

Pengembangan Website untuk Pembaruan Media Informasi dan Promosi FJ Studio Bandung dengan memanfaatkan Google Sites

Gia Septiana Wulandari^{1*}, Mahmud Dwi Sulistiyo², Febryanti Sthevanie³

^{1,2,3} Fakultas Informatika, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

*corresponding author: giaseptiana@telkomuniversity.ac.id

Received 15-02-2024

Revised 24-02-2024

Accepted 26-02-2024

ABSTRAK

FJ Studio merupakan studio kebugaran khusus wanita yang berlokasi di Bandung. Masalahnya, sejak berdiri di tahun 2018, media promosi yang digunakan FJ Studio hanyalah “dari mulut ke mulut” serta melalui akun Instagram salah satu *influencer* lokal. Media promosi yang digunakan dirasa masih belum efektif; Ditambah biaya *influencer* yang bisa dibilang tidak murah. Oleh karenanya, untuk mengefektifkan dan menghemat biaya promosi FJ Studio, kami sebagai tim pengabdian kepada masyarakat dari Fakultas Informatika Universitas Telkom mengembangkan sebuah *website* yang digunakan sebagai media informasi sekaligus promosi FJ Studio. Karena keterbatasan personil di FJ Studio, kemudahan pengelolaan *website* hal yang diutamakan. Kami memanfaatkan framework Google Sites dalam pengembangan *website* FJ Studio, yang dapat dengan mudah dikelola secara online, menyajikan berbagai fitur pengelolaan konten *website* secara praktis dan user friendly. Kami menyelenggarakan kegiatan pelatihan kepada pemilik dan staf FJ Studio untuk memperkenalkan lingkungan pengelolaan *website* sehingga dapat digunakan dan diperbarui secara berkala.

Kata kunci: FJ Studio; media promosi; media informasi; *website*; Google Sites.

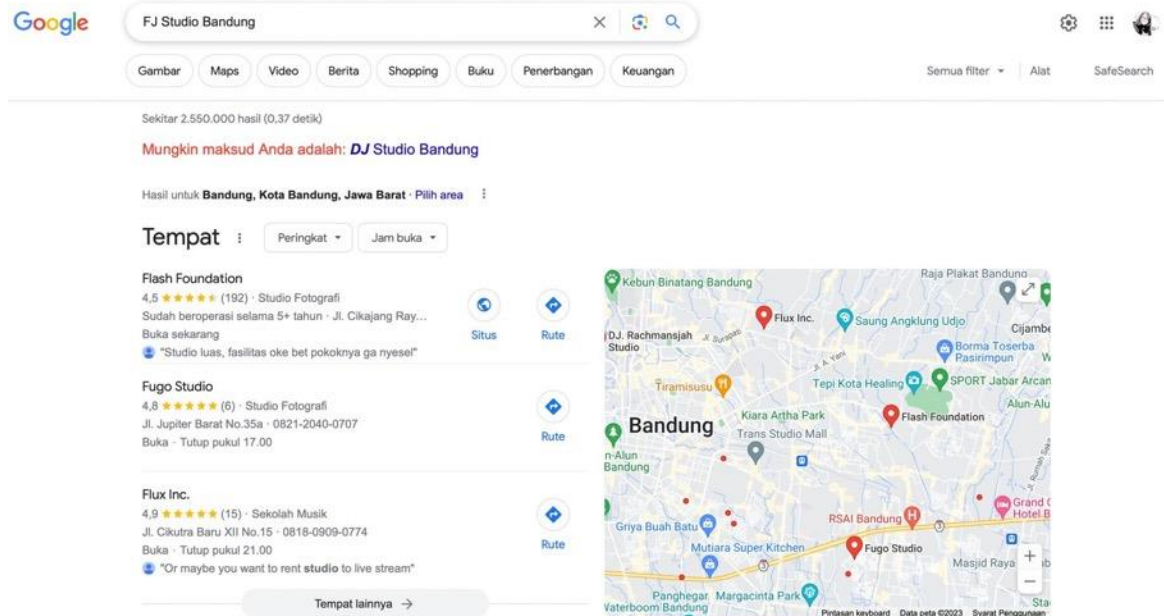
ABSTRACT

FJ Studio is a fitness studio specifically for women located in Bandung. FJ Studio has been established since 2018, however, the promotional media used by FJ Studio has only been word of mouth and through the Instagram account of one of the local influencers. The promotional media used is still considered ineffective. Not to mention the promotional costs for influencers, which cannot be said to be cheap. Therefore, to update FJ Studio's promotional media, the community service team from the School of Computing, Telkom University, developed a website that can be both an informational medium and a promotional medium for FJ Studio. Due to the shortage of workers at FJ Studio, ease of website management is the main thing that is needed. To be able to build a website that can be maintained easily, the website utilizes the Google Sites system, and then training is carried out for the owner and staff of FJ Studio so that the website can later be used and updated regularly.

Keywords: FJ Studio; promotional medium; information medium; *website*, Google Sites.

PENDAHULUAN

FJ Studio merupakan studio kebugaran khusus wanita yang bertempat di Jl. Mars Utara III No. 22, Bandung. FJ Studio berdiri sejak tahun 2018 dan hingga saat ini telah memiliki 60 anggota tetap dari pelanggan. Terdapat beberapa kelas kebugaran yang ditawarkan oleh FJ Studio, di antaranya: *zumba fitness*, *strong nation*, *cardio step*, *pilates class*, dan *belly dance*.



