

**IMPLEMENTASI WEBINAR SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN
INFORMASI DI ERA *NEW NORMAL* PANDEMI COVID-19
(STUDI KASUS *EVENT* WEBINAR IT TELKOM JAKARTA “EKSPEKTASI
ANTARA DUNIA & REALITA, DUNIA KERJA & CITA-CITA”)**

Reza Ramadani Firman¹, Trimalda Nur Fitriati²

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik, Institut Teknologi Telkom Jakarta
Jln. Halimun Raya No. 2A, Kel. Guntur, Kec. Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Indonesia

²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik, Institut Teknologi Telkom Jakarta
Jln. Halimun Raya No. 2A, Kel. Guntur, Kec. Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Indonesia

e-mail: rezaramadani@ittelkom-jkt.ac.id¹, malda@ittelkom-jkt.ac.id²

Received : September, 2022

Accepted : November, 2022

Published : Desember, 2022

Abstract

The new normal era is currently still quite strict, because Indonesia has not yet fully recovered from the Covid-19 pandemic, causing some activities or habits that people carry out to change. As is the case in the world of education, especially higher education in Indonesia. Students are required to study online from home along with other activities such as seminars. In the era of the industrial revolution 4.0 as it is now, it is something that must be understood and implemented. The current trend is that information and learning messages are disseminated using webinar internet technology-based media. Webinars are also used as a method of effective communication during the Covid-19 pandemic. Webinars are used as a good communication strategy for universities and as a means to make it easier for universities to reach a large audience. One of the campuses that utilizes webinars is the Telkom Institute of Technology campus. The Telkom Institute of Technology took advantage of this technological breakthrough during the Covid-19 pandemic. This research uses a qualitative approach. The use of this approach aims to find out a general description of the phenomena that have been experienced or felt by research subjects. Qualitative descriptive method is used as a type of research. The webinar theory used in this study is the theory of Verma (2010), Tamime (in Gogali, Tsabit, and Syarief, 2020), and Durahman & Noer (2019).

Keywords: communication strategy, covid-19, webinar

Abstrak

Era *new normal* saat ini masih cukup ketat, dikarenakan Indonesia belum begitu pulih dari kasus pandemi covid-19, menyebabkan beberapa kegiatan atau kebiasaan yang dilakukan masyarakat berubah. Seperti halnya yang terjadi pada dunia pendidikan khususnya perguruan tinggi di Indonesia. Mahasiswa dituntut untuk belajar *online* dari rumah bersamaan dengan kegiatan lain seperti seminar. Pada era revolusi industri 4.0 seperti sekarang merupakan sesuatu yang harus dipahami dan diimplementasikan. Tren saat ini, informasi dan pesan pembelajaran disebar luaskan dengan menggunakan media berbasis teknologi internet webinar. Webinar juga digunakan sebagai metode dalam berkomunikasi yang efektif di masa pandemi Covid-19 berlangsung. Webinar dimanfaatkan sebagai salah satu strategi komunikasi yang baik bagi perguruan tinggi dan sebagai sarana untuk memudahkan perguruan tinggi dalam menjangkau khalayak dalam jumlah besar. Salah satu kampus yang memanfaatkan webinar adalah kampus Institut Teknologi Telkom. Institut Teknologi Telkom memanfaatkan terobosan teknologi webinar ini selama masa pandemi Covid-19 berlangsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan secara Kualitatif. Penggunaan

pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui gambaran secara umum tentang fenomena yang telah dialami atau dirasakan oleh subjek penelitian. Metode deskriptif kualitatif digunakan sebagai jenis penelitian. Teori webinar yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teori dari Verma [1], Tamime dalam [2], dan Durahman & Noer [3].

Kata Kunci: covid-19, strategi komunikasi, webinar

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era *New Normal* saat ini semakin kreatif seiring dengan peralihan bentuk aktivitas masyarakat. Sebelumnya aktivitas di luar ruangan bisa dilakukan secara bebas bertemu dan berkumpul, di era pandemi ini membuat hampir semua aktivitas dilakukan secara daring. Hal ini mendorong masyarakat agar dapat beradaptasi secara cepat di semua lini kegiatan. Dampaknya juga dirasakan pada dunia pendidikan, dan harus banyak berpikir secara kreatif untuk tetap memberikan pendidikan sebagaimana mestinya, namun yang menjadi pembeda hanya terletak pada perubahan media dan diadaptasikan. Terjadinya perubahan secara signifikan pada dunia pendidikan dari yang awalnya tatap muka menjadi *online* [4]. Dunia pendidikan perguruan tinggi di Indonesia maupun seluruh dunia, menuntut mahasiswa agar belajar secara *online* dari rumah dan melakukan kegiatan seperti seminar yang sering diadakan di luar ruangan. Agenda kegiatan seperti seminar, kegiatan rutin kampus yang biasanya diadakan oleh universitas tidak lagi dilakukan.

Aktivitas konvensional seperti jual beli, mengajar dan melayani juga mengalami perubahan sementara waktu. Pandemi Covid-19 mewajibkan setiap individu untuk melakukan jaga jarak atau *social distance* untuk mengurangi jumlah infeksi. Selama masa pandemi Covid-19 berlangsung, transaksi jual beli beralih ke belanja *online*. Sama halnya dengan transaksi jual beli, sistem pengajaran tidak dapat dilakukan dengan cara konvensional, namun beralih pada sistem pembelajaran secara *online*. Pandemi Covid-19 yang menerpa dunia telah melemahkan aktivitas biasa dan tatap muka, saat ini bekerja dan belajar hanya perlu dilakukan di rumah dengan menggunakan transportasi berbasis *online* menggunakan internet.

Era Industri 4.0 menjadikan semuanya serba digital, sehingga perlu adanya adaptasi dan pemahaman lebih lanjut. Tren penyebaran informasi dan pesan pembelajaran pada masa pandemi saat ini adalah menggunakan media berbasis internet atau daring melalui media *Web-Based Sinar* atau dikenal juga dengan sebutan webinar. Webinar merupakan suatu wadah teknologi yang memudahkan pengguna dalam berkegiatan secara daring atau dengan bantuan teknologi internet sehingga pengguna berkegiatan tanpa harus bertatap muka secara langsung. Kegiatan yang dapat dilakukan dalam webinar diantaranya yaitu: seminar, ceramah, diskusi, dll. Awalnya webinar hanya diselenggarakan oleh negara maju, namun sekarang webinar juga dapat diterapkan di negara berkembang seperti Indonesia. Sejak awal tahun 2020 atau pada saat pandemi virus Covid-19 melanda Indonesia bahkan dunia, webinar menjadi salah satu sarana komunikasi yang umum digunakan. Adanya pandemi memerlukan penegakan *social distancing*, membuat seminar yang umumnya dilakukan secara tatap muka langsung harus beralih menjadi webinar. Webinar digunakan sebagai sarana komunikasi untuk memberikan informasi dan pembelajaran.

Institut Teknologi Telkom Jakarta memanfaatkan terobosan teknologi ini dengan menggunakan webinar pada masa pandemi Covid-19 sebagai sarana komunikasi dan pemasaran. Program webinar ini merupakan salah satu cara untuk mempresentasikan dan memberikan informasi tentang kampus IT Telkom Jakarta kepada masyarakat luas. Salah satu acara webinar yang diselenggarakan dengan tema “Sebuah Wawasan Dunia Kerja” dalam bentuk *sharing session* dengan berbagai kalangan dengan tingkat pendidikan dan keahlian yang berbeda-beda. Dalam hal ini peneliti mengambil judul webinar “Ekspektasi dan Realita antara Dunia Kerja dan Mimpi” dengan menghadirkan 3 pembicara yaitu Triady Widodo (*Translation Engineer*). *Professional Services at Allot*), Akatel Al Alumni (IT Telkom Jakarta), Loraine G. (*Leading*

Intelligence and Performance Manager, di *E-Commerce Company*, dan Yanuar Adhinagara (*IoT Control Center Manager*, di Telkomsel). Pemilihan judul ini menarik karena ditujukan untuk pelajar SMA dan mahasiswa yang belum yakin dengan tujuan dan karir masa depan mereka. Dilihat dari judul dan *resource officer* webinar, peneliti berasumsi bahwa dengan mengidentifikasi judul yang menarik dan *resource officer* yang berpengetahuan luas di bidangnya, dapat menarik perhatian *audience*, generasi muda dan juga menarik calon mahasiswa baru sebagai strategi komunikasi pemasaran. Diimplementasikan untuk mendukung Tim Komunikasi Pemasaran IT Telkom Jakarta. Penelitian ini ingin mengetahui tentang keefektifan dari penggunaan webinar sebagai sarana komunikasi untuk penyebaran informasi dan pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Mengenai pengertian penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara keseluruhan, dan melalui uraian dengan kata-kata dan bahasa, dalam konteks pemandangan alam tertentu dan menggunakan metode ilmiah yang berbeda [11].

Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kekuatan dan pengaruh media baru dalam komunikasi pemasaran. Informasi tersebut dihimpun dengan cara mewawancarai salah satu tim bagian Admisi kampus IT Telkom Jakarta, khususnya Bpk. Bhima Danniswara, Kepala Urusan Marketing Admisi IT Telkom Jakarta sebagai informan yang dapat menjelaskan secara langsung terkait kegiatan komunikasi pemasaran melalui konferensi webinar di masa pandemi pada *event* di IT Telkom Jakarta hanya dihadirkan sebagai rekaman analisis webinar.

Tahapan penelitian merupakan runutan kegiatan yang dilakukan peneliti dalam mempermudah jalannya penelitian. Tahapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

2.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan pada tahap awal penelitian. Peneliti mengidentifikasi masalah dengan menjelaskan masalah apa yang ada pada proses pengenalan kampus kepada calon mahasiswa melalui informasi secara daring. Selanjutnya, mengetahui bagaimana masalah tersebut dapat diukur dan dikaitkan dengan proses penelitian. Langkah ini juga merupakan langkah awal dari proses pencarian. IT Telkom Jakarta untuk menghadapi permasalahan dunia pendidikan tinggi saat ini, yaitu bentuk pekerjaan yang seharusnya dipamerkan di kampus, belum sepenuhnya diterima oleh pasar tenaga kerja.

Untuk itu perlu dikembangkan kebijakan global yang sesuai dengan nilai-nilai, visi dan misi IT Telkom Jakarta.

Sebagai salah satu program yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan mengurangi “kesenjangan” antara pekerjaan dan penerimaan di pasar tenaga kerja, maka perlu dilakukan sosialisasi tentang realitas dunia kerja. Kegiatan ini kemudian dirancang sebagai salah satu program pengabdian masyarakat dengan mengundang alumni IT Telkom Jakarta dan profesional lainnya yang penelitiannya relevan dengan program akademik IT Telkom Jakarta yang ada.

2.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara tatap muka secara daring kepada pihak Admisi IT Telkom Jakarta. Hal ini dilakukan agar mendapatkan data yang akurat terkait dengan permasalahan yang sedang terjadi dan target audiens yang akan disasar.

Dari data yang didapatkan, banyak calon mahasiswa yang masih belum begitu paham akan minat jurusan yang mereka inginkan. Sebagian besar belum memiliki gambaran secara jelas kedepannya untuk dunia kerja dan apakah cita-cita mereka relevan dengan jurusan kuliah yang mereka inginkan.

2.3 Analisa

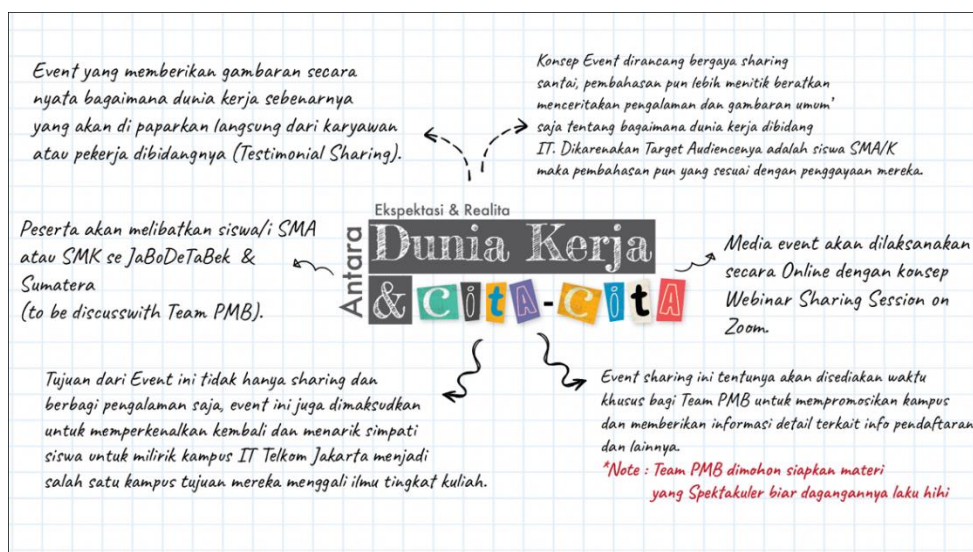
Analisis sistem yang dilakukan pada tahapan ini bertujuan untuk mengetahui pokok permasalahan utama dan cara untuk menangani permasalahan tersebut sehingga dapat menjadi salah satu rekomendasi strategi komunikasi pada masa pandemi saat ini.

Dari hasil wawancara didapatkan calon mahasiswa serta mahasiswa IT Telkom Jakarta masih banyak yang kurang paham akan gambaran dunia kerja. Seperti gambaran jurusan atau prodi yang mereka minati kira-kira akan bekerja dibidang apa saja, dan harus memperdalam mata kuliah apa, serta apa saja yang harus disiapkan.

2.4 Perancangan

Pada tahap ini menjelaskan bagaimana alur dan proses pembuatan *event* webinar “Ekspektasi Antara Dunia & Realita Dunia Kerja & Cita-Cita”. Konsep *event* dirancang bergaya berbagi informasi secara santai, dengan pembahasan yang lebih menitik beratkan untuk menceritakan pengalaman dan gambaran umum saja tentang bagaimana dunia kerja terkhusus dibidang IT. Media *event* akan dilaksanakan secara daring dengan konsep webinar “*Sharing Session on Zoom*”.

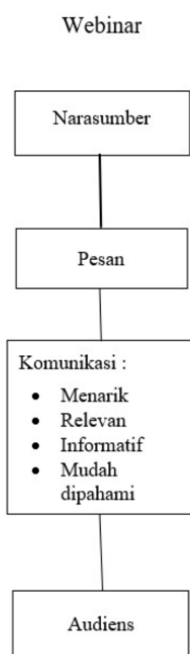
Berikut gambaran tahapan perancangan webinar yang diselenggarakan :



Gambar 2.Konsep Acara
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

2.5 Implementasi

Tahapan implementasi dilakukan dengan pengadaan acara ini dari *event* webinar “Ekspektasi Antara Dunia & Realita Dunia Kerja & Cita-Cita”. *Event* dilaksanakan secara daring melalui webinar, pada tanggal 25 Juni 2022 dimulai dari jam 08.30 WIB hingga jam 12.00 WIB dengan menghadirkan 3 pembicara yaitu Triady Widodo (*Translation Engineer*). *Professional Services at Allot*), Akatel Al Alumni (IT Telkom Jakarta), Loraine G. (*Leading Intelligence and Performance Manager*, di *E-Commerce Company*, dan Yanuar Adhinagara (*IoT Control Center Manager*, di *Telkomsel*).



Gambar 3.Rangkaian Acara
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Era pandemi saat ini membatasi hampir seluruh kegiatan yang diadakan secara langsung, hal ini cukup berdampak pada kegiatan lembaga pendidikan yang sering diadakan secara langsung seperti seminar.

Dalam berkegiatan, lembaga pendidikan dituntut untuk banyak melakukan terobosan baru dalam berkomunikasi dengan tetap mempertahankan eksistensinya meskipun pandemi Covid-19 sedang melanda. Pandemi telah memaksa masyarakat untuk mengubah kebiasaan operasionalnya dan mulai beradaptasi dengan kebiasaan baru.

Perkembangan dunia informasi dan transaksi elektronik (ITE) menawarkan keuntungan besar di masa pandemi ini dan menjadikan sebuah solusi baru, salah satunya penggunaan webinar. Webinar menjadi alternatif pilihan terbaik untuk menjangkau pasar dan *audience* yang lebih luas. Oleh karena itu, melalui kesepakatan dengan Bapak Bhima Danniswara selaku Kepala Urusan Admisi IT Telkom Jakarta sepakat untuk menyelenggarakan webinar tentang gambaran dunia kerja dan memperkenalkan kampus IT Telkom Jakarta melalui *event* webinar kepada calon mahasiswa dan mahasiswa IT Telkom Jakarta.



Gambar 4. Tampilan Poster Event
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Melalui *software* Zoom Meeting dan Youtube sebagai media yang digunakan saat *event* berlangsung dan untuk menjangkau calon mahasiswa guna mempermudah proses berbagi informasi serta pengenalan kampus. Hal ini dilakukan karena masih dalam masa pandemi, walaupun sudah memasuki era *new normal* Pemerintah Indonesia masih melarang masyarakat untuk berkumpul dalam jumlah banyak.

Sebuah ide atau terobosan inovatif ini memungkinkan dapat menjadi salah satu strategi komunikasi yang cukup fleksibel sehingga dapat menjangkau audiens pada saat tidak dapat bertemu secara langsung. Webinar ini juga digunakan untuk mengefisienkan kebutuhan SDM agar tidak terlalu banyak membentuk panitia pada saat pelaksanaan.

Event webinar IT Telkom Jakarta “Ekspektasi dan Realita, Antara Dunia Kerja & Cita-Cita” diikuti oleh peserta Zoom yang berstatus pelajar SMA dan calon mahasiswa baru serta mahasiswa aktif IT Telkom Jakarta maupun dari Universitas lainnya melalui Zoom Meeting sekitar 180 orang hadir dan juga disiarkan melalui akun Youtube IT Telkom Jakarta. Penayangan *event* webinar juga disiarkan melalui akun Youtube. Keuntungan lain dari penggunaan webinar melalui laman Youtube adalah kegiatan yang berupa video tersebut dapat diputar secara tidak terbatas waktu maupun tempat. Hal ini menunjukkan bahwa menggunakan webinar sebagai media baru dalam berinteraksi secara daring merupakan peluang besar dalam komunikasi pemasaran sebagai sarana untuk mempromosikan dan memasarkan barang dan jasa.



Gambar 5. Tampilan *Event* Webinar Berlangsung
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Melalui *event* webinar ini, pihak penyelenggara yaitu dari kampus IT Telkom Jakarta ingin berbagi informasi dan ilmu berupa arahan terkait apa saja yang harus dipersiapkan untuk dunia kