dijelaskan mengenai jenis-jenis dari SEO. Pertama ada SEO on Page Merupakan optimisasi SEO pada halaman depan website dengan memperhatikan, Permalink, Judul Konten, Struktur Konten, Gambar Konten, Sebaran Kata Kunci, Kualitas konten, Internal linking dan Elemen SEO menyangkut dengan komponen (*meta description, tag, dll*) dengan mempraktikan *SEO on page* pada website, dapat mengoptimalkan halaman website untuk mendapat peringkat yang lebih tinggi dan lebih mudah untuk situs dapat tampil di penelusuran mesin pencari. Selain itu pengelola juga harus memiliki kualitas konten yang relevan sehingga mesin pencari dapat menemukan website dengan kata kunci yang relevan. Dengan konten yang relevan akan menjawab dari kebutuhan audiens. Selanjutnya ada *SEO Off Page*. Jika *SEO on page* berfokus kepada internal website berbeda dengan *SEO off page* yang lebih berfokus kepada eksternal website. *SEO off page* merupakan upaya optimisasi SEO di luar website dengan memperhatikan aspek-aspek yang semestinya ditingkatkan, seperti: Link building (menanamkan *backlink*), Peningkatan Domain Authority (DA), Peningkatan PA

(*Page Authority*), dan Promosi melalui media sosial atau *marketing* dengan Teknik pemasaran lainnya. Dengan menerapkan SEO off page ini akan membuat website memiliki kredibilitas tinggi sehingga mendapatkan kepercayaan dari google untuk ditempatkan di ranking teratas. Lalu ada *Technical SEO* merupakan upaya optimisasi SEO dari bagian dalam website, dengan memperhatikan aspek berupa: Kecepatan website, Struktur website, XML Sitemap, Keamanan (SLL), Tema yang SEO *Friendly*, *Layout website* dan Navigasi. Dengan menerapkan teknikal SEO, website akan memiliki struktur yang bagus dan mudah untuk di baca oleh mesin pencari.

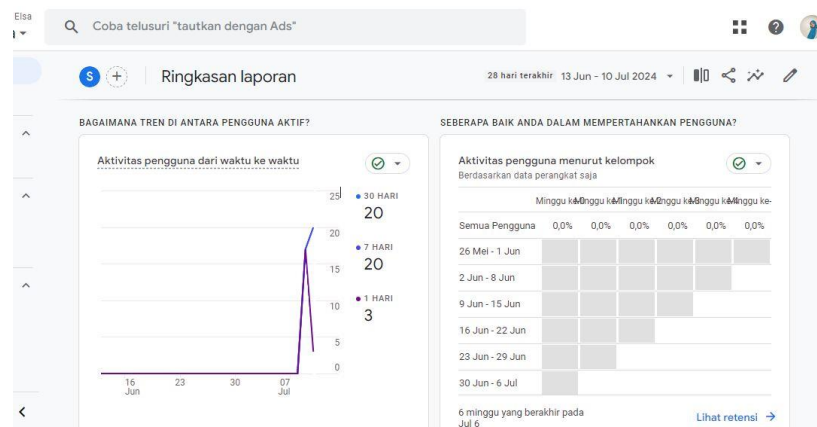
UMKM, singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, adalah tulang punggung perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. UMKM berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, mendorong inovasi, dan memperkuat ekonomi lokal. Contohnya seperti toko undangan digital confi design yang menawarkan produk berupa pembuatan desain undangan yang praktis dan modis dipadukan dengan kreatifitas desain yang menarik untuk setiap acara. Toko undangan ini sudah membuat berbagai jenis undangan yakni undangan ulang tahun, undangan pernikahan, undangan gathering dan berbagai jenis undangan untuk perayaan lainnya. UMKM menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional, membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Toko undangan digital ini berlokasi di ciawi kabupaten bogor. Awal mula berdiri pada januari 2024 atas dasar tingginya peminat undangan untuk acara ataupun pesta di wilayahnya. Dalam prakteknya toko undangan digital ini sudah memiliki 10 klien kegiatan dimulai dengan teman terdekatnya yang meminta dibuatkan desain undangan digital lalu promosi dari satu teman ke teman lainnya. Selain Confi design, masih ada banyak toko yang menawarkan jasa yang sama l yang tentunya menawarkan nilai yang berbeda dari setiap toko juga memiliki kualitas serta harga yang berbeda. Sayangnya banyak UMKM di Indoensia yang kurang tepat dalam mem-branding usahanya sehingga menyebabkan UMKM tersebut kurang dikenal oleh masyarakat ataupun kalangan luas. Maka dari itu penulis mengajukan penelitian mengenai pengaruh SEO dalam branding pada situs UMKM, dimana nantinya UMKM akan memperkenalkan merek-nya melalui sebuah situs dan diperkuat dengan teknik SEO sehingga UMKM akan lebih dikenal juga bisa lebih bermanfaat untuk masyarakat luas.