Gambar 1. Hasil pencarian FJ Studio Bandung melalui Google sebelum kegiatan PkM

Selama lima tahun beroperasi, media promosi yang digunakan oleh FJ Studio hanyalah dari mulut ke mulut serta melalui *influencer* dengan *low budget*. Walaupun penggunaan *content creator* dan *influencer* di dunia bisnis secara teori punya banyak manfaat (Charis et al., 2023; Hubner et al., 2022; Isroissholikhah, 2022), bisa jadi dalam implementasinya memiliki kekurangan, sebagaimana disampaikan pada (Fadhil, 2023). Faktanya, pemilik FJ Studio, Febby Yulietta, pun merasa media promosi saat ini, yang hanya menggunakan akun Instagram local, masih kurang efektif dan perlu ditingkatkan kembali. Salah satu hal yang belum ada tetapi diperlukan ialah media online berbasis *website* yang memuat informasi lengkap dan menyeluruh sebagai bahan pertimbangan untuk bergabung menjadi anggota FJ Studio. Gambar 1 memperlihatkan hasil pencarian FJ Studio melalui mesin pencarian Google sebelum diadakannya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, di mana informasi yang diperoleh masih tidak akurat.

Dari segi lokasi sebagaimana disebutkan di awal, FJ Studio memiliki potensi bisnis yang cukup besar karena berada di komplek perumahan yang luas, sementara masih sedikit kompetitor di lingkungan sekitarnya. Lokasi yang strategis tetapi tidak diimbangi dengan media promosi online yang memadai menjadi masalah utama yang diangkat pada artikel ini. Keberadaan media online berbasis *website* tentunya sangat bermanfaat bagi FJ Studio serta masyarakat sekitar yang sedang mencari tempat untuk melakukan kegiatan kebugarannya. Beberapa referensi (Maharani et al., 2021; Wanda, 2017) menguraikan beragam manfaat dari adanya media *website* dan membahas efektivitasnya di lingkungan bisnis dalam rangka mempromosikan produknya.

Namun demikian, kebutuhan akan *website* tersebut belum dapat terpenuhi karena keterbatasan pengelola FJ Studio yang merasa bahwa pembangunan *website* memerlukan latar belakang pengetahuan dan keterampilan khusus di bidang

informatika. Sementara itu, menurut sumber (Andayani, 2023), biaya pembuatan *website* untuk perusahaan berskala kecil saja membutuhkan biaya 2,5 juta hingga 8 juta. Menjawab permasalahan tersebut, Tim PkM dari Fakultas Informatika, Universitas Telkom melaksanakan kegiatan dengan tujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah *website* sebagai media informasi dan promosi FJ Studio. Tim PkM ini sebelumnya juga sudah mengembangkan produk *website* untuk menjawab kebutuhan beberapa mitra, salah satunya adalah yang dikembangkan untuk TK Luqmanul hakim Bandung (Wulandari et al., 2022).

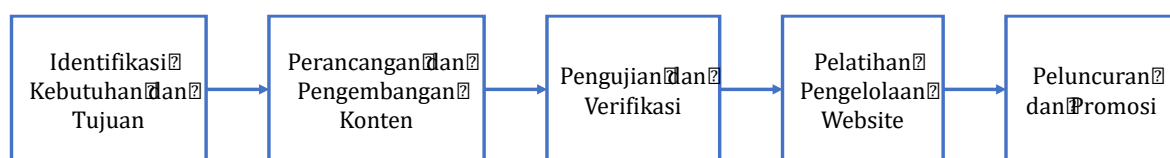
Mengingat keterbatasan SDM yang ada di FJ Studio, kami menerapkan teknologi yang sudah ada sedemikian sehingga proses pemeliharaannya dapat dilaksanakan dengan relatif mudah. Salah satu *framework* pengembangan *website* yang menawarkan banyak kemudahan terkait proses *updating* dan pemeliharaan isi *website* adalah Google Sites (Wijaya & Gischa, 2023). Kegiatan semacam penyuluhan terkait pengelolaan website FJ Studio pun penting, karena pemilik atau staff mereka lah yang menjadi Admin Web setelah kegiatan PkM ini selesai.

Secara umum, kontribusi Tim PkM yang dituangkan pada artikel ini meliputi:

1. Hasil pengembangan *website* FJ Studio sebagai media informasi dan promosi menggunakan *framework* Google Sites
2. Pelatihan pengelolaan dan pemeliharaan *website* kepada pemilik dan staff FJ Studio sebagai calon Admin Web
3. Pembuatan akun Google Business untuk pusat kebugaran FJ Studio agar dapat muncul di laman Gogole sehingga memudahkan khalayak umum dalam mencari informasi dan mengakses lokasinya.

Selanjutnya, artikel ini membahas tentang bagaimana metode pelaksanaan PkM ini diusulkan di Bab II, hasil-hasil kegiatan PkM dan pembahasannya di Bab III, serta bagian penutup yang mencakup kesimpulan dan saran di Bab IV.

METODE PELAKSANAAN



Gambar 2. Metodologi pengembangan *website* FJ Studio

Keberadaan *website* merupakan salah satu modal yang penting dalam strategi pemasaran dan *branding* untuk bisnis studio kebugaran, salah satunya FJ Studio Bandung. Dengan memanfaatkan *website* dengan baik, FJ Studio dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik pelanggan potensial, dan memperluas jangkauan layanan yang ditawarkan. Gambar 2 menunjukkan rangkaian metodologi pelaksanaan kegiatan PkM

dalam rangka pengembangan *website* FJ Studio Bandung, yang selanjutnya dirinci setiap tahapan tersebut.

Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan

Langkah awal dalam pengembangan *website* adalah mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan, atau selanjutnya kita sebut sebagai *requirement gathering*. Hal ini meliputi pemahaman tentang audiens target, layanan yang ditawarkan, hingga tema yang ingin ditrapkan pada laman *website* yang dibuat. Tujuan yang jelas akan membantu dalam merancang fitur-fitur yang dibutuhkan dan strategi konten yang tepat. Proses pengidentifikasian kebutuhan dan tujuan ini dilakukan melalui wawancara, diskusi, dan survei, baik dari sisi pemilik bisnis FJ Studio maupun pelanggan. Data yang diperoleh menjadi *baseline* untuk dibandingkan antara kondisi awal ketika *website* belum ada dan kondisi setelah *website* selesai dibangun.

Perancangan dan Pengembangan Konten

Setelah kebutuhan dan tujuan telah diidentifikasi, langkah berikutnya adalah menyusun rencana pengembangan *website* dan merancang desainnya. Desain *website* harus mencerminkan identitas studio kebugaran secara visual, khususnya FJ Studio, serta mempertimbangkan kegunaan dan pengalaman pengguna yang optimal. Hal tersebut mencakup pemilihan warna, tata letak, dan elemen grafis yang menarik.

Pengembangan konten adalah tahap penting dalam proses pengembangan *website*. Konten harus informatif, menarik, dan relevan dengan audiens target. Ini bisa mencakup deskripsi tentang layanan yang ditawarkan, jadwal kelas, profil instruktur, testimoni pelanggan, dan artikel atau tips kebugaran yang berguna.

Secara umum, pengembangan perangkat lunak, termasuk *website* ini, dilakukan dengan menggunakan metode Waterfall (Gunanto & Sudarmilah, 2020; Lesmono, 2018), atau ada pula yang menggunakan Rational Unified Process (Hidayatullah et al., 2018). Dalam metode-metode tersebut, biasanya tahap perancangan dipisahkan dengan implementasi (pengisian konten *website*). Namun, dengan hadirnya Google Sites yang didukung berbagai fitur untuk memudahkan proses pengembangan dan pemeliharaan *website*, kedua tahap tersebut dapat dilaksanakan secara bersamaan, dan dalam beberapa tahap, hingga penyempurnaan. Banyak sumber yang juga mengangkat studi terkait penerapan Google Sites pada pengembangan *website*, baik untuk *marketing* (Susilowati & Nuzul Hakim, 2022), maupun sebagai media pembelajaran (Darniyanti et al., 2023; Nuryati et al., 2022; Sitepu & Herlinawati, 2022; Waluyo, 2021).

Pada pengembangan *website* FJ Studio, tim merancang struktur menu, isi, dan tampilannya. Desain dan konten *website* tersebut dikonsultasikan kepada mitra dalam beberapa tahap hingga sesuai dengan kebutuhan, serta lengkap isinya.

Pengujian dan Verifikasi

Setelah *website* telah dikembangkan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian menyeluruh untuk memastikan bahwa semuanya berfungsi dengan baik

dan tidak ada bug atau masalah teknis lainnya. Selain itu, akan ditinjau kembali apakah tampilan/desain *website* yang dihasilkan sudah sesuai dengan yang diinginkan pengguna. Tahap pengujian ini dilaksanakan oleh Tim PkM, beberapa mahasiswa sebagai sample responden, serta perwakilan dari pihak mitra FJ Studio.

Selanjutnya, di tahap verifikasi, pelanggan atau klien FJ Studio lah yang langsung melakukan pengujian pada *website*, apakah telah sesuai dengan yang diharapkan atau masih ada yang perlu diperbaiki. Proses pengujian oleh pemilik FJ Studio turut didampingi tim dosen dan tim mahasiswa. Selanjutnya, dilakukan pula *sampling* data terkait proses verifikasi yang dilakukan oleh pelanggan secara umum.

Pelatihan Pengelolaan Website

Setelah proses pembangunan *website* selesai, Tim PkM mengadakan pelatihan untuk pemilik dan staff FJ Studio. Tujuannya ialah terkait pengoperasian Google Sites yang akan digunakan jika ada informasi atau konten yang ingin diubah, ditambah, atau dikurangi pada laman *website* FJ Studio. Dengan kata lain, kegiatan pelatihan ini dilakukan dalam rangka mempersiapkan calon Admin Web yang nantinya bertugas untuk memelihara keberlangsungan *website* FJ Studio.

Peluncuran dan Promosi

Setelah semua persiapan telah selesai, website dapat diluncurkan secara resmi oleh pemilik FJ Studio. Namun, peluncuran hanya merupakan awal dari perjalanan. Penting untuk terus mempromosikan *website* melalui berbagai saluran, termasuk media sosial Instagram FJ Studio yang sebelumnya telah dimiliki. Memperbarui konten secara teratur dan berinteraksi dengan pengunjung *website* juga penting untuk menjaga keterlibatan dan minat pelanggan.

HASIL KEGIATAN

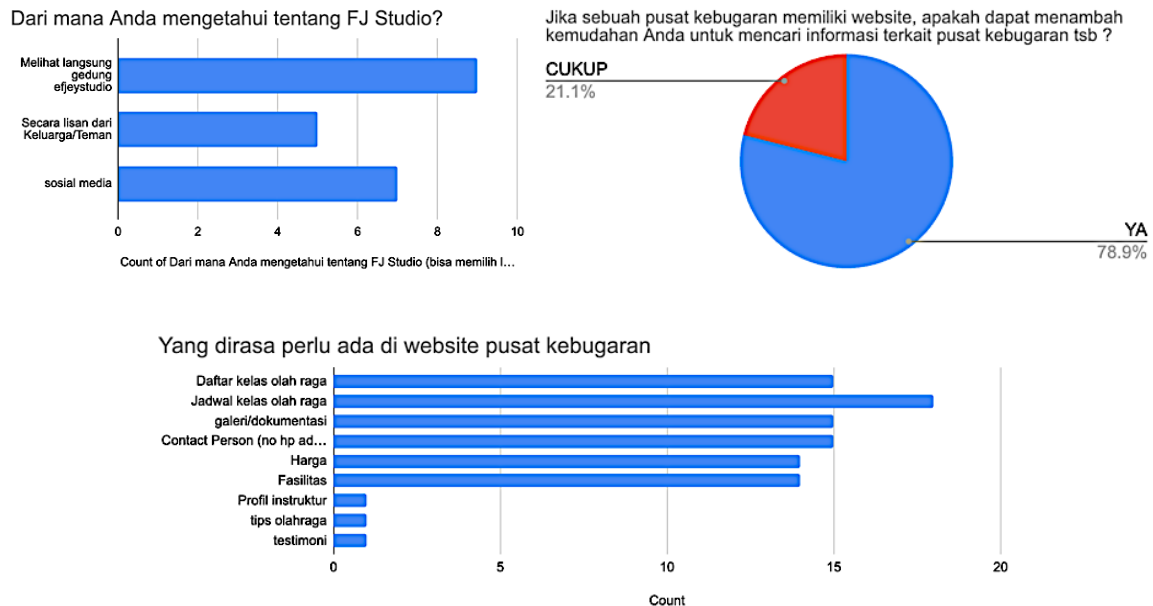
Hasil Requirement Gathering

Tim PkM telah melaksanakan proses *requirement gathering* melalui wawancara dan diskusi kepada pemilik FJ Studio, sebagaimana terdokumentasikan di Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan *requirement gathering* oleh Tim PkM dengan pemilik FJ Studio

Secara umum, kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan dan tujuan dari pemilik bisnis serta mendapatkan gambaran terkait informasi yang ingin ditampilkan pada *website* FJ Studio. Selain itu, dilakukan pula survei kepada beberapa member FJ studio, untuk menganalisis kebutuhan dari sisi pelanggan atau masyarakat umum.



Gambar 4. Hasil survei *requirement gathering* terhadap masyarakat umum

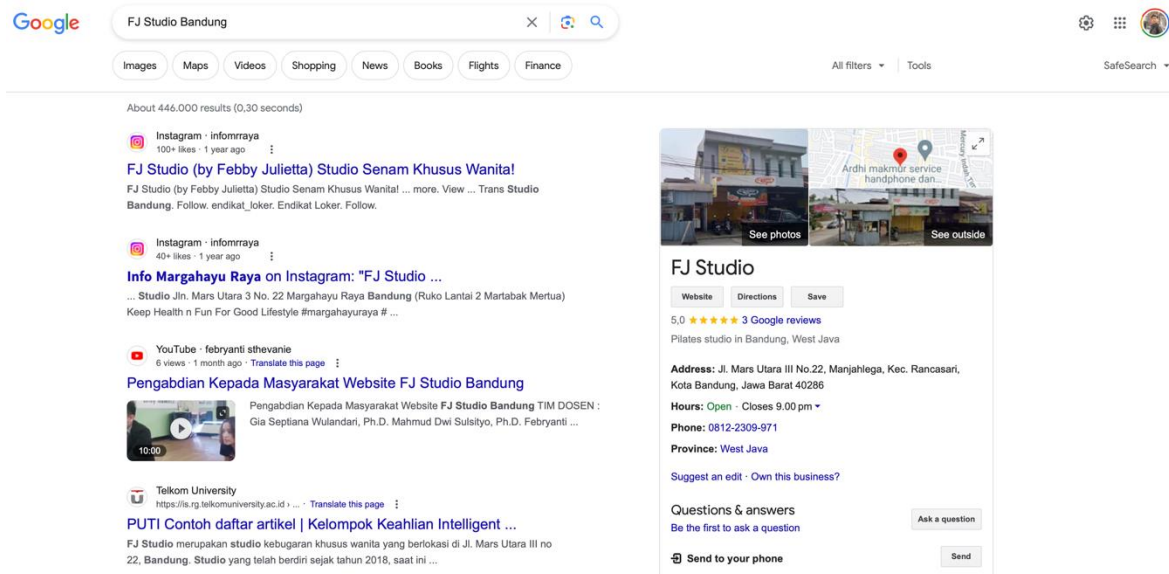
Selanjutnya, yang tidak kalah penting dalam proses *requirement gathering* yaitu menganalisis kebutuhan dan keinginan dari sisi pelanggan atau calon pelanggan. Dari hasil survei yang dikumpulkan terhadap 19 responden, hanya 7 orang atau sekitar 36,8% yang mengetahui keberadaan FJ Studio melalui media *online*; Padahal, kita semua menyadari bahwa media *online* merupakan media promosi yang sangat penting saat ini. Oleh karena itu, keberadaan *website* bagi FJ Studio menjadi hal yang penting. Adapun untuk lebih detail lagi, berdasarkan survei yang tersaji di Gambar 4,

1. orang-orang mengetahui informasi FJ Studio paling banyak dari melihat lokasinya secara langsung, yaitu 9 dari 19 responden;
2. hampir 80% responden menginginkan adanya *website* untuk FJ Studio; dan
3. informasi yang diharapkan tampil pada *website* meliputi daftar kelas olah raga beserta jadwal dan harganya, galeri, *contact person*, serta fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh studio.

