

IMPLEMENTASI WEBSITE SEKOLAH SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI DAN BRANDING SD KRISTEN YBPK NGAGLIK

Yuwono Marta Dinata^{*)}, Yobel Nathaniel Filipus, Patrick Steven Kent Sugiarto, Joren Alexander Toding, Evan Tanuwijaya
Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

^{*)}Penulis Korespondensi: yuwono.dinata@ciputra.ac.id

Abstrak: Kegiatan ini bertujuan untuk merancang, mengimplementasikan, dan melakukan transfer pengetahuan mengenai pengelolaan situs web sekolah sebagai media informasi yang mudah diakses. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, penerapan teknologi, pelatihan penggunaan, dan evaluasi. Situs web yang dihasilkan memuat informasi dasar seperti profil sekolah, visi dan misi, struktur organisasi, kontak, serta informasi penting lainnya yang dapat diakses oleh publik. Berdasarkan pengujian akses, situs web dapat dimuat dalam waktu kurang dari tiga detik dan tersedia selama 24 jam sehari. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kehadiran situs web sangat membantu sekolah dalam menjangkau masyarakat secara lebih luas. Kepala Sekolah SD Kristen YBPK Ngaglik menyatakan bahwa situs web tersebut mempermudah penyampaian profil sekolah kepada calon wali murid dan masyarakat umum tanpa ketergantungan pada media cetak. Selain itu, situs web ini menjadi sarana presentasi digital yang digunakan dalam berbagai forum. Program ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan visibilitas dan citra digital SD Kristen YBPK Ngaglik di tengah masyarakat.

Kata kunci: *branding* sekolah, digitalisasi pendidikan, komunikasi digital, situs web sekolah

Abstract: This activity aims to design, implement, and transfer knowledge regarding the management of the school website as an easily accessible information medium. The implementation methods include socialization, technology application, user training, and evaluation. The resulting website contains basic information such as the school profile, vision and mission, organizational structure, contact details, and other essential information accessible to the public. Based on access testing, the website loads in less than three seconds and is available 24 hours a day. The evaluation results indicate that the presence of the website significantly assists the school in reaching a broader community. The Principal stated that the website facilitates the delivery of the school profile to prospective parents and the general public without relying on print media. Furthermore, this website serves as a digital presentation tool used in various forums. This program has a tangible impact on enhancing the visibility and digital image of SD Kristen YBPK Ngaglik within the community.

Keywords: capacity building, digital literacy, digital marketing, MSMEs

PENDAHULUAN

SD YBPK Ngaglik merupakan sekolah dasar swasta berbasis keagamaan yang sempat meng-

hadapi ancaman penutupan dan kini sedang dalam proses pembenahan untuk meningkatkan eksistensinya di masyarakat (Darmawan, Irawan,

Dikirim, 09 Juli 2025; Direvisi, 06 April 2026; Diterima, 28 April 2026

DOI: 10.37715/leecom.v8i1.5953

©LPPM Universitas Ciputra Surabaya

Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community (LeECom) dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution 4.0 International License

Syidada, 2022). Sekolah ini menghadapi tantangan dalam hal keterbukaan informasi karena belum memiliki situs web (*website*) yang dapat diakses secara mudah oleh masyarakat luas. Padahal, di era perkembangan teknologi yang pesat, komunikasi digital memegang peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor pendidikan (Isma, Rahmi, & Jamin, 2022).

Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang relevan adalah pemanfaatan situs web sebagai sarana utama untuk mendukung kebutuhan informasi, promosi, dan layanan digital (Feladi & Marlianto, 2023). Di era Revolusi Industri 4.0, informasi dan komunikasi menjadi elemen kunci dalam menunjang aktivitas manusia, termasuk dalam pengelolaan institusi pendidikan (Fitria dkk., 2021). Sekolah yang belum hadir secara digital berisiko kehilangan kepercayaan masyarakat, khususnya calon orang tua siswa yang terbiasa mencari informasi secara daring sebelum membuat keputusan (Triayomi dkk., 2023).

