

## BAB II

### LANDASAN TEORI

Di dalam landasan teori ini akan dijelaskan tentang komponen-komponen website yang akan dibuat sehingga pembaca dapat mengerti arti dari istilah-istilah yang akan dipakai. Secara garis besar website adalah sebuah media yang menggunakan internet untuk mengoperasikannya, yang bertujuan untuk mengenalkan atau memberi informasi kepada masyarakat luas sekaligus untuk berkomunikasi satu dengan yang lain dalam jarak yang jauh.

#### 2.1 Pengertian Website

WWW (World Wide Web) atau yang sering disebut sebagai "web" merupakan aplikasi Internet yang paling populer. Demikian populernya hingga banyak orang yang salah mengidentikkan Web dengan Internet. Secara teknis, web adalah sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah *internet webserver* dipresentasikan dalam bentuk *hypertext* (Janner Simarmata, 2000: bab12).

HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*) biasa dianggap sebagai sistem yang bermodel *client-server*. *Browser web*, sebagai clientnya, mengirimkan permintaan kepada *server web* untuk mengirimkan dokumen-dokumen web yang dikehendaki pengguna. Server web lalu memenuhi permintaan ini dan mengirimkan melalui

jaringan kepada *browser*. Setiap permintaan akan dilayani dan ditangani sebagai suatu koneksi terpisah yang berbeda.

### 2.1.1 Jenis-jenis website

Berdasarkan pengoperasiannya, ada 2 jenis website secara umum, yaitu **website statis** (*Static Website*) dan **Website Dinamis** (*Dynamic Website*).

#### 1. *Static Website* (Website Statis)

**Website Statis** hanya memiliki **front end**, yaitu halaman-halaman situs yang bisa diakses oleh pengunjung (Wahana Komputer, 2010: 2). Biasanya web jenis ini hanya dibuat dengan kode **HTML** (*hypertext markup language*) dan biasanya dilengkapi dengan **script javascript** dan **flash** untuk memperindah tampilan.

Konten website statis tidak dapat diupdate. Jika ingin merubah isi website statis, harus merombak kode-kode HTMLnya dan hanya bisa dilakukan oleh orang yang mengerti bahasa HTML. Website statis hanya bisa mengirimkan data ke dalam database yang berbentuk xml, sedangkan untuk memanggil data masih belm bisa. Pembuatan website seperti ini relatif sangat mudah tapi kurang baik untuk popularitas di mata *search engine* sehingga perlu usaha lebih banyak untuk mempopulerkan website statis dan mendatangkan pengunjung, misalnya dengan beriklan. Website statis biasanya berupa *company profile* sederhana, brosur online, atau situs-situs yang berisi informasi sederhana yang tidak perlu dirubah.

#### 2. *Dynamic Website* (Website Dinamis)

**Website Dinamis** biasanya memiliki **front-end** dan **back end** (Wahana Komputer, 2010: 2). *Front end* adalah halaman-halaman situs yang bisa diakses pengunjung, sedangkan *back-end* yang biasa disebut **CMS** (**content**

**management system**) atau biasa juga disebut *Admin Area*, atau kalau di dunia blog dikenal dengan nama *Dashboard*, berfungsi untuk mengupdate halaman-halaman *front-end*. Jadi halaman *back end* biasanya hanya bisa diakses oleh pemilik atau pengelola situs dengan *username* dan *password* yang telah ditetapkan.

Ada berbagai macam bentuk halaman *back-end* yang dibuat sesuai kebutuhan. Pada *back-end* atau **admin area** ini kita bisa merubah isi tulisan2 pada halaman situs, menambah tulisan atau artikel baru, mengupdate katalog produk seperti pada toko online, mengupdate portfolio, memmanage iklan yang tampil di halaman situs jika ada, mengontrol user atau member situs dan lain-lain.

Website dinamis juga bisa dibuat interaktif dimana pengunjung atau user bisa meninggalkan komentar, menuliskan artikel baru dan lain-lain tergantung fungsi dan tujuan situs tersebut.

Berbeda dengan website statis, pembuatan website dinamis jauh lebih rumit dan komplikatif tergantung fitur-fitur yang diinginkan. Yang pasti untuk membangun sebuah web dinamis tidak cukup dengan bahasa HTML biasa tapi juga harus mengabungkan antara **Web Sever (Apache, IIS, Tomcat)**, **bahasa pemograman/script** yang bekerja di sisi server tersebut (**PHP, Perl, ASP dll**) serta **database**.

## 2.2 Pengertian HTML

HTML (*Hypertext Markup Language*) adalah sekumpulan symbol-simbol atau tag-tag yang dituliskan dalam sebuah file yang digunakan untuk menampilkan halaman pada web browser (Anhar, ST., 2010: 40). Sesungguhnya HTML justru tidak dibuat untuk mempublikasikan informasi di web, namun oleh karena kesederhanaan serta kemudahan penggunaannya, HTML kemudian dipilih untuk mendistribusikan informasi web. Dalam pengertiannya HTML adalah bahasa pemrograman dalam pembuatan sebuah website.

