



Pengembangan Situs Web Kampung Ulos Hutaraja

Ruth Putri Agustina Situmeang^{1*}, Indah Aini²

¹⁻² Universitas Negeri Medan, Pendidikan Bahasa Jerman, Indonesia

Email: ruth@mhs.unimed.ac.id^{1*}

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia 20221

*Penulis Korespondensi

Abstract. *This study aims to develop an informative website to promote Kampung Ulos Hutaraja as one of the cultural tourism destinations. The background of this research stems from the lack of comprehensive information about Kampung Ulos Hutaraja available on existing tourism websites, particularly in foreign languages such as German. This lack of information becomes a challenge for international tourists who require accurate and reliable details before visiting. The research adopts the Richey and Klein development model, which consists of three main stages: planning, production, and evaluation. In the planning stage, the researcher conducted observations of similar tourism websites and direct visits to Kampung Ulos Hutaraja. In addition, interviews with local management were carried out to identify information needs and emphasize the importance of utilizing digital media to support tourism promotion. The production stage involved developing a website based on a Content Management System (CMS) using WordPress. The content was created in two languages, Indonesian and German, to facilitate easier access to information for both domestic and international tourists. The website content includes the history of Kampung Ulos, the ulos weaving process, cultural attractions, and practical information regarding location and accessibility. The evaluation stage was conducted through material and media validation by experts. The results showed that the website received a score of 95 for the material aspect, categorized as “very good,” and a score of 94 for the media aspect, which also falls into the “very good” category. Based on these results, it can be concluded that the Kampung Ulos Hutaraja website is feasible to be used as an effective digital information medium to support cultural tourism promotion and increase tourist interest.*

Keywords: *Cultural tourism; Kampung Ulos Hutaraja; Material and media validation; Website; WordPress (CMS).*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah situs web informatif guna mempromosikan Kampung Ulos Hutaraja sebagai salah satu destinasi wisata budaya. Latar belakang penelitian ini berangkat dari masih minimnya informasi yang komprehensif terkait Kampung Ulos Hutaraja pada situs web pariwisata yang tersedia, terutama dalam bahasa asing, khususnya bahasa Jerman. Hal ini menjadi kendala bagi wisatawan mancanegara yang membutuhkan informasi akurat sebelum berkunjung. Metode yang digunakan adalah model pengembangan Richey dan Klein, yang meliputi tiga tahap utama, yaitu perencanaan, produksi, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, peneliti melakukan observasi terhadap situs web pariwisata sejenis serta kunjungan langsung ke Kampung Ulos Hutaraja. Selain itu, wawancara dengan pihak pengelola dilakukan untuk menggali kebutuhan informasi serta menekankan pentingnya pemanfaatan media digital dalam mendukung promosi pariwisata. Tahap produksi dilakukan dengan mengembangkan situs web berbasis Content Management System (CMS) menggunakan WordPress. Konten disusun dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Jerman, dengan tujuan mempermudah akses informasi bagi wisatawan domestik maupun internasional. Konten yang disajikan mencakup sejarah Kampung Ulos, proses pembuatan ulos, atraksi budaya, serta informasi praktis mengenai lokasi dan aksesibilitas. Tahap evaluasi dilakukan melalui validasi materi dan validasi media oleh para ahli. Hasilnya menunjukkan bahwa situs web memperoleh skor 95 pada aspek materi dengan kategori “sangat baik”, serta skor 94 pada aspek media dengan kategori yang sama. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa situs web Kampung Ulos Hutaraja layak digunakan sebagai media informasi digital yang efektif untuk mendukung promosi pariwisata budaya dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan.

Kata kunci: Kampung Ulos Hutaraja; Pariwisata budaya; Situs web; Validasi materi dan media; WordPress (CMS).

1. LATAR BELAKANG

Indonesia kaya akan sumber daya alam, dan dengan ribuan keindahan alamnya, negara ini menjadi tujuan wisata populer bagi wisatawan internasional. Budaya dan tradisi Indonesia tersebar dari Sabang hingga Merauke dan menjadikan negara ini unik. Kedua aspek tersebut sangat menarik bagi wisatawan lokal maupun internasional yang mengunjungi Indonesia.

Sumatera Utara merupakan salah satu tujuan wisata menarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Perekonomian di wilayah Sumatera Utara telah berkembang pesat melalui sektor pariwisata (Sitepu & Sabrin, 2020; 29). Banyak lokasi yang dikenal karena nilai budaya dan sejarahnya, sehingga dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran. Sumatera Utara, dengan keindahan alamnya, juga layak dikunjungi, seperti Pulau Samosir, Danau Toba, Langkat, dan Deliserdang.

