

Pengembangan Website *Company Profile* Menggunakan Codeigniter Untuk Mendukung Branding Perusahaan

Kukuh Panggalih¹, Yuri Yuliani², Hamdun Sulaiman^{3*}, Kudiantoro Widiyanto⁴, Irwan Herliawan⁵

^{1,4}Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika

^{2,3}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika

⁵Program Studi Informatika, Universitas Nusa Mandiri

*hamdun.hsl@bsi.ac.id

Abstrak

Website company profile merupakan media digital yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai profil, layanan, dan portofolio kepada publik secara efektif. Di era transformasi digital, keberadaan website menjadi sangat penting karena mampu meningkatkan visibilitas, kredibilitas, dan daya saing perusahaan. Penelitian ini bertujuan merancang dan mengembangkan website company profile berbasis Codeigniter 3 dengan menyesuaikan kebutuhan pengguna serta kemudahan pengelolaan konten. Analisis kebutuhan dilakukan melalui observasi dan wawancara, sementara perancangan sistem memanfaatkan UML dan desain antarmuka responsif yang mendukung berbagai perangkat. Implementasi menggunakan PHP dengan framework Codeigniter 3 dan database MySQL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website mampu menampilkan informasi profil, layanan, portofolio, blog, dan kontak, serta menyediakan CMS sederhana untuk pembaruan konten secara mandiri. Kesimpulannya, website ini dapat meningkatkan profesionalitas, memperkuat branding, serta mempermudah pengelolaan informasi perusahaan. Pengembangan selanjutnya dapat mencakup integrasi media sosial, optimasi SEO, dukungan multi-bahasa, dan fitur analitik pengunjung. Fitur keamanan tambahan dan peningkatan performa juga dapat dipertimbangkan untuk memastikan kualitas dan keandalan sistem secara berkelanjutan di masa depan.

Kata kunci : *Branding, Codeigniter, Company Profile, Sistem Informasi, Website*

Abstract

A company profile website is a digital medium used by companies to effectively convey information about their profiles, services, and portfolios to the public. In the era of digital transformation, the existence of a website is crucial because it can increase a company's visibility, credibility, and competitiveness. This study aims to design and develop a Codeigniter 3-based company profile website that adapts to user needs and facilitates content management. Needs analysis was conducted through observation and interviews, while the system design utilizes UML and a responsive interface design that supports various devices. The implementation used PHP with the Codeigniter 3 framework and a MySQL database. The results show that the website is capable of displaying profile information, services, portfolios, blogs, and contacts, as well as providing a simple CMS for independent content updates. In conclusion, this website can enhance professionalism, strengthen branding, and simplify the management of company information. Further developments could include social media integration, SEO optimization, multi-language support, and visitor analytics features. Additional security features and performance enhancements could also be considered to ensure the system's sustainable quality and reliability in the future..

Keywords : *Branding, Codeigniter, Company Profile, Information System, Website.*

1. Pendahuluan

Transformasi digital membawa perubahan besar terhadap cara perusahaan berkomunikasi dan

membangun citra brand. Menurut laporan We Are Social (2024), terdapat lebih dari 220 juta pengguna internet di Indonesia, menunjukkan

bahwa aktivitas bisnis kini sangat bergantung pada media digital, termasuk melalui website resmi perusahaan. Website company profile berfungsi sebagai media utama dalam memperkenalkan identitas, layanan, dan portofolio perusahaan kepada publik secara profesional^[1]. Hal ini menjadi penting karena kredibilitas digital menjadi faktor utama dalam keputusan konsumen^[2]. Sementara itu, masih banyak perusahaan di Indonesia, khususnya UMKM, yang belum memiliki website resmi dan hanya mengandalkan media sosial sebagai sarana informasi^[3].

Respon terhadap isu tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan akan sistem informasi berbasis web semakin mendesak. Keberadaan perusahaan secara digital melalui website dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan hingga 60% serta memperluas jangkauan pasar^[4]. Di sisi lain, pengembangan website berbasis framework modern dapat mempercepat proses pembuatan aplikasi sekaligus menjaga stabilitas sistem^[5].

