

## RINGKASAN

**Implementasi dan Pengujian Web *Marketing Communication* Malang Post,** Nur Afifah, NIM E41162018, Tahun 2019, 31 hlm, Teknologi Informasi, Teknik Informatika, Elly Antika, ST, M.Kom (pembimbing PKL), Noer Adinda Zaini (pembimbing lapang Malang Post).

Malang Post merupakan perusahaan media online dan cetak koran lokal Malang yang memuat berita lokal Malang Raya (yaitu Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu) sebagai sajian utama. Salah satu divisi yang ada di Malang Post adalah divisi Marcom. Selain pemasaran yang merupakan tugas utama, divisi marcom juga bertanggung jawab atas pemasangan iklan dan *branding*.

Teknologi memiliki pengaruh positif dalam mendukung tugas divisi marcom di Malang Post dari segala aspek antara lain pemanfaatan internet dan media sosial. Salah satu kelebihan yang didapatkan dari pemanfaatan tersebut adalah mempermudah marcom untuk menjangkau lingkungan masyarakat lebih luas dalam upaya memperkenalkan divisi. Namun hal tersebut belum didapatkan sepenuhnya karena pemanfaatan teknologi yang digunakan belum optimal. Oleh karena itu, dibutuhkannya sebuah sistem yang bertujuan untuk memperkenalkan divisi marcom kepada masyarakat.

*Web marketing communication* (marcom) dibuat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Web marcom memiliki dua hak akses yaitu admin dan *user*. Admin dapat mengakses, menginput, mengedit, maupun menghapus data pada web. *User* hanya bisa mengakses informasi mengenai divisi marcom.

Pembuatan web marcom sisi admin memiliki 5 tahapan yaitu memahami permintaan pengguna, membuat *system design*, implementasi *system design*, pembuatan *scenario test* dan pengujian sistem. Setelah keseluruhan tahapan dilakukan, *web marketing communication* sisi admin memiliki nilai uji sempurna yang artinya *web marketing communication* siap digunakan dalam kondisi fungsionalitas yang telah teruji sempurna.