Kampung Ulos Hutaraja, yang terletak di Desa Lumban Suhi Suhi Toruan, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, merupakan tempat pembuatan Ulos secara tradisional. Tempat ini memiliki nilai penting dan perlu dilestarikan karena merupakan destinasi wisata budaya yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Samosir. Pada periode 2020 hingga 2021, revitalisasi dilakukan, termasuk penambahan fasilitas publik yang meningkatkan nilai destinasi wisata Kampung Ulos Hutaraja.

Di sini, wanita dewasa terus menenun Ulos di bawah rumah adat Bolon tempat mereka tinggal. Selain produksi Ulos, tempat ini juga menjadi destinasi wisata menarik, di mana pengunjung dapat menyaksikan proses pembuatan Ulos secara langsung dan bahkan belajar menenun Ulos. Rumah Bolon dengan ukiran Gorga khasnya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin memperluas pengetahuan mengenai budaya unik Batak Toba. Kampung Ulos Hutaraja juga dilengkapi dengan galeri untuk memamerkan hasil tenunan Ulos serta area penjualan untuk produk-produk yang dihasilkan sendiri.

Seiring perkembangan zaman, eksistensi Ulos menghadapi beberapa tantangan, seperti menurunnya minat generasi muda untuk melestarikan tradisi dan budaya, persaingan dengan produk modern, serta terbatasnya akses ke peluang pemasaran. Kampung Ulos Hutaraja memegang peran penting dalam menghadapi tantangan tersebut. Oleh karena itu, penguatan keberadaan Kampung Ulos Hutaraja menjadi penting, tidak hanya untuk pelestarian budaya tetapi juga untuk pengembangan sektor pariwisata di tingkat global.

Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi sangat efektif dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata budaya. Digitalisasi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pengembangan bisnis, terutama di sektor pariwisata (Dewanto, 2022; 539). Banyak lokasi budaya berhasil menarik wisatawan melalui platform digital seperti

situs web, media sosial, dan konten multimedia. Potensi serupa dapat dimanfaatkan oleh Kampung Ulos Hutaraja untuk dikenal oleh audiens yang lebih luas. Kurangnya media yang secara khusus dikelola untuk mempromosikan Kampung Ulos Hutaraja menyebabkan informasi menjadi terbatas dan tersebar pada berbagai media yang tidak terpusat. Hal ini menjadi hambatan bagi wisatawan yang menginginkan akses informasi yang lebih terorganisir. Oleh karena itu, pengembangan situs web menjadi solusi untuk menyediakan informasi secara efektif dan mendukung promosi.

Dengan situs web, semua informasi dapat disajikan dalam satu media yang mudah diakses dan terstruktur, sehingga masyarakat lebih mudah mengenal dan mengunjungi Kampung Ulos Hutaraja. Pemanfaatan situs web menjadi sangat penting di era globalisasi saat ini, di mana tradisi budaya cenderung terpinggirkan akibat kurangnya dokumentasi dan promosi yang efektif. Melalui kehadiran digital Kampung Ulos Hutaraja, wisatawan potensial baik di dalam negeri maupun luar negeri dapat dijangkau. Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi penyedia layanan pariwisata dalam pemasaran strategis maupun operasional (Winsky, 2020). Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta minat terhadap budaya Batak Toba dan tradisi di Sumatera Utara maupun Indonesia.

Para pembelajar bahasa Jerman memiliki prospek yang besar dalam industri pariwisata berkat kemampuan bahasa mereka (Azhari, 2024; 121). Situs web ini dapat dijadikan media pembelajaran bagi mahasiswa yang mempelajari bahasa Jerman untuk keperluan pariwisata. Kursus tersebut membahas topik budaya dan pariwisata di Sumatera Utara, namun tidak mencakup Kampung Ulos Hutaraja. Dengan media pembelajaran ini, siswa dapat memperoleh pengalaman dalam memanfaatkan teknologi pariwisata digital sekaligus meningkatkan kemampuan bahasa Jerman. Situs web dibuat dalam dua bahasa, Indonesia dan Jerman, untuk menjangkau wisatawan internasional.