Perusahaan rintisan (startup) di Indonesia mulai menyadari pentingnya identitas digital yang kuat^[6]. Digital Creative Center (DCC) sebagai startup di bidang layanan multimedia, pelatihan konten, dan produksi kreatif membutuhkan media digital yang mampu menampilkan profil dan layanan secara komprehensif. Selama ini, kegiatan promosi DCC masih mengandalkan media sosial dan komunikasi langsung, sehingga belum

memiliki wadah resmi yang menampilkan identitas perusahaan secara profesional. Padahal, di era digital, calon klien maupun mitra bisnis umumnya mencari legitimasi dan kredibilitas perusahaan melalui situs web resminya^[2].

Melalui website, perusahaan dapat menampilkan informasi mengenai visi, misi, portofolio, layanan, dan kontak secara terstruktur serta mudah diakses oleh publik^[1]. Selain sebagai media informasi, website juga berperan penting dalam memperkuat branding perusahaan. Desain visual, gaya bahasa, serta konsistensi identitas digital mampu membentuk persepsi positif terhadap kualitas dan profesionalitas perusahaan^[7]. Dengan demikian, pengembangan website bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga cara perusahaan mempresentasikan diri di ruang digital.

Dalam konteks startup seperti DCC, branding digital memiliki peran strategis. Startup perlu menampilkan keunikan dan nilai yang membedakannya dari kompetitor^[8]. Melalui website company profile yang dirancang dengan baik, perusahaan dapat memperlihatkan portofolio proyek, testimoni klien, hingga aktivitas kreatif yang mendukung reputasi bisnis. Selain itu, keberadaan sistem manajemen konten (Content Management System) memudahkan tim internal memperbarui informasi secara mandiri tanpa bergantung pada pengembang web^[9].

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya mengembangkan website company profile berbasis framework CodeIgniter yang dapat menjadi sarana branding digital bagi DCC. Framework ini dipilih karena struktur Model-View-Controller (MVC) yang memisahkan logika, tampilan, dan data, sehingga memudahkan pengembangan dan pemeliharaan sistem ^[10]. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyusunan model implementasi website company profile yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mengintegrasikan elemen branding digital, desain responsif, dan CMS sederhana yang dapat diadopsi startup maupun UMKM. Selain itu, penelitian ini memberikan contoh arsitektur dan alur kerja pengembangan yang dapat dijadikan referensi pada proyek serupa. Melalui penelitian ini diharapkan tercipta website yang efektif dalam membangun identitas dan citra digital perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Penelitian Terkait

Penelitian mengenai pengembangan website company profile dan sistem informasi berbasis web telah banyak dilakukan, baik pada konteks akademik maupun bisnis. Penelitian mengenai framework CodeIgniter sebagai media informasi publik sudah dilakukan ^[11], namun belum mengimplementasikan sistem manajemen konten

(*content management system*) yang memungkinkan pengelolaan data secara dinamis.

- Penelitian tentang *company profile* dengan objek perusahaan berskala nasional yang berfokus pada perancangan website company profile menggunakan framework PHP dan Bootstrap dilakukan pada 2022. Hasilnya menunjukkan bahwa website yang dirancang secara profesional mampu meningkatkan kredibilitas perusahaan dan memperluas jangkauan informasi ^[12]. Penelitian tersebut menekankan pentingnya desain antarmuka dan struktur navigasi, namun belum mengintegrasikan sistem manajemen konten (CMS) yang memungkinkan pembaruan data secara mandiri oleh pengguna non-teknis.
- Penelitian lain mengembangkan website company profile berbasis framework Laravel dengan pendekatan *object-oriented programming* ^[13]. Sistem yang dihasilkan memiliki tampilan modern dan fitur portofolio yang dinamis. Namun, penelitian tersebut berfokus pada keamanan dan autentikasi pengguna tanpa memberikan perhatian khusus terhadap aspek branding perusahaan di ruang digital. Akibatnya, fungsi website lebih kuat pada sisi teknis daripada membangun identitas visual perusahaan secara menyeluruh.

- Sementara itu, penelitian lainnya merancang *website company profile* untuk lembaga pendidikan menggunakan *framework CodeIgniter* dengan metode *waterfall* [14]. *Website* tersebut berhasil menyajikan informasi akademik, profil lembaga, dan data tenaga pengajar. Meski demikian, sistem masih bersifat statis tanpa fitur pengelolaan konten secara mandiri, serta belum mengoptimalkan aspek desain visual sebagai bagian dari strategi *branding*.