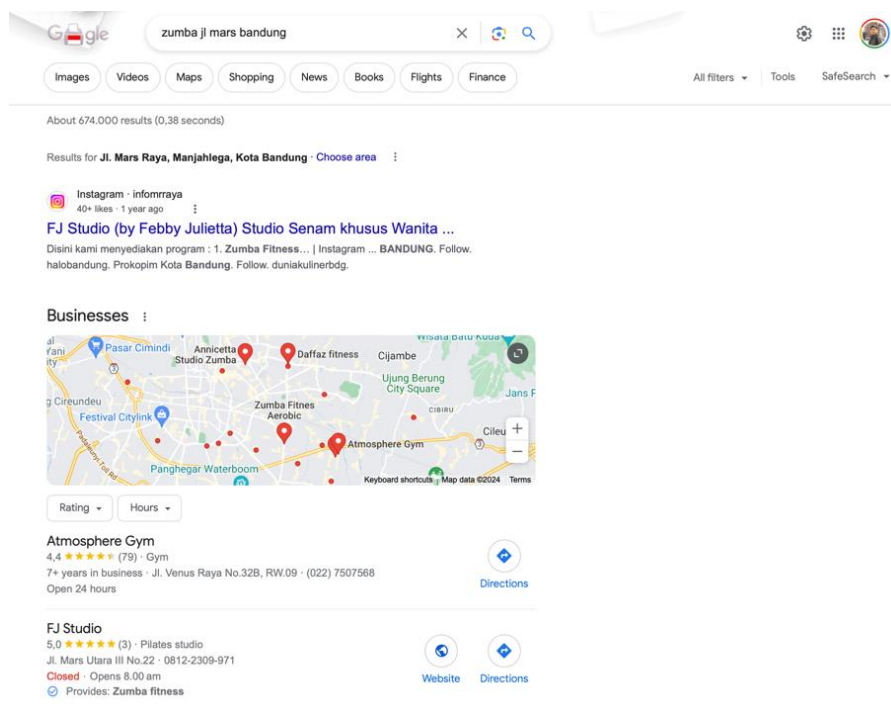
Pemanfaatan Google Business

Proses pembuatan *website* dimulai dengan memanfaatkan Google Sites berdasarkan hasil *requirement gathering*. Di samping itu, Tim PkM juga membuatkan akun Google Business juga untuk FJ Studio, agar informasi terkait studio kebugaran tersebut beserta *website* yang dibuat, dapat muncul dalam pencarian Google. Hal ini dilakukan sebagai salah satu kontribusi penting lainnya dari kegiatan PkM ini untuk dapat lebih mudah menjangkau masyarakat umum dalam memperoleh informasi tentang FJ Studio Bandung.

Akun Google Business, atau yang lebih tepatnya disebut Google My Business, adalah platform yang disediakan oleh Google untuk memungkinkan pemilik bisnis atau perusahaan untuk mengelola informasi bisnis mereka secara online. Dengan menggunakan Google My Business, pemilik bisnis dapat membuat dan mengelola profil bisnis mereka di Google, termasuk informasi seperti lokasi, jam operasional, nomor telepon, situs web, dan ulasan pelanggan. Fasilitas ini sudah banyak dipelajari dan diterapkan mulai dari bisnis skala kecil-menengah di Indonesia (Devi & Ayera, 2022; Merdekawati et al., 2021; Rohmah & Hera, 2022).



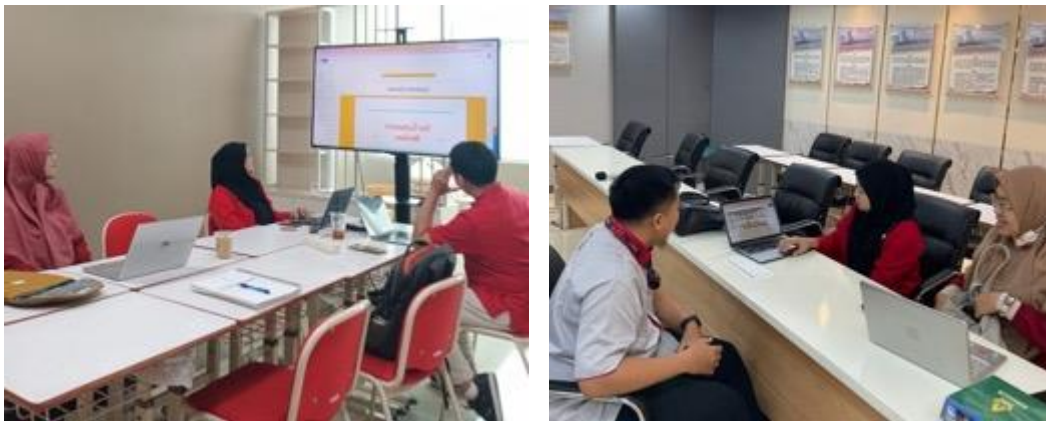
Gambar 5. Hasil pencarian dengan kata kunci “FJ Studio Bandung” di mesin pencarian Google setelah diimplementasikannya website di kegiatan PkM ini



Gambar 6. Hasil pencarian pada Google dengan kata kunci “zumba jl mars bandung”

Setelah pembuatan dan pengisian informasi FJ Studio di Google Business, terlihat pada Gambar 5 bahwa pencarian dengan kata kunci “FJ Studio Bandung” berhasil ditampilkan oleh Google di urutan pertama; Tidak seperti yang tampak pada Gambar 1 sebelumnya. Informasi lengkapnya pun tersaji di sisi kanan layar setelah penerapan Google Business. Selain itu, jika kita mencari hal terkait yang umum, seperti “zumba jl mars bandung”, maka FJ Studio pun akan muncul pada pencarian, sebagaimana tersaji pada Gambar 6. Dengan ini, masyarakat umum pun kemudian dapat dengan mudah mengakses informasi FJ Studio serta membandingkannya dengan kompetitor di sekitarnya.