Pengembangan situs web dilakukan menggunakan WordPress. WordPress merupakan sistem manajemen konten yang memungkinkan pembuatan dan pengelolaan situs web sesuai kebutuhan pengguna. WordPress dipilih karena menawarkan beragam tema yang dapat disesuaikan dengan jenis konten yang dibagikan, mudah digunakan, serta memungkinkan unggahan artikel, gambar, dan video dengan mudah. Pengelolaan situs web pun sederhana, sehingga informasi mengenai Kampung Ulos Hutaraja dapat ditambahkan, diedit, atau dihapus dengan mudah. Situs web ini berisi informasi mengenai lokasi, proses pembuatan Ulos, tradisi lokal, serta pembelian Ulos secara daring.

Dalam pengembangan situs web, metode yang digunakan adalah metode Richey dan Klein. Metode Richey dan Klein terdiri dari tiga tahap: perencanaan, produksi, dan evaluasi. Metode ini dipilih karena sederhana dan fokus pada pengembangan situs web. Ketiga tahap ini memungkinkan penentuan kebutuhan situs web, perancangan sesuai kebutuhan, dan evaluasi untuk memastikan situs web efektif serta fungsional.

2. KAJIAN TEORITIS

Landasan teoretis penelitian ini digunakan sebagai dasar ilmiah untuk pengembangan situs web tentang Kampung Ulos Hutaraja. Konsep utama yang menjadi fokus meliputi model pengembangan, digitalisasi, pembuatan situs web, penggunaan WordPress, serta sektor pariwisata di wilayah sasaran.

Model Pengembangan

Model penelitian dan pengembangan (Research and Development/R&D) menurut Sugiyono (2013) diterapkan untuk mengembangkan situs web dan menguji efektivitasnya. Menurut Richey dan Klein, proses pengembangan mencakup tiga tahap:

(1) Perencanaan: Identifikasi kebutuhan pengguna sasaran serta penentuan isi dan tujuan situs web. (2) Produksi: Penyusunan rancangan situs web, termasuk struktur, konten, dan desain. (3) Evaluasi: Pengujian produk akhir untuk memastikan kegunaan dan kualitas situs web.

Digitalisasi

Digitalisasi merupakan transformasi data fisik menjadi format digital, yang mempermudah penyimpanan, akses, dan penyebaran informasi (Christover et al., 2023). Digitalisasi memungkinkan pemanfaatan informasi secara fleksibel tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi (Sitepu & Atiqah, 2022), serta mencakup tahapan pemindaian, pengeditan, dan unggah (Pendit, Anjani et al., 2024).

Situs Web

Situs web adalah kumpulan halaman di World Wide Web yang dapat memuat teks, gambar, animasi, audio, atau video (Dewi et al., 2024). Elemen penting meliputi nama domain, web hosting, skrip, desain, FTP, serta fungsi seperti penyampaian informasi, pemasaran, pendidikan, dan komunikasi (Riadiana, Josephine et al., 2020).

WordPress

WordPress adalah sistem manajemen konten yang memungkinkan pembuatan situs web tanpa pengetahuan pemrograman (Fischer, 2020). Fungsi yang disediakan meliputi pengelolaan artikel, manajemen pengguna, pengaturan menu dan media, kontrol komentar,

manajemen tema, serta plugin untuk menambahkan fungsionalitas tambahan (Ushud et al., 2021).

Pariwisata di Kampung Ulos Hutaraja

Pariwisata memungkinkan masyarakat memperoleh pengalaman baru, menemukan alam dan budaya, serta menikmati hiburan (Josephine et al., 2020). Sumatera Utara memiliki potensi pariwisata yang tinggi berkat kekayaan alam dan budaya, seperti Pulau Samosir. Kampung Ulos Hutaraja dikenal dengan produksi kain Ulos secara tradisional, yang motifnya mengandung makna budaya. Pengunjung dapat menyaksikan proses pembuatan, mengamati artefak budaya, serta menikmati keindahan alam Danau Toba (Simanjuntak et al., 2024).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan model penelitian dan pengembangan (Research and Development/R&D) untuk membimbing pembuatan situs web tentang Kampung Ulos Hutaraja menggunakan WordPress. Proses pengembangan mengikuti metode Richey dan Klein yang terdiri dari tiga tahap, yaitu perencanaan, produksi, dan evaluasi. Data diperoleh melalui observasi langsung di lokasi, wawancara dengan pengrajin, pengelola pariwisata, dan masyarakat setempat, serta melalui sumber daring yang relevan. Observasi dilakukan untuk menangkap kondisi lingkungan, aktivitas komunitas, dan potensi wisata, sedangkan wawancara memberikan informasi mendetail mengenai sejarah, budaya, dan keunikan tempat tersebut. Sebagai pelengkap, dokumentasi berupa foto, video, dan materi tertulis, baik yang diambil di lokasi maupun dari sumber daring, dijadikan sebagai dasar penyusunan konten situs web. Penelitian dilaksanakan secara langsung di Kampung Ulos Hutaraja, sebuah desa yang memiliki nilai budaya dan pariwisata penting di Pulau Samosir, Sumatera Utara, dengan penerapan ketiga tahap metode Richey dan Klein untuk menjamin struktur, penyusunan, dan evaluasi akhir situs web.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan model pengembangan menurut Richey dan Klein, yang terdiri dari tiga tahap: perencanaan, produksi, dan evaluasi. Model ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu pengembangan situs web untuk Kampung Ulos Hutaraja yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi budaya dan pariwisata. Dengan model ini, setiap tahap penelitian dapat dilakukan secara sistematis dari fase awal hingga akhir, sehingga hasil yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan pengguna.

Pada tahap perencanaan, tugas utama adalah mengumpulkan sebanyak mungkin informasi mengenai Kampung Ulos Hutaraja. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, termasuk perwakilan Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir dan pengelola Kampung Ulos Hutaraja. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa informasi tentang Kampung Ulos Hutaraja di media daring selama ini sangat terbatas, bersifat umum, tidak rinci, dan tidak tersedia dalam bahasa Jerman. Oleh karena itu, analisis kebutuhan menegaskan perlunya pengembangan situs web baru yang lebih komprehensif, sistematis, dan multibahasa. Penelitian dilaksanakan pada Juni 2025 di Kabupaten Samosir sehingga semua data yang diperoleh mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

Tahap kedua adalah produksi situs web. Situs web dikembangkan menggunakan WordPress sebagai platform utama karena mudah digunakan dan mendukung berbagai jenis konten. Konten yang disajikan meliputi teks, foto, peta, dan video yang disusun sedemikian rupa agar pengguna dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai Kampung Ulos Hutaraja. Perancangan tampilan situs web juga diperhatikan, mulai dari pemilihan jenis dan ukuran huruf, warna, hingga desain menu dan submenu. Hal ini dilakukan agar situs web tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga mudah diakses oleh berbagai kalangan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Tahap ketiga adalah evaluasi. Pada tahap ini, dilakukan proses validasi oleh dua pihak, yaitu ahli materi dan ahli media. Validasi konten dilakukan dengan menilai lima aspek penting terkait kelengkapan, ketepatan, dan kejelasan informasi. Hasil penilaian menunjukkan bahwa situs web memperoleh skor 19 dari 20 dengan tingkat kelayakan 95%, yang termasuk kategori “sangat baik”. Selanjutnya, validasi media dilakukan dengan menilai tiga aspek utama melalui sembilan indikator, meliputi desain, navigasi, dan integrasi media yang digunakan. Hasil evaluasi media menunjukkan skor 34 dari 36 dengan tingkat kelayakan 94,4%, yang juga termasuk kategori “sangat baik”.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa situs web Kampung Ulos Hutaraja yang dikembangkan menggunakan model Richey dan Klein memenuhi standar baik dari segi konten maupun media. Selain itu, situs web ini memberikan nilai tambah bagi pelestarian budaya Ulos dan memperluas akses informasi bagi masyarakat luas, termasuk wisatawan asing yang ingin mempelajari lebih dalam budaya Batak Toba.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian mengenai pembuatan situs web Kampung Ulos Hutaraja menggunakan WordPress mengikuti metode Richey dan Klein yang terdiri dari tiga tahap: perencanaan, produksi, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, kebutuhan informasi diperoleh melalui analisis situs web sejenis, observasi langsung di lokasi, serta wawancara dengan perwakilan Dinas Pariwisata dan pengelola desa. Pada tahap produksi, situs web dikembangkan dengan menyertakan menu utama seperti Beranda, Profil, Sorotan, Akomodasi, Tentang Kami, dan Kontak. Situs web menyediakan informasi mengenai sejarah, proses pembuatan Ulos, galeri, fasilitas wisata, serta pilihan akomodasi. Desain situs web dibuat ramah pengguna, informatif, dan berbasis visual untuk meningkatkan daya tarik bagi pengunjung.