Berdasarkan penelitian diatas, penerapan *framework CodeIgniter* untuk pengembangan *website company profile* perlu menekankan integrasi antara fungsi sistem dan strategi branding digital. Penelitian-penelitian sebelumnya berfokus pada penyajian data dan fitur teknis, sementara penelitian ini menghadirkan pembaruan berupa pengembangan sistem berbasis *CodeIgniter* dengan penambahan fitur CMS dan desain visual yang disesuaikan dengan identitas perusahaan startup DCC. Pendekatan ini tidak hanya memperhatikan aspek teknologi, tetapi juga mengutamakan pengalaman pengguna dan citra merek yang konsisten di dunia digital

2.2. Landasan Teori

1. Website Company Profile

Website company profile adalah media digital resmi yang menampilkan identitas, layanan, dan

portofolio perusahaan untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan publik. Fungsi utamanya adalah sebagai sarana komunikasi profesional antara perusahaan dan calon pelanggan [13]

2. Branding Perusahaan Digital

Branding digital merupakan strategi untuk membentuk citra dan kepercayaan konsumen melalui media daring [15]. Tampilan antarmuka, konsistensi warna, dan kemudahan akses menjadi elemen penting dalam membangun kesan profesional dan kredibel terhadap perusahaan.

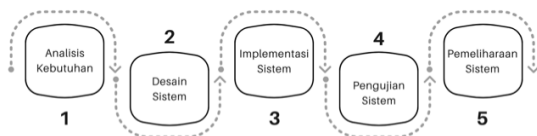
3. Framework CodeIgniter

CodeIgniter adalah *framework* PHP berbasis arsitektur *Model-View-Controller* (MVC) yang memungkinkan pengembangan aplikasi *web* menjadi lebih terstruktur, efisien, dan mudah dipelihara [5]. *Framework* ini bersifat ringan dan cocok untuk pengembangan *website* berskala kecil hingga menengah.

4. Model Pengembangan *Waterfall*

Model *waterfall* merupakan pendekatan sistematis dalam pengembangan perangkat lunak yang meliputi lima tahapan: analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan [7]. Metode ini digunakan karena cocok untuk proyek dengan kebutuhan yang sudah jelas sejak awal [16].

2.3. Tahapan Penelitian



Gambar 1 Tahapan Penelitian

Gambar 1 diatas menunjukkan tahapan penelitian dengan menggunakan metode waterfall model yang terdiri dari lima tahapan utama, yaitu 1) Analisis Kebutuhan, 2) Perancangan Sistem, 3) Implementasi, 4) Pengujian, 5) Pemeliharaan.

- Tahap Pertama: Analisis Kebutuhan
Pada tahap ini analisa kebutuhan diperoleh melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi fitur yang dibutuhkan, seperti halaman profil, layanan, portofolio, *blog*, kontak, serta admin panel untuk pengelolaan konten.
- Tahap Kedua: Perancangan Sistem
Menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) berupa *use case diagram* dan *class diagram*, serta desain antarmuka berbasis *responsive design*.
- Tahap Ketiga: Implementasi
Pemilihan sistem pada *website company profile* yang akan dikembangkan menggunakan *framework CodeIgniter* dengan bahasa pemrograman PHP dan *database MySQL*.
- Tahap Keempat: Pengujian Sistem
Pengujian menggunakan *blackbox testing*

untuk memastikan fungsionalitas berjalan sesuai kebutuhan.

- Tahap Kelima : Pemeliharaan

Tahap ini mencakup *monitoring*, perbaikan *bug*, serta kemungkinan pengembangan fitur tambahan. Dengan metode ini, diharapkan sistem dapat memenuhi kebutuhan pengguna sekaligus mendukung *branding* perusahaan melalui media digital.

3. Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah Digital Creative Center (DCC), sebuah startup yang bergerak di bidang layanan multimedia, pelatihan konten, dan produksi kreatif. Penelitian dilakukan pada lingkungan operasional DCC yang berlokasi di [isi dengan alamat atau kota DCC jika ada]. DCC dipilih sebagai objek penelitian karena perusahaan ini membutuhkan media digital resmi yang mampu menampilkan identitas, layanan, serta portofolio secara profesional sebagai bentuk penguatan *branding* digital. Seluruh proses analisis kebutuhan, pengumpulan data, dan evaluasi sistem dilakukan bersama pihak internal DCC, meliputi pemilik, tim kreatif, serta staff admin yang menjadi calon pengguna sistem. Dalam proses membangun *website company profile*, dilakukan beberapa tahapan metode penelitian sebagai berikut.