Adapun situs web merupakan kumpulan halaman berisi informasi berupa teks, gambar, animasi, suara, dan video yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses oleh publik (Ahmad dkk., 2024; Permatasari & Suhendi, 2020). Situs web berfungsi sebagai media penyampaian informasi sekaligus sarana promosi (Nazhifah, 2022). Dalam sektor pendidikan, situs web sekolah berperan sebagai platform pencitraan merek (*branding*) yang efektif untuk menarik minat calon siswa (Susar dkk., 2025; Syahidi dkk., 2023). Lebih lanjut, Darmawan, Irawan, Syidada (2022) menegaskan bahwa profil sekolah yang dirancang secara profesional mampu meningkatkan daya saing sekolah swasta di tengah kompetisi yang ketat.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Sekolah SD YBPK Ngaglik, diketahui bahwa jumlah siswa mengalami penurunan signifikan,

yakni dari 12 siswa pada tahun 2019/2020 menjadi hanya 7 siswa pada tahun 2021/2022. Kondisi ini diperberat dengan ketiadaan media digital resmi sebagai strategi *branding* (Darmawan, Irawan, Syidada, 2022; Susar dkk., 2025). Akibatnya, informasi terkait profil sekolah, prestasi, dan program pembelajaran sulit dijangkau publik. Selama ini, penyampaian informasi masih bergantung pada komunikasi lisan dan brosur cetak yang cenderung tidak terdokumentasi secara sistematis. Hal ini sejalan dengan temuan Fitria dkk. (2021) bahwa banyak sekolah swasta kecil belum memanfaatkan teknologi informasi secara efektif, yang memperkuat urgensi pelaksanaan PKM ini.

Sebagai respons, kegiatan PKM ini menawarkan solusi berupa perancangan, implementasi, dan pelatihan pengelolaan situs web sekolah yang disesuaikan dengan kebutuhan SD YBPK Ngaglik. Program ini menjadi jalan bagi sekolah untuk memperoleh infrastruktur digital tanpa harus menanggung biaya pembangunan secara mandiri. Dengan hadirnya situs web resmi, diharapkan sekolah dapat meningkatkan keterbukaan informasi, memperluas jangkauan komunikasi, serta memperkuat citra dan daya tarik di mata masyarakat luas.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). PAR melibatkan mitra secara aktif sebagai subjek di dalam setiap tahapan: sosialisasi, penerapan teknologi, pelatihan dan transfer pengetahuan, serta evaluasi (Oktavia, Safitri, & Samasta, 2026; Siregar & Kadir, 2024). Pendekatan ini dirancang tidak hanya untuk menghasilkan produk berupa situs web (*website*), tetapi juga untuk memastikan bahwa mitra memiliki kapasitas dasar dalam

memanfaatkan dan mengelola situs web yang telah dibuat secara berkelanjutan.