Hasil Desain dan Implementasi Website FJ Studio dengan Google Sites



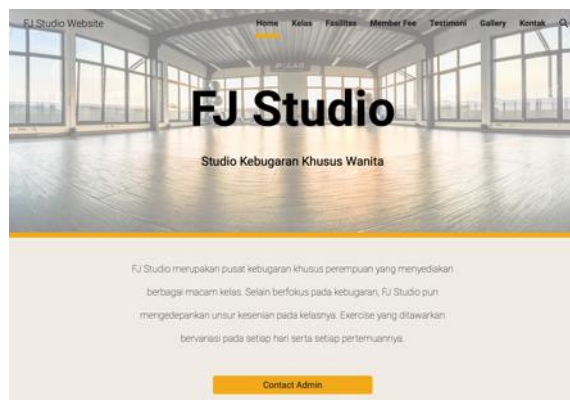
Gambar 7. Rapat tim PkM terkait perancangan *website* FJ Studio

Selama proses desain sekaligus implementasi (pengisian draft konten) *website*, Tim PkM secara bertahap menyampaikan hasilnya kepada pemilik FJ Studio. Jika ada *feedback* atau masukan pada satu tahap, maka tim kemudian melakukan perbaikan, baik terhadap desain maupun konten *website*. Proses tersebut dilakukan selama beberapa tahap hingga sesuai dengan permintaan, kebutuhan, tujuan dasar pemilik studio. Selanjutnya, proses publikasi *website* dilakukan sehingga dapat diakses oleh khalayak umum. *Website* tersebut diberi nama *domain* sesuai yang telah disepakati sebelumnya dengan pihak FJ Studio, yaitu www.efjeystudio.com. Dokumentasi dalam proses perancangan dan implementasi *website* ini ditunjukkan oleh Gambar 7. Sementara beberapa hasil desain dan pengisian konten *website* FJ Studio dapat dilihat pada Gambar 8.

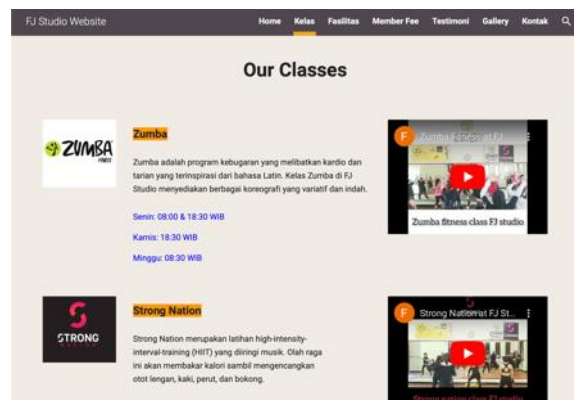
Hasil Survei terhadap Masyarakat Umum

Setelah *website* dipublikasikan dan dianggap cukup, dilakukan tahap pengujian untuk melihat apakah semua fungsionalitas *website* berjalan dengan baik dan apakah ada error yang muncul. Setelah selesai, dilakukan sosialisasi dan pelatihan terkait pengelolaan dan update konten *website* kepada pemilik dan staff FJ Studio sebagai calon Admin Web; Gambar 9 mendokumentasikan kegiatan tersebut. Untuk membantu pendampingan Tim PkM pun menyertakan buku panduan atau manual book terkait pengelolaan dan pemeliharaan *website* FJ Studio, termasuk untuk pembaruan informasi pada akun Google Business FJ Studio.

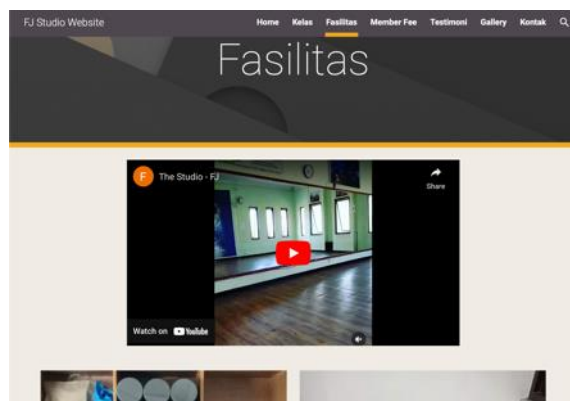
Di tahap akhir, dilaksanakan pula survei terhadap pengguna FJ Studio untuk melihat pendapat masyarakat umum terhadap website FJ Studio yang telah dibangun. Ini dilakukan untuk mendapatkan feedback dan penerimaan masyarakat guna perbaikan website FJ Studio dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil survei, dapat dilihat secara umum bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap dikembangkannya website FJ Studio; Lihat Gambar 10. Dari 13 responden, semuanya setuju atau bahkan sangat setuju bahwa *website* yang telah dibangun dapat memberikan kemudahan dalam pencarian informasi terkait FJ Studio. Dari sini, dapat dilihat bahwa pemanfaatan Google Sites pada PkM ini dapat diandalkan dalam pengembangan *website* sebagai media informasi dan promosi serta memfasilitasi tampilan yang sederhana tapi tetap menarik.