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif

kualitatif dengan metode pengembangan perangkat lunak *waterfall*. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan proses pengembangan sistem secara sistematis dan terstruktur, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga pemeliharaan.

3.2. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dimulai dari pengumpulan data kebutuhan, perancangan sistem, implementasi program, pengujian sistem, hingga dokumentasi hasil. Setiap tahapan dilakukan secara berurutan sesuai dengan prinsip model *waterfall* agar hasil sistem sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.3. Populasi dan Sampel

Partisipan penelitian terdiri dari 10 responden yang meliputi staf pengelola perusahaan DCC dan pengguna umum yang diminta untuk melakukan uji coba *website company profile*.

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan meliputi panduan wawancara untuk analisis kebutuhan dan lembar observasi untuk mengukur kesesuaian fungsi sistem.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga metode: a. Observasi terhadap sistem eksisting di perusahaan. b. Wawancara dengan pihak pengelola perusahaan untuk mengetahui kebutuhan fitur. c. Dokumentasi berupa *screenshot*, struktur *database*, dan laporan

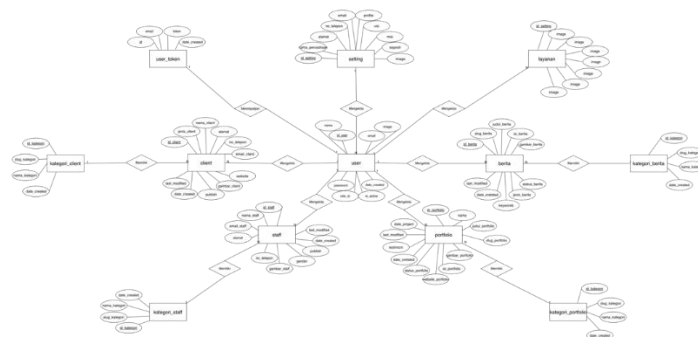
pengujian sistem.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

Pembuatan *website company profile* ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu pembuatan ERD, *use case diagram* dan *activity diagram Entity*

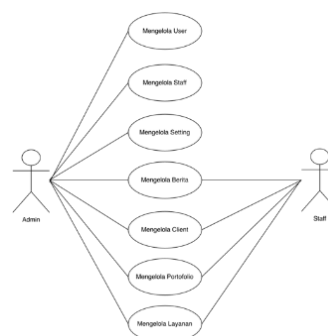
1. Relationship Diagram (ERD).



Gambar 2. Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram pada Gambar 2 menggambarkan hubungan antar entitas utama dalam sistem *website company profile* yang dikembangkan.

2. Use Case Diagram

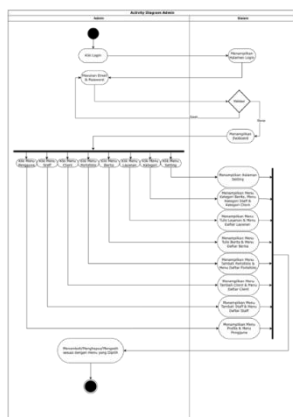


Gambar 3. Use Case Diagram

Use Case Diagram pada Gambar 3 menggambarkan interaksi antara pengguna sistem dengan fungsi-fungsi utama. Diagram ini

menjelaskan peran masing-masing aktor dan aktivitas yang dapat dilakukan sesuai dengan hak akses yang dimiliki. Dalam sistem ini terdapat dua aktor utama, yaitu Admin dan Staff.

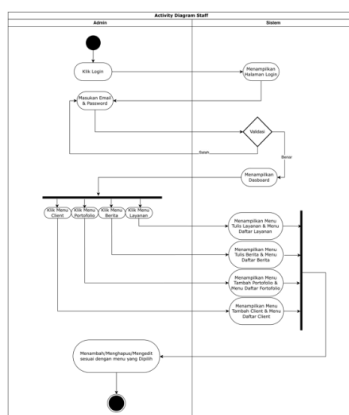
3. Activity Diagram Admin



Gambar 4. Activity Diagram Admin

Activity Diagram Admin pada Gambar 4 menjelaskan alur aktivitas pengguna dengan hak akses admin saat berinteraksi dengan sistem *website company profile*. Admin dapat berpindah antar menu tanpa harus keluar dari sistem, sehingga proses kerja menjadi lebih efisien.