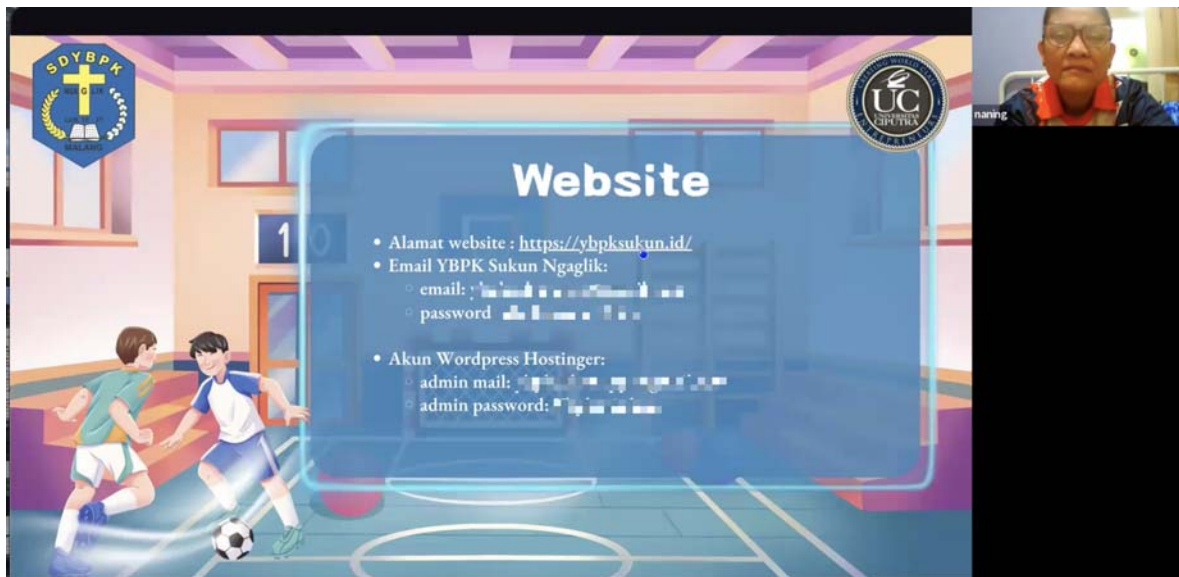
Tahapan pertama dimulai dengan kegiatan sosialisasi yang melibatkan kepala sekolah dan perwakilan guru. Sosialisasi ini bertujuan untuk menjelaskan urgensi situs web sebagai media informasi sekolah yang dapat menjangkau masyarakat luas, terutama untuk meningkatkan citra dan keterbukaan informasi lembaga pendidikan di era digital. Pada tahap ini juga dilakukan asesmen kebutuhan mitra untuk memastikan konten dan fitur situs web sesuai dengan prioritas sekolah. Tahap selanjutnya adalah penerapan teknologi, yaitu proses pembuatan dan pengembangan situs web sekolah. Pada tahapan ini, peran mitra meliputi: (1) penyediaan data kelembagaan seperti profil sekolah, visi dan misi, serta struktur organisasi; (2) pengumpulan dokumentasi foto kegiatan pembelajaran dan ekstrakurikuler; serta (3) proses validasi tampilan situs web yang dilakukan bersama kepala sekolah untuk memastikan konten sesuai dengan identitas sekolah. Peran aktif kepala sekolah dan tim guru dalam menyediakan informasi, materi, serta foto sangat membantu tim pengabdian masyarakat (abdimas).

Tim pelaksana merancang situs web menggunakan platform yang sederhana, stabil, dan ramah pengguna, yang memuat informasi dasar seperti profil sekolah, visi dan misi, kontak, serta dokumentasi kegiatan sekolah. Pihak sekolah terlibat secara aktif dalam penyediaan konten, data, serta melakukan validasi desain prototipe dan memberikan umpan balik untuk tampilan di setiap iterasi, sehingga situs web benar-benar mencerminkan identitas serta kebutuhan sekolah. Pemilihan platform yang mudah dikelola menjadi pertimbangan utama agar pihak sekolah dapat melakukan pembaruan konten di kemudian hari. Pengembangan situs web dilakukan menggunakan metode *Waterfall* yang meliputi

tahapan analisis kebutuhan bersama mitra, perancangan desain prototipe, implementasi menggunakan CMS WordPress, pengujian fungsionalitas, serta publikasi (peluncuran *website*) (Anggraeni dkk., 2025; Sinlae & Yasir, 2024). Metode ini dipilih karena kebutuhan dan fitur situs web telah teridentifikasi secara jelas sejak tahap awal melalui asesmen kebutuhan mitra.

Pemilihan WordPress sebagai platform situs web (*website*) didasarkan pada beberapa pertimbangan utama. Pertama, WordPress merupakan *Content Management System* (CMS) yang dikenal sangat ramah pengguna (*user-friendly*) sehingga dapat dioperasikan bahkan oleh pengguna tanpa latar belakang teknis, termasuk guru dan staf sekolah (Anggraeni dkk., 2025). Kedua, tersedianya ribuan tema dan *plugin* yang dapat disesuaikan dengan mudah menjadikan WordPress pilihan ideal untuk situs web sekolah. Ketiga, WordPress mempermudah pengelolaan konten, seperti pengunggahan foto atau penulisan berita, karena dapat dilakukan secara mandiri tanpa harus menguasai kode pemrograman. Hal ini sangat relevan dengan kapasitas teknis tenaga pendidik di SD YBPK Ngaglik (Susanti, Zainudin, & Larasati, 2024).