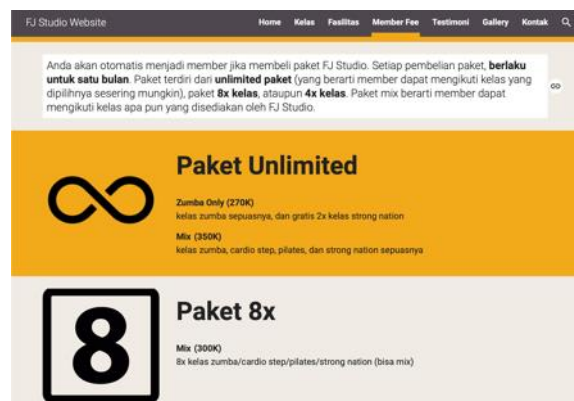
(a) Halaman Home



(b) Menu Our Classes



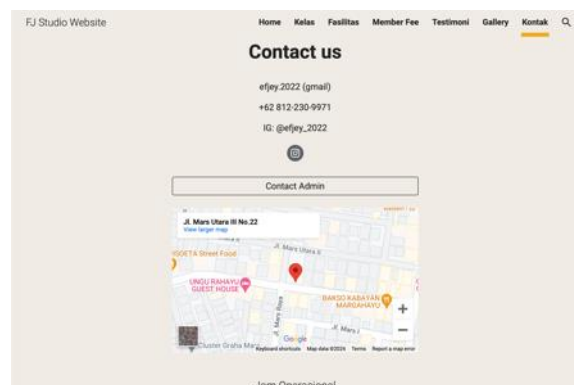
(c) Menu Fasilitas



(d) Menu terkait cara registrasi



(e) Menu terkait *review* dari pelanggan



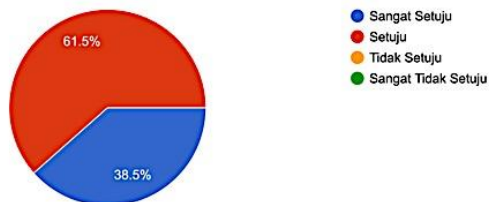
(f) Menu Contact Us

Gambar 8. Beberapa antar muka halaman *website* www.efjeystudio.com

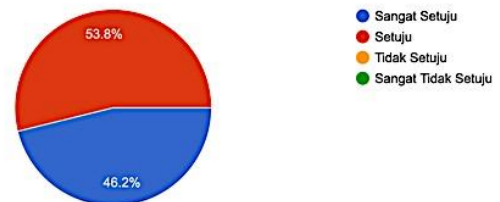


Gambar 9. Dokumentasi pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengelolaan *website*

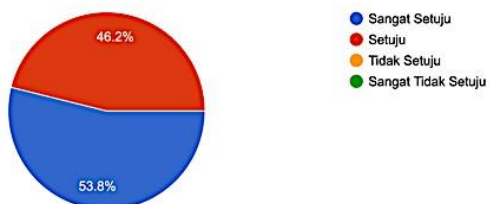
Website FJ Studio memiliki tampilan yang menarik (13 responses)



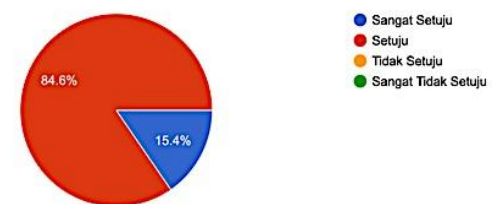
Website FJ Studio memberikan kemudahan dalam mencari informasi (13 responses)



Website FJ Studio memberikan informasi yang Anda butuhkan (13 responses)



Website FJ Studio memberikan informasi yang lebih lengkap dibandingkan tanpa adanya website (13 responses)



Gambar 10. Hasil survei pendapat masyarakat terkait *website* www.efjeystudio.com

KESIMPULAN DAN SARAN

Tim dari Fakultas Informatika, Universitas Telkom, telah melaksanakan kegiatan PkM untuk mengembangkan *website* FJ Studio, sebuah usaha studio kebugaran di kota Bandung. Ketiadaan media *online* berbasis *website* di tengah peluang bisnis yang cukup besar menjadi permasalahan utama yang diangkat pada kegiatan ini. Selain kekurangan yang diidentifikasi tersebut, permintaan pemilik maupun masyarakat juga lebih memotivasi untuk dilaksanakannya kegiatan PkM ini. *Website* yang telah dikembangkan bertujuan menjadi media informasi sekaligus promosi bagi FJ Studio. Kami menggunakan *framework* Google Sites yang menyediakan berbagai fitur dan kemudahan, baik dalam pengembangan maupun pengelolaan dan pemeliharaan *website* ke depannya. Di samping itu, sebuah akun Google Business pun dibuatkan oleh tim agar publikasi *website* FJ Studio lebih cepat sampai kepada khalayak umum. Dalam rangkaian PkM ini, tim pun memberikan pelatihan terkait pengelolaan *website* pada Google Sites bagi calon Admin Web yang nantinya akan

memelihara keberlangsungan *website* FJ Studio. Berdasarkan hasil survei terhadap pengguna, baik pemilik, staff, maupun pelanggan secara umum, kegiatan dan hasil dari kegiatan ini mendapatkan respon positif serta antusiasme yang tinggi.