4. Activity Diagram Staff



Gambar 5 Activity Diagram Staff

Activity Diagram Staff pada Gambar 5 menggambarkan alur aktivitas pengguna dengan peran staff dalam sistem *website company profile* DCC. Melalui dashboard ini, staff dapat mengakses beberapa menu utama, yaitu mengelola layanan, berita, portofolio, dan data klien. Masing-masing menu memiliki fungsi spesifik yang memungkinkan staff untuk menambah, memperbarui, atau menghapus data sesuai dengan kebutuhan konten yang ditampilkan pada *website*.

5. Landing Page (Home)

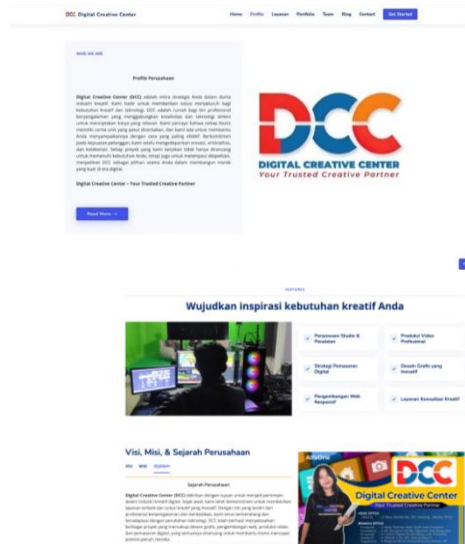


Gambar 6 Landing Page (Home)

Pada Gambar 6 Bagian utama pada halaman ini menampilkan nama perusahaan dan slogan “Your Trusted Creative Partner” yang berfungsi sebagai pernyataan nilai (*value statement*) sekaligus memperkuat citra merek perusahaan sebagai mitra kreatif terpercaya di bidang digital. Selain itu, terdapat tombol “Get Started” yang berperan sebagai *call-to-action* untuk mengarahkan pengunjung menuju bagian layanan perusahaan. Struktur menu navigasi di bagian atas mencakup halaman *Home*, *Profile*, *Layanan*, *Portofolio*, *Team*, *Blog*, dan *Contact*, yang memudahkan

pengunjung menjelajahi seluruh informasi perusahaan dengan cepat dan efisien.

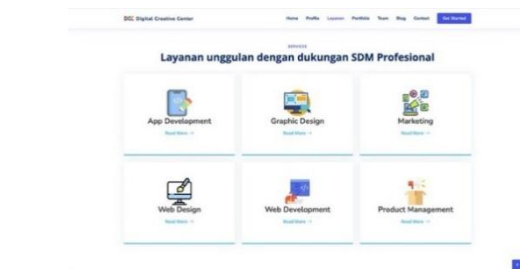
6. Profile Perusahaan



Gambar 7. Profile Perusahaan

Halaman profil menampilkan informasi utama mengenai identitas, visi, misi, serta sejarah berdirinya DCC. Tampilan ini dirancang dengan kombinasi teks dan elemen visual yang menegaskan karakter profesional perusahaan.

7. Service Perusahaan



Gambar 8. Service Perusahaan

Pada gambar 8 menampilkan halaman *services* yang dimiliki oleh perusahaan seperti, layanan *App Development*, *Web Design*, *Web Development*, *Graphic Design*, *Marketing*,

Product Management, serta masih menampilkan beberapa menu yang dapat diakses.

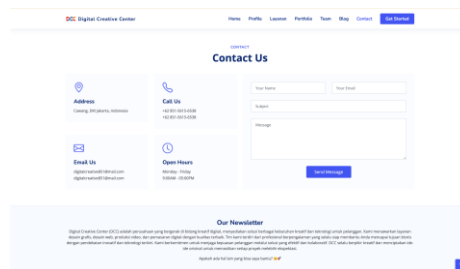
8. Blog



Gambar 9 Blog

Pada gambar 9 menampilkan berita-berita terkait kegiatan perusahaan, serta masih menampilkan beberapa menu yang dapat diakses.