Tahap ketiga merupakan bagian krusial dalam kegiatan PKM ini, yaitu pelatihan dan transfer pengetahuan. Setelah situs web selesai dibangun, tim pelaksana memberikan pelatihan kepada kepala sekolah dan staf yang ditunjuk mengenai cara mengakses panel administrasi, memperbarui konten, mengunggah foto atau berita kegiatan sekolah, serta memanfaatkan situs web sebagai media presentasi dalam pertemuan dengan orang tua atau masyarakat (Gambar 1). Pelatihan ini dilakukan secara langsung dengan pendekatan praktik langsung (*hands-on training*) agar mitra dapat segera mengaplikasikan kemampuan yang diperoleh. Modul panduan penggunaan situs web dalam format sederhana



Gambar 1 Pelatihan dan Transfer Ilmu
Sumber Dokumentasi: Dinata (2025)

juga disiapkan sebagai referensi mandiri bagi pihak sekolah.

Tahapan terakhir adalah evaluasi yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan pihak sekolah setelah situs web (*website*) selesai dipublikasikan dan pelatihan diberikan. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai kesesuaian tampilan serta isi situs web dengan kebutuhan mitra, mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap hasil akhir, serta mengidentifikasi kendala yang mungkin dihadapi dalam pengelolaan situs web secara mandiri. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan pendampingan lanjutan yang diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Situs web (*website*) resmi untuk SD Kristen YBPK Ngaglik dengan alamat web resmi <https://ybpsukun.id/> telah berhasil dibuat. Situs ini berfungsi sebagai media informasi, komunikasi, dan pencitraan merek (*branding*) sekolah. Situs web tersebut memuat informasi dasar seperti profil sekolah, visi dan misi, struktur organisasi,

dokumentasi kegiatan, serta kontak yang dapat diakses oleh masyarakat secara luas. Tampilan utama situs web tersebut dapat dilihat pada Gambar 2. Berdasarkan pengujian yang dilakukan oleh tim pelaksana, situs web (*website*) dapat diakses secara publik dengan waktu muat (*loading*) halaman utama kurang dari tiga detik menggunakan koneksi internet standar. Situs web tersedia selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu tanpa gangguan, memberikan akses informasi yang tidak terbatas waktu kepada masyarakat. Hal ini merupakan kemajuan signifikan dibandingkan dengan kondisi sebelumnya, di mana informasi sekolah hanya dapat diperoleh melalui kunjungan langsung atau komunikasi lisan yang terbatas.

Penggunaan situs web dan media cetak brosur yang konvensional dapat dibandingkan sebagaimana terlihat pada Tabel 1. Dari aspek ekonomi, situs web terbukti lebih efisien dibandingkan dengan media cetak. Biaya operasional peladen web (*hosting*) dan domain yang relatif rendah memberikan jangkauan informasi yang jauh lebih luas dan tidak terbatas waktu, berbeda



Visi Sekolah

Memuliakan Tuhan dengan menjadi sekolah yang menerapkan

Misi Sekolah

1. Menyediakan fasilitas pendidikan yang modern dan mendukung proses

Gambar 2 Tampilan Utama Website SD Kristen YBPK Ngaglik
Sumber Dokumentasi: Dinata (2025)

dengan brosur cetak yang memerlukan biaya produksi berulang setiap kali informasi perlu diperbarui (Fitria dkk., 2021). Di samping itu, keterbatasan pendanaan mitra membuat solusi berbasis situs web jauh lebih ekonomis dan berkelanjutan dibandingkan dengan media cetak.

Dampak yang dirasakan oleh mitra langsung terlihat pascapeluncuran situs web (*website*). Kepala Sekolah SD YBPK Ngaglik menyatakan: “Dengan adanya situs web ini, kami lebih mudah membagikan profil sekolah ke calon wali murid tanpa harus mencetak brosur berulang kali.