Usaha Mikro Kecil Menengah bernama confi design memiliki situs website untuk *branding* atau memperkenalkan merek mereka melalui mesin pencari. Situs ini menjadi salah satu media promosi dalam jaringan untuk merek/brand selain Instagram mereka. Bagi sebuah UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan

*branding* dan meingkatkan penjualan, situs ini sangat penting untuk meyakinkan pelanggan ataupun masyarakat mengenai merek atau brand UMKM tersebut. Namun situs ini mempunyai kendala karena masih sedikitnya jumlah pengunjung. Situs ini belum maksimal dalam memperkenalkan merek sebuah komunitas. Minimnya pengetahuan pemilik toko mengenai pemasaran digital maka berpengaruh terhadap semakin sedikitnya pelanggan yang diperoleh toko undangan tersebut.

## B. Permasalahan

Adapun performa traffic website dapat dibuktikan berdasarkan hasil pengukuran trafik situs UMKM confi design selama satu minggu terakhir menggunakan google analytics dengan hasil rata-rata posisi ke 20 dan tingkat visibilitas 0.00%



Gambar 1. 3 Analytic Traffic Website UMKM

Dengan diterapkannya teknik SEO pada website toko undangan digital, maka diharapkan dapat meningkatkan trafik pengunjung website. Agar sebuah permasalahan teridentifikasi dengan lebih baik maka diadakan survey di toko tersebut menggunakan kuisisioner terbuka lalu disebarikan kepada pemilik dan karyawan toko yang berjumlah 2 orang dengan detail pertanyaan yang telah dibuat dengan seksama adalah sebagai berikut:

- Apakah traffic website sudah optimal pengunjunghnya ?
- Apakah website yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan?
- Apa kekurangan dari website tersebut sehingga perlu lebih dioptimalkan?



Hasil dari survei membuktikan bahwa konten dalam website belum optimal sehingga website belum muncul di halaman pencari dan juga sulit ditemukan. Dengan permasalahan tersebut maka penerapan SEO pada website komunitas sosial dapat digunakan untuk mengatasi kendala belum optimalnya konten pada website UMKM tersebut sehingga website menjadi lebih banyak pengunjung. Dari pertanyaan di atas, terdapat 2 responden dengan jawaban sebagai berikut:

*Tabel 1.1 Jawaban dari responden*

Responden	Pertanyaan		
	1	2	3
1	Traffic pengunjung masih sedikit	sudah sesuai	perlu adanya cara untuk meningkatkan kunjungan web
2	Belum, traffic masih sepi	cukup sesuai kebutuhan	Belum banyak yang mengakses, butuh strategi untuk menarik pengunjung

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas maka dapat diidentifikasi bahwa masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- (a) Belum optimalnya traffic pada website UMKM
- (b) Belum adanya strategi peningkatan traffic pada website UMKM.

### 2. Pernyataan Penelitian (*Problem Statement*)

Hasil dari identifikasi masalah maka dapat disimpulkan bahwa inti dari sebuah masalah yang ada yaitu perlu adanya penerapan SEO External link pada konten yang terdapat di dalam situs tersebut.

### 3. Pertanyaan Penelitian (*Research Question*)

- (a). Bagaimana penerapan SEO pada optimasi performa traffic website UMKM?
- (b). Seberapa efektif penerapan SEO untuk mengoptimalkan performa traffic pada website UMKM?

## C. Maksud dan Tujuan

Dalam penelitian ini, maksudnya adalah untuk menerapkan teknik SEO pada situs UMKM agar performanya meningkat dan efektif dalam menjangkau lalu lintas pengunjung. Adapun tujuannya sebagai berikut.