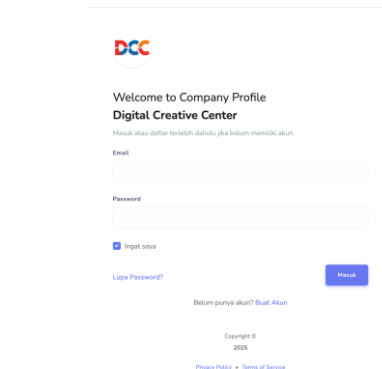
9. Contact



Gambar 10 Contact

Pada gambar 10 menampilkan halaman alamat, kontak person, jam operasional perusahaan dan dapat bertanya dengan mengisi form pertanyaan.

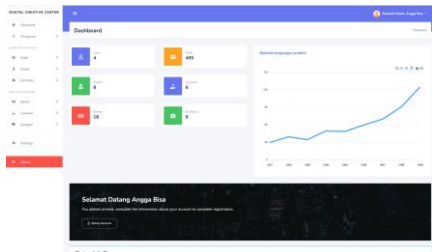
10. Form Login



Gambar 11 Form Login

Pada gambar 11 halaman *login* dirancang sebagai pintu masuk bagi pengguna dengan hak akses admin maupun staff.

11. Dashboard Admin



Gambar 12 Dashboard Admin

Pada gambar 12 Halaman *dashboard* menampilkan rangkuman data utama perusahaan seperti jumlah pengguna, staf, klien, layanan, berita, dan portofolio dalam tampilan kartu yang informatif. Di sisi kanan, terdapat grafik statistik kunjungan yang menggambarkan peningkatan trafik pengguna dari waktu ke waktu. Selain itu, terdapat pesan sambutan personal kepada pengguna yang menegaskan identitas akun aktif.

4.2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan website company profile dilakukan secara terstruktur melalui pemodelan ERD, Use Case Diagram, dan Activity Diagram. ERD menjadi dasar perancangan basis data yang menggambarkan hubungan antar entitas utama, sehingga mendukung pengelolaan data dan konten website secara terintegrasi.

Use Case Diagram menunjukkan dua aktor utama, yaitu Admin dan Staff, dengan pembagian

hak akses yang jelas. Admin berperan dalam pengelolaan sistem secara keseluruhan, sedangkan Staff bertugas mengelola konten seperti layanan, berita, portofolio, dan data klien. Activity Diagram Admin dan Staff menggambarkan alur kerja yang efisien, di mana pengguna dapat mengakses dan mengelola menu tanpa harus keluar dari sistem. Dari sisi antarmuka, halaman landing page dirancang untuk memperkuat identitas perusahaan melalui penyajian slogan, navigasi yang jelas, dan tombol call-to-action. Halaman profil, layanan, blog, dan kontak menyajikan informasi perusahaan secara lengkap dan informatif. Selain itu, halaman login dan dashboard admin mendukung pengelolaan konten dengan menampilkan ringkasan data dan statistik kunjungan. Secara keseluruhan, website company profile yang dirancang mampu meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, profesionalisme tampilan, serta efisiensi pengelolaan konten perusahaan.

5. Kesimpulan

Pengembangan website company profile DCC menggunakan CodeIgniter berhasil menghasilkan sistem yang fungsional, responsif, dan mudah dikelola melalui CMS. Website mampu menyajikan informasi perusahaan secara terstruktur dan mendukung penguatan branding digital. Penelitian ini dibatasi pada pengembangan fitur inti dan CMS dasar, tanpa

mencakup analisis keamanan mendalam, uji performa pada beban tinggi, maupun integrasi layanan eksternal. Batasan ini memberikan ruang untuk pengembangan lanjutan.

Ke depan, penelitian dapat diarahkan pada peningkatan keamanan aplikasi, optimasi performa untuk skala pengguna lebih besar, integrasi analitik pengunjung berbasis data real-time, otomatisasi pembaruan konten, serta integrasi media sosial dan fitur SEO lanjutan guna meningkatkan visibilitas dan efektivitas pemasaran digital perusahaan.

6. Daftar Pustaka

- [1] Y. A. Ningsih, E. Agus, and B. Oemar, "Perancangan Company Profile Pt Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi," *Jurnal Barik*, vol. 2, no. 3, pp. 97–110, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDK/V/>
- [2] L. Hakim, E. Nurtirtayasa, T. R. Melati, P. Purwanto, B. Setiawan, and A. Rohim, "Kreativitas Konten Digital dan Kredibilitas Influencer dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Lokal Mahasiswa di Instagram," *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 4, no. 2, pp. 1457–1464, May 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i2.681.
- [3] Z. Nurul Zahra *et al.*, "Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi, Media Promosi, dan Sertifikasi Halal UIN Syekh Wasil Kediri," *Hilya Labibah Hamidah Ahnafiyah*, vol. 6, 2025, doi: 10.30762/welfare.v3i3.2691.
- [4] D. Setiawati, A. Wahyono, and Y. N. D. Pratiwi, "Digitalisasi Usaha Kecil Melalui Website Umkm Sebagai Upaya Memperluas Jaringan (Studi Kasus Pada Kwt Azalea Farm Boyolali)," *HOAQ (High Education of Organization Archive Quality) : Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 15, no. 2, pp. 60–68, Dec. 2024, doi: 10.52972/hoa.vol15no2.p60-68.
- [5] R. Jois Aldof Mendrofa, J. Iaoli, C. Yurlina Waruwu, A. Gunawan Zai, and T. Informasi, "Evaluasi Implementasi Framework Codeigniter Pada Pengembangan Aplikasi Web: Kelebihan Dan Kekurangan."
- [6] A. Susilo and M. Ridaryanthi, "Pengelolaan Media Sosial dalam Penguatan Identitas Digital dan Citra Diri Remaja Kota Tangerang Selatan Corresponding Author", [Online]. Available: <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- [7] S. A. Amesha, T. Adinda, N. Nazira, and Willyansah, "Pengaruh Desain Ui:Ux Yang Efektif Dalam Meningkatkan Pengalaman Dan Kepuasan Penggunaan".
- [8] "Strategi Bisnis Startup Melalui Business Model Canvas- Studi Kasus Gojek Dan Airbnb".
- [9] Siti Rafidah, Risky Rindi Andika, Sulis Sutiono, and Dea Okviar Egano Napitupulu, "Penerapan Content Management System untuk Website E-Commerce pada Afika Store," *Student Scientific Creativity Journal*, vol. 3, no. 2, pp. 163–173, Feb. 2025, doi: 10.55606/sscj-amik.v3i2.5571.
- [10] E. Desy Christina Sihombing and S. Rukmana Wahab, "Penerapan Framework Model-View-Controller (Mvc) Pada Sistem Informasi Manajemen Data Jemaat Berbasis Web (Studi kasus GKI Maranatha Kampung Harapan)," *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research. (Printed)*, vol. 5, no. 1, 2021, [Online]. Available: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>,

- [11] R. Riflansyah and H. Idwan, "Perancangan Sistem Informasi Website Kantor Desa Beurawe Berbasis Framework Codelgniter," *Jurnal Manajemen Sistem Informasi (JMASIF)*, vol. 4, no. 2, pp. 93–101, Oct. 2025, doi: 10.59431/jmasif.v4i2.605.
- [12] I. Rochmawati and M. F. Oktaviana, *Design and Implementation of Company Profile Website for Fashion Brand*.
- [13] A. Hardiyansyah and B. P. Zen, "Design And Build Company Profile Website Bagaskara Art Store Wonosobo," *JDMSI*, vol. 4, no. 1, pp. 46–59, 2023.
- [14] R. H. J. Siagian, S. Sharyanto, and B. G. Sudarsono, "Rancang Bangun Sistem Informasi Bank Sampah Berbasis Web Pada Bank Sampah Dinas Lingkungan Hidup Kelurahan Kelapa Gading Barat," *Jurnal Sains dan Teknologi Widyalyoka*, vol. 3, no. 1, pp. 32–41, [Online]. Available: <https://jurnal.amikwidyalyoka.ac.id/index.php/jstekwid>
- [15] M. Fajar Ariwibowo, A. M. Indra, T. Ihsan, A. Triwahyuni, and K. Kunci, "3 RD MDP Student Conference (MSC) 2024 Universitas Multi Data Palembang | 924 Analisis Deskriptif Pemilihan Tema Konten untuk Pemasaran Sosial Media Instagram dalam peningkatan personal Branding."
- [16] M. Mailasari, M. N. Winnarto, and A. Purnamawati, "Penerapan Metode Waterfall dalam Pengembangan Aplikasi Schedule Maintenance Alat Produksi," *Infotek: Jurnal Informatika dan Teknologi*, vol. 7, no. 1, pp. 133–141, Jan. 2024, doi: 10.29408/jit.v7i1.24080.