Situs web ini juga sangat membantu saya ketika harus mempresentasikan sekolah kepada tamu atau mitra yang berkunjung.” Pernyataan ini mengonfirmasi bahwa situs web tidak hanya berfungsi sebagai media informasi pasif, tetapi juga sebagai alat presentasi aktif yang meningkatkan profesionalisme institusi di mata masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Syahidi dkk. (2023) yang menegaskan bahwa situs web merupakan komponen kunci dalam strategi pencitraan merek (*branding*) sekolah, terutama

Tabel 1 Perbandingan Biaya Brosur dan Website

Item	Brosur	Website
Harga	Harga Cetak Brosur: (1x distribusi) Rp3.000–Rp5.000/lembar x 100 lembar/tahun = Rp300.000–500.000/tahun	Domain + Hosting = 150.000–300.000/tahun
Waktu Kecepatan	Dicetak waktu tertentu Tidak bisa langsung sampai ke user	Dapat selalu diakses kapan pun Cukup mengunggah/memperbarui informasi yang dapat langsung dibaca publik

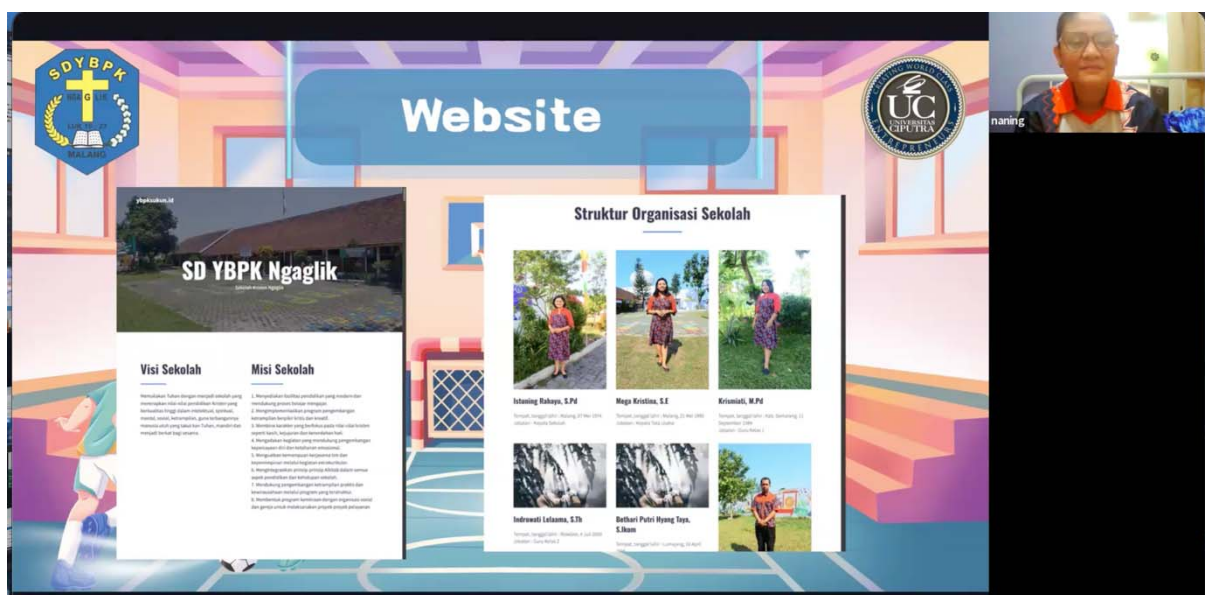
untuk menarik minat calon siswa baru. Lebih lanjut, Triayomi dkk. (2023), dalam studinya mengenai analisis kebutuhan perancangan situs web sekolah dasar, menemukan bahwa kehadiran situs web sekolah secara signifikan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mempermudah orang tua dalam mengakses informasi sebelum memutuskan untuk mendaftarkan anaknya. Dalam konteks sekolah swasta yang sedang berjuang mempertahankan eksistensinya, kehadiran situs web menjadi faktor diferensiasi yang krusial.