- (1) Optimasi performa situs web UMKM;
- (2) Menjadikan UMKM efektif dalam menjangkau lalu lintas pengunjung;

- (3) Mengembangkan prototipe dengan menerapkan teknik SEO pada situs UMKM;
- (4) Menjadikan web UMKM menjangkau traffic yang lebih optimal

#### **D. Spesifikasi Hasil**

Hasil yang diharapkan dari pengembangan ini adalah penciptaan sebuah produk external link dalam bentuk prototype yang mampu secara efektif mengatasi masalah kurang optimalnya konten pada web UMKM. Dengan demikian, diharapkan website tersebut akan meningkatkan traffic pengunjung, berkat penerapan teknik SEO yang tepat. Selain itu, dengan adanya pengembangan ini, diharapkan pengguna akan merasakan pengalaman pengguna yang lebih baik dan interaktif, yang pada gilirannya akan meningkatkan penjualan mereka dalam toko tersebut serta memperluas jangkauan dan dampak positifnya secara keseluruhan.

#### **E. Signifikansi Penelitian & Pengembangan**

Pentingnya penelitian ini dilakukan adalah dalam rangka mengembangkan penerapan teknik komputasi pemodelan SEO guna meningkatkan optimasi web dalam menjangkau lalu lintas pengunjung secara efektif. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

- (a) Manfaat teoritis dari penelitian ini sebagai penyalur ilmu mengenai teknik SEO untuk optimasi traffic pada website ;
- (b) Manfaat praktis penelitian ini yaitu dapat mengatasi permasalahan mengenai tidak efektifnya sebuah website UMKM untuk menjangkau trafficnya;
- (c) Manfaat kebijakan penelitian dan pengembangan ini dapat menjadi referensi untuk UMKM dan pengguna lain agar dapat mengoptimalkan performa webnya untuk di publikasi.

#### **F. Asumsi dan Keterbatasan Penelitian&Pengembangan**

Dalam penelitian dan pengembangan ini terdapat asumsi dan keterbatasan yang dapat diambil meliputi:

- (a) Asumsi  
Implementasi Teknik SEO akan membantu meningkatkan visibilitas dan traffic pengunjung web.
- (b) Keterbatasan  
Teknik penerapan SEO selalu berubah setiap waktu menghikiti algoritma dalam mesin pencari.

## G. Definisi Istilah dan Definisi Operasional

Adapun beberapa definisi istilah dijelaskan sebagai berikut:

- (a) *Branding* adalah proses membangun citra atau identitas yang unik dan dikenali oleh konsumen terhadap suatu produk, layanan, perusahaan, atau organisasi. Ini melibatkan penciptaan elemen-elemen seperti nama, logo, slogan, desain, dan pesan yang konsisten untuk mengkomunikasikan nilai, tujuan, dan kepribadian merek kepada audiensnya yang bertujuan untuk menciptakan persepsi positif tentang produk atau perusahaan tersebut di benak konsumen, membedakannya dari pesaing, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan;
- (b) Website atau situs adalah kumpulan halaman situs yang terdapat dalam sebuah domain atau subdomain pada jaringan World Wide Web (WWW) di Internet. Website merupakan salah satu platform yang paling sering diakses untuk mencari berbagai informasi dan sarana komunikasi yang membuat proses pembuatan web semakin mudah dan pertumbuhan jumlah website selalu meningkat di Indonesia;
- (c) Konten adalah segala bentuk informasi, materi, atau elemen yang disajikan dalam sebuah medium komunikasi, seperti situs web, media sosial, buku, majalah, atau iklan yang dapat berupa teks, gambar, video, audio, atau kombinasi dari berbagai elemen tersebut dalam konteks pemasaran digital yang juga memiliki peran penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong interaksi serta konversi;
- (d) Traffic merupakan deskripsi singkat berupa data dalam gambar yang dapat seseorang lihat pada hasil analytic saat sedang diakses di alat pembaca traffic internet yang disebut sebagai google analytic, Analytic ini juga yang menjelaskan secara visual data traffic pengunjung website, seperti jumlah pengunjung, dan juga berapa lama kunjungannya;
- (e) Heading tag yang juga dikenal sebagai header, merupakan salah satu tag HTML yang memiliki peranan penting dalam mendefinisikan judul serta sub-judul dari halaman web yang dalam konteks penulisan untuk menegaskan struktur hierarki dari konten yang disajikan, struktur ini juga disusun berdasarkan tingkat kepentingan elemen konten tersebut.