## 2.3 Pengertian PHP

PHP adalah bahasa pemrograman web server-side yang bersifat open source. PHP dapat digunakan sebagai script untuk membuat sebuah website yang dinamis. Dinamis berarti halaman yang akan ditampilkan dibuat saat halaman itu diminta klien. Asal mula PHP pertama kali dibuat oleh Rasmus Lerdorf yang diberi nama FI (Form Interpreted) pada tahun 1995. Rasmus Lerdorf sendiri lahir pada tanggal 22 November 1968 di Qeqertarsuaq, Greenland, Denmark. (Anhar, ST., 2010: 1-3).

## 2.4 Pengertian MySQL

MySQL adalah singkatan dari My Structure Query Language. MySQL itu sendiri adalah sebuah perangkat lunak sistem manajemen basis data SQL (Database Management System) atau DBMS. MySQL merupakan DBMS yang multithread, multi-user yang bersifat gratis di bawah lisensi GNU General Public Licence (GPL). MySQL dimiliki dan disponsori oleh sebuah perusahaan Swedia, yaitu MySQL AB.

Pemilik MySQL AB ini adalah: David Axmark, Allan Larson, dan Michael Monty Widenius. (Anhar, ST., 2010: 21).

## 2.5 Pengertian Flash

Flash merupakan aplikasi yang digunakan untuk melakukan desain dan membangun perangkat presentasi, publikasi atau perangkat lainnya yang membutuhkan ketersediaan sarana interaksi dengan pengguna. Proyek yang dibangun oleh Flash dapat terdiri atas teks, gambar, animasi sederhana, video, atau efek-efek khusus lainnya. Flash dikembangkan sejak tahun 1996, dan pada awalnya hanyalah merupakan program animasi sederhana *GIF animation*, tetapi sekarang sudah berkembang menjadi aplikasi raksasa yang digunakan oleh hampir semua orang yang menekuni bidang desain dan animasi berbasis komputer (Teguh Wahyono, 2006: 1) .

## 2.6 Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu bentuk tujuan pemasaran dimana yang memiliki tujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan *target market*. Promosi dibagi menjadi 4, yaitu:

1. Iklan

Iklan atau *advertising* adalah penyajian informasi nonpersonal mengenai produk, merek, perusahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi afeksi dan kognisi konsumen. Iklan dapat

disajikan melalui berbagai macam media (TV, radio, majalah, surat kabar, dan lain-lain).

## 2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan atau *sales promotion* adalah rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi penjualan dapat berupa kupon, kontes dan undian, pameran dagang, eksibisi, dan lain-lain.

## 3. Penjualan Personal

Penjualan personal atau *personal selling* melibatkan interaksi personal langsung antara seorang pembeli potensial dan seorang *salesman*. Penjualan personal dapat menjadi metode promosi yang hebat untuk 2 alasan berikut:

- a. Komunikasi personal dengan *salesman* dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dengan produk dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, konsumen dapat lebih termotivasi untuk masuk dan memahami informasi yang disajikan oleh *salesman* tentang suatu produk.
- b. Situasi komunikasi saling silang/interaktif memungkinkan *salesman* mengadaptasi apa yang disajikannya agar sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pembeli potensial.

## 4. Publisitas

Publisitas atau *publicity* adalah bentuk-bentuk komunikasi suatu perusahaan, produk, atau merk si pemasar yang tidak membutuhkan pembayaran. Kadangkala publisitas dapat lebih efektif daripada iklan karena konsumen dapat dikatakan lebih siap untuk menerima pesan yang disampaikan. (Fredy Rangkuti, 2009: 177).

## 2.7 Pengertian Company Profile

Company Profile merupakan representasi dari sebuah bisnis. Dengan melihat company profile, orang lain dapat melihat bisnis yang anda tawarkan. Sekarang ini banyak sekali perangkat lunak yang dapat digunakan untuk membuat company profile, baik yang bersifat komersial maupun gratis (Winpec Solution, 2010).

## 2.8 Teori Warna dari Shigenobu Kobayashi

Shigenobu Kobayashi merupakan seorang ahli yang memiliki fokus dan riset tentang kombinasi warna. Shigenobu Kobayashi bekerja sama dengan Nipon Color & Design Research Institute untuk melakukan riset pada kombinasi warna untuk menyesuaikan penggunaan warna terhadap beberapa skenario, segmen, dan target berdasarkan dari sebuah kata kunci. Pada diagram kombinasi warna menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tipis antara kombinasi warna. Berdasarkan pada sebuah kata kunci dan diagram kombinasi warna, maka kombinasi warna berbeda akan tercipta dan bisa mendapatkan kategori warna apakah warna tersebut merupakan warna sejuk atau panas, lembut atau keras, jelas atau cenderung keabu-abuan. Kombinasi warna cenderung mirip dengan satu sama lain dan dikumpulkan menjadi satu kategori seperti *pretty* dan *casual*, sehingga setiap perbedaan karakteristik pada kombinasi warna membuatnya mudah dibedakan dan dilihat. Warna, *keyword*, dan manusia/objek memiliki hubungan ketika menentukan sebuah kombinasi warna (Kobayashi, Shigenobu. 1991).