Dari sisi transfer pengetahuan, pelatihan pengelolaan situs web yang diberikan kepada pihak sekolah terbukti efektif. Kepala sekolah dan satu staf yang ditunjuk mampu melakukan pembaruan konten sederhana, seperti mengunggah foto kegiatan dan memperbarui informasi kontak secara mandiri setelah mengikuti pelatihan (Gambar 3). Kondisi ini mencerminkan keberhasilan pendekatan transfer pengetahuan dalam program ini, di mana mitra tidak sekadar menerima produk jadi, tetapi juga memperoleh kemampuan dasar untuk memanfaatkannya

secara berkelanjutan. Fitria dkk. (2021) menekankan bahwa digitalisasi sekolah yang berkelanjutan hanya dapat terwujud apabila disertai dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia di institusi tersebut.

Situs web (*website*) SD Kristen YBPK Ngaglik juga dimanfaatkan oleh kepala sekolah sebagai media presentasi dalam forum pertemuan dengan orang tua siswa dan masyarakat umum. Fungsi situs web yang fleksibel sebagai media informasi publik sekaligus alat presentasi institusional menunjukkan bahwa situs web sekolah yang dirancang dengan baik dapat memberikan nilai lebih yang melampaui fungsi dasarnya. Hal ini mendukung temuan Susar dkk. (2025) yang menyatakan bahwa strategi pencitraan merek (*branding*) berbasis digital menjadi kunci bagi sekolah swasta untuk membangun kepercayaan dan menarik siswa baru di era kompetisi yang semakin ketat.

Lalu lintas situs web (*traffic*) belum dapat dipantau melalui *Google Search Console* maupun *Google Analytics* karena masih baru. Namun, hal ini akan ditindaklanjuti pada rencana selanjutnya.



Gambar 3 Pelatihan Unggah dan Update Informasi Website SD Kristen YBPK Ngaglik (Dokumentasi Tim PKM, 2025)

jutnya untuk merencanakan pengukuran peningkatan visibilitas situs web secara kuantitatif dalam kurun waktu 3–6 bulan (Triayomi dkk., 2023). Kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi nyata bagi institusi pendidikan di tingkat akar rumput (*grassroots*) melalui penerapan teknologi yang tepat sasaran. Dengan pendekatan yang menggabungkan pembuatan produk teknologi, pelatihan, dan pendampingan, PKM ini berhasil meningkatkan kapasitas digital SD Kristen YBPK Ngaglik secara holistik. Hasil ini relevan dengan temuan Isma, Rahmi, & Jamin (2022) bahwa digitalisasi pendidikan yang efektif memerlukan pendekatan komprehensif yang tidak hanya menyediakan infrastruktur teknologi, tetapi juga membangun literasi digital para penggunanya.

KESIMPULAN

Program PKM ini berhasil meluncurkan website resmi SD Kristen YBPK Ngaglik sebagai media *branding* dan informasi publik yang dapat diakses 24 jam dengan waktu muat (*loading*) di bawah tiga detik. Selain menghasilkan produk teknologi, program ini melakukan transfer pengetahuan melalui pelatihan pengelolaan mandiri bagi mitra. Implementasi ini terbukti meningkatkan citra sekolah dan mengurangi ketergantungan pada media cetak. Untuk keberlanjutan, disarankan pembaharuan konten berkala dan pengembangan fitur pendaftaran daring guna mendukung digitalisasi sekolah secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi kepada kepala sekolah serta seluruh staf dan guru SD Kristen YBPK Ngaglik atas kolaborasi aktif sela-

ma pelaksanaan program. Terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Ciputra Surabaya atas dukungan pendanaan melalui skema Dana Internal Pengabdian Masyarakat (DIMAS) sehingga kegiatan ini dapat memberikan dampak nyata bagi digitalisasi sekolah.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, J., Solang, M., Ibrahim, M., Santoso, B., Saman, W. R., Danial, M. I. R. A., Buntingale, S., Yasin, I. A., Nurdin, S. I., & Maesarah, M. (2024). Pemanfaatan website sebagai media informasi pengolahan pangan lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Pertanian*, 3(1), 55–60.
- Anggraeni, W., Purnama, I. P. A. P. M., Risqiwati, D., Sugiyanto, S., Sidharta, H. A., Budi-yanta, N. E., Djunaidy, A., Vinarti, R. A., Rikasakomara, E., Mahananto, F., Kusumawardhani, R. P., & Meilani, M. (2025). Implementasi CMS WordPress dalam pengembangan website sekolah SLB ABCD Bakti Sosial. *Sewagati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 76–88. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i1.2321>.
- Darmawan, R. D., Irawan, T. N., & Syidada, S. (2022). Rancang bangun web profil sekolah sebagai media promosi SMP Kartika IV-10 Surabaya. *Melek IT: Information Technology Journal*, 8(1), 67–76. <https://doi.org/10.30742/melekitjournal.v8i1.215>.
- Feladi, V. & Marlianto, F. (2023). Perancangan sistem informasi sekolah berbasis web di SMA Wisuda Pontianak. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 252–261. <https://doi.org/10.31000/sinamu.v4i1.7882>.
- Fitria, C. N., Hermawan, H. D., Sayekti, I. C., Selfia, K. D., Azra, A., & Prasojo, I. (2021). Pengembangan digitalisasi sekolah berbasis

- website pada era komputasi global di SMP Muhammadiyah. *Buletin KKN Pendidikan*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.23917/bkkn-dik.v3i1.14665>.
- Isma, C. N., Rahmi, R., & Jamin, H. (2022). Urgensi digitalisasi pendidikan sekolah. *At-Ta'dib: Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*, 14(2), 129–141. <https://doi.org/10.47498/tadib.v14i2.1317>.
- Nazhifah, N. (2022). Pemanfaatan website sebagai media informasi Desa Melung. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora*, 3(10), 146–157.
- Oktavia, V., Safitri, M., & Samasta, A. S. (2026). Peningkatan kompetensi guru melalui program WIDIKUAT dengan metode Participatory Action Research (PAR). *Jurnal ADIPATI*, 5(1), 59–68. <https://doi.org/10.31284/j.adipati.2026.v5i1.8362>.
- Permatasari, A. & Suhendi, S. (2020). Rancang bangun sistem informasi pengelolaan talent film berbasis aplikasi web. *Jurnal Informatika Terpadu*, 6(1), 29–37. <https://doi.org/10.54914/jit.v6i1.255>.
- Sinlae, F. & Yasir, M. (2024). Pembuatan website menggunakan CMS WordPress di IKA Ubhara Jaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 4120–4128. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4055>.
- Siregar, Z. A. B. & Kadir, A. (2024). Pemberdayaan sekolah wilayah tertinggal melalui pembelajaran berbasis teknologi informatika. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(3), 526–536. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i3.21086>.
- Susanti, L., Zainudin, Z., & Larasati, H. S. (2024). Pelatihan pembuatan website dengan menggunakan media WordPress untuk siswa siswi PKBM Intan Tangerang Selatan. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11–15. <https://doi.org/10.55903/jipm.v2i1.140>.
- Susar, A., Payong, Y. L., Arifin, I., Imron, A., & Mustiningsih, M. (2025). School branding: Strategies to increase interest among new students in private schools. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 5(8), 834–841. <https://doi.org/10.55677/ijssers/V05I08Y2025-07>.
- Syahidi, A. A., Subandi, S., Noor, M. H., & Herlinawati, H. (2023). Pelatihan pembuatan dan pemanfaatan aplikasi berbasis mobile untuk digital marketing pada PAUD Terpadu Ananda Rantau dalam mendukung school branding. *KACANEGARA: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(4), 507–516. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v6i4.1772>.
- Triayomi, R., Wibagso, S. S., Setiahati, I. P., & Sukarman, S. (2023). Analisis kebutuhan perancangan website Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 7(3), 1446–1453. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v7i3.5231>.