



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Mariza Iswa Putri (44309120015)

Strategi pengelolaan media website www.pamapersada.com sebagai media promosi perusahaan PT Pamapersada Nusantara periode 2012.

(i-xiii) halaman + 91 halaman : 47 Lampiran : Daftar Pustaka (1990-2013)

ABSTRAK

PT Pamapersada Nusantara (“PAMA”) yang merupakan perusahaan jasa dibidang *mining contractor* menggunakan website pamapersada.com sebagai media promosi. Website pamapersada.com ini memberikan informasi, di antaranya mengenai profile perusahaan, bisnis utama PAMA, Safety yang diterapkan, pencapaian produksi baik dari *coal* dan OB, tanggung jawab sosial perusahaan, anak perusahaan, client PAMA, prestasi yang telah diraih oleh PAMA dimana patut diketahui oleh *customer* maupun calon customer, lowongan pekerjaan, sekaligus membujuk calon customer untuk dapat membeli unit yang tidak digunakan lagi oleh PAMA.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada strategi Pengelolaan Perancangan Saluran Pemasaran dari Budiarto Subroto dalam bukunya Business to Business.

Penelitian bersifat deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Narasumber yang terlibat terdiri dari 1 orang berasal dari internal perusahaan yang terlibat langsung dalam penggunaan strategi pengelolaan website pamapersada.com ini. Teknik analisis data yang dipakai berdasarkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan dikembangkan menjadi sebuah teori. Perolehan data berasal dari wawancara, studi literatur dan pengamatan langsung.

Hasil penelitian menyatakan bahwa media promosi website pamapersada.com digunakan oleh PT Pamapersada Nusantara sebagai penyebaran informasi, meningkatkan image perusahaan serta sebagai media penjualan unit alat berat yang tidak digunakan lagi. Strategi pengelolaan media website pamapersada.com ini dikatakan berhasil jika website pamapersada.com dapat berjalan baik dan lancar dalam penyampaian informasi perusahaan.



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Mariza Iswa Putri (44309120015)

Strategi pengelolaan media website www.pamapersada.com sebagai media promosi perusahaan PT Pamapersada Nusantara periode 2012.

(i-xiii) halaman + 91 halaman : 47 Lampiran : Daftar Pustaka (1990-2013)

ABSTRACT

PT Pamapersada Nusantara (“PAMA”) is a mining service contractor company which uses its pamapersada.com website as a media promotion. The pamapersada.com website provides information among others, the company’s profile, its main core business, Safety implementation, achievements in both coal and OB production, corporate social responsibility, subsidiary company(-ies), clients and the achievements attained by PAMA which ought to be known and disclosed to its customers and prospective customers and job vacancies; as well as persuading its prospective customers the potential to buy the units that are no longer being used by PAMA.

The theory used in this research refers to the *Pengelolaan Perancangan Saluran Pemasaran* (Design of Marketing Channel) strategy from Budiarto Subroto which can be found in his Business to Business book.

The research is a descriptive research with case studies. The source involved consists of 1 person deriving from the company who is directly involved in using this pamapersada.com website management strategy. Data techniques analysis used are based on data obtained from various sources and developed into a theory. The acquisition of data derived from interviews, direct observation and literature study.

The result of the research stated that the media promotion of pamapersada.com website is used by PT Pamapersada Nusantara as a medium to disseminate information, to enhance the company’s image as well as a media to sale heavy units that are no longer being used by the company. The management strategy of pamapersada.com website is said to be successful as long as it can operate well and smoothly in delivering the corporate information.