Hasil survei dan feedback dari responden yang diperoleh menjadi bukti keberhasilan program PkM ini, sehingga ke depannya akan lebih digalakkan program-program serupa untuk memberikan kebermanfaatan yang lebih luas pada masyarakat. Adapun sebagai saran untuk peningkatan kualitas hasil PkM, karena *template* yang disediakan oleh Google Sites sangat terbatas, sebaiknya dalam pembuatan *website* dibuat pula *template* sendiri ataupun pemberian pelatihan terkait pembuatan *template* untuk dapat membuat tampilan *website* menjadi lebih menarik dan lebih sesuai dengan keinginan personal mitra yang membutuhkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Direktorat PPM Universitas Telkom yang telah memberikan dukungan, khususnya finansial, terhadap kegiatan PkM ini. Penulis juga berterimakasih kepada pihak FJ Studio, sebagai mitra yang telah meluangkan waktu dan pikirannya selama menjalin kerjasama dan kolaborasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Merdekawati, A., Kurniawan, A., Leidiyana, H., Ghazali, A., & Waryono. (2021). Pelatihan Google Bisnisku Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Karang Taruna Tunas Mandiri Desa Sukaharja. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66–70. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v1i2.72>
- Andayani, A. T. (2023, October 4). *Inilah Biaya Pembuatan Website dengan WordPress, Mahal atau Murah?* <https://tonjoo.com/id/biaya-pembuatan-website/>
- Charis, J. C., Rotty, G. V., Wiraputra, A. L., & Parani, R. (2023). Kekuatan Pemasaran Digital: Analisis Dampak Iklan, Celebrity Endorsement, Dan Influencer Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 709–714. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1217>
- Darniyanti, Y., Hader, A. E., & Putri, D. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Web Google Sites Pada Pembelajaran IPAS Di Kelas IV SD. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 14586–14596.
- Devi, H. P., & Ayera, A. (2022). Pendampingan Perancangan Promosi Hanania Photography dan Videography Melalui Google Bisnis. *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 70–76. <https://doi.org/10.55506/arch.v1i2.18>
- Fadhil. (2023, May 17). *10 Kekurangan Influencer Marketing yang Wajib Anda Ketahui Agar Tidak Boncos*. <https://bithourproduction.com/blog/kekurangan-influencer-marketing/>
- Gunanto, A., & Sudarmilah, E. (2020). Pengembangan Website E-Arsip Di Kantor Kelurahan Pabelan. In *Jurnal Teknik Elektro* (Vol. 20, Issue 02).
- Hidayatullah, R. J., Hendrakusma Wardani, N., & Rachmadi, A. (2018). *Pengembangan Website Kampung Batik Jetis Dengan Metode Rational Unified Process* (Vol. 2, Issue 11). <http://j-ptiik.ub.ac.id>

- Hubner, I. B., Virgiana Wijaya, J., & Dwi Nugraha, K. (2022). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK FLASH COFFEE DI JABODETABEK. *Jurnal Bangun Manajemen*, 1(2), 73–79. <https://doi.org/10.56854/jbm.v1i2.94>
- Lesmono, I. D. (2018). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEPATU BERBASIS WEBSITE DENGAN METODE WATERFALL. *Jurnal SWABUMI*, 6(1), 55–62. <http://www.ejournal.unsa.ac.id/diunduh:19->
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v1i1.130>
- Nuryati, N., Subadi, T., Muhibbin, A., Murtiyasa, B., & Sumardi, S. (2022). Pembelajaran Statistik Matematika Berbantuan Website Google Sites (Quizizz) di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(2), 2486–2494. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i2.2377>
- Susilowati, & Nuzul Hakim, L. (2022). Pelatihan Membuat Website Digital Marketing Dengan Google Site Untuk Meningkatkan Kompetensi Keahlian Dikalangan Mahasiswa. In *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* (Vol. 1, Issue Agustus). <https://journal.pelitanusa.or.id/index.php/komunita>
- Isroissholikhah, W. O. (2022). EFEKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM STRATEGI PROMOSI DI ERA DIGITAL. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Rohmah, A. N., & Hera, H. (2022). Pemanfaatan Google My Business Sebagai Media Digital Marketing Pada Bukuan Fried Chicken. 1(3). <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.237>
- Sitepu, D. S. B., & Herlinawati. (2022). Pengembangan media pembelajaran berbasis web google sites pada materi ikatan ion dan kovalen untuk SMA kelas X. *Educenter : Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 1(5), 552–563.
- Wanda, S. S. (2017). EFEKTIVITAS PEMANFAATAN WEBSITE DALAM RANGKA PROMOSI PRODUK DAN PENINGKATAN PENJUALAN STUDI KASUS PT. AMONINDO UTAMA. 4(2). www.rudywebdesign.com
- Waluyo, J. (2021). Persepsi Peserta Pelatihan Terhadap Pemanfaatan Google Sites Dalam Pembelajaran. *Andragogi: Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*, 9(2), 190–199. <https://doi.org/10.36052/andragogi.v9i2.246>
- Wijaya, A., & Gischa, S. (2023, October 16). *Pengertian Google Sites: Kelebihan, Kelemahan, dan Pemanfaatannya*. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/10/16/030000269/pengertian-google-sites--kelebihan-kelemahan-dan-pemanfaatannya>
- Wulandari, G. S., Sthevanie, F., & Sulistiyo, M. D. (2022). Pengembangan Situs Web Sebagai Pembaharu Media Informasi Taman Kanak-Kanak Islam Terpadu (TKIT) Luqmanul Hakim Bandung. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 259–268. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1505>