Tahap evaluasi dilakukan melalui validasi oleh ahli materi dan ahli media. Validasi materi menunjukkan nilai rata-rata 95, sedangkan validasi media memperoleh nilai 94,4 dengan kategori “sangat baik”, sehingga situs web dinyatakan layak digunakan. Hasil penelitian berupa situs web dwibahasa (Indonesia dan Jerman) yang menjangkau pengguna lokal dan internasional, dan dapat diakses melalui alamat: <https://dev-kampung-ulos-hutaraja.pantheonsite.io/>

DAFTAR REFERENSI

- Anjani, S., Rizal, E., & Saepudin, E. (2024). Proses digitisasi karya ilmiah lama di Perpustakaan Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 4(1), 33–50. <https://doi.org/10.24198/inf.v4i1.48759>
- Azhari, D. (2024, December). Lehrmaterialien Zu Deutsch Für Tourismus 4.0: Technikkomfort Als Tourismusunternehmer. *Journal der Internationalen Konferenz des Indonesischen Germanistenverbandes (IGV)*, 1(1), 120–132. <https://proceedings.nexuspublishing.org/index.php/ikonig/article/view/54/61>
- Christover, D., Hidayattullah, A. S., & Mawarni, I. (2023). Penerapan konsep digitalisasi dalam pelayanan publik di Kantor Desa Manunggal Jaya Kecamatan Tenggara Seberang Kabupaten Kutai Kartanegara. *Journal of Research and Development on Public Policy*, 2(2), 199–214. <https://doi.org/10.58684/jarvic.v2i2.73>
- Dewanto, R. F. (2022). Pengaruh digitalisasi dan citra destinasi pariwisata terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 6(4), 537–552. <https://doi.org/10.22219/jie.v6i4.22278>
- Dewi, I. A. P. D. T., Utami, N. W., & Alam, H. S. (2024). Pengembangan website desa wisata untuk optimalisasi promosi pariwisata di Desa Singapadu Kaler. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 304–312. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.340>

- Fischer, L. (2020). *Konzeption und Anwendung eines WordPress-Plugins für den Vergleich von Veranstaltungen* (Bachelor's thesis, Hochschule Hannover). Hochschule Hannover. https://serwiss.bib.hs-hannover.de/frontdoor/deliver/index/docId/1699/file/Bachelorarbeit_Lukas_Fischer.pdf
- Husniyah, R., Widiatsih, A., Fajarisman, F., Kunrozazi, K., & Kurniawan, N. (2022). Pengembangan website menggunakan Google Sites materi produksi pada tumbuhan dan hewan untuk SMP/MTs pada masa pandemi Covid-19. *Education Journal: Journal Educational Research and Development*, 6(1), 47–58. <https://doi.org/10.31537/ej.v6i1.616>
- Josephine, A., Perdamean, A. S., & Harahap, H. J. (2020). Die Erstellung einer Webseite für Tourismus auf der Insel Nias. *Studia Journal des Deutschprogramms*. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/studia/article/view/27853>
- Marizki, A., Masril, M., & Pasaribu, I. (2022). Konsep komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera Utara. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 8(1), 42–50. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v8i1.5715>
- Purba, B., Situmorang, E. A. A., Firmansyah, D., & Manurung, T. A. (2024). Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2060–2065. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.308>
- Simanjuntak, N. R., Nadeak, T. R., & Hutagalung, B. T. (2024). Promosi ulos Batak melalui produk fashion dalam menarik perhatian wisatawan di Kampung Ulos Hutaraja Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir tahun 2024. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(4), 4243–4261. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/1356>
- Siregar, M. I. R., & Hutagalung, S. M. (2022). Digitalisierung der Veranstaltung von Gordang Sambilan in Tapanuli Selatan. *Studia Journal des Deutschprogramms*, 11(1), 1–13. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/studia/article/view/36318>
- Sitepu, F. A. B., & Atiqah, A. N. (2022). Pengaruh penerapan konsep digitalisasi di Museum Sonobudoyo Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 1–10. <https://doi.org/10.47256/kji.v16i1.135>
- Sitepu, E., & Sabrin, S. (2020). Strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan minat berwisata di Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 28–44. <https://ejurnal.darmaagung.ac.id/index.php/messageilmukomunikasi/article/view/679>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879&keywords=
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). Pentingnya website sebagai media informasi destinasi wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117>

- Ushud, A. A. A., Novita, I., & Juliasari, N. (2021). Pelatihan pemanfaatan CMS untuk pembuatan website bagi orang tua siswa Sekolah Alam Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tekno*, 2(1), 20–25. <https://www.jurnal.iaii.or.id/index.php/JAMTEKNO/article/view/3290/475>
- Winsky, N. (2020). Digitale Informationsflut und touristische Angebote: Marketingstrategien von Stadtführungsunternehmen. In Ö. Gunduz (Ed.), *Ökonomische und soziologische Tourismustrends: Strategien und Konzepte im globalen Destinationsmarketing* (pp. 433–453). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-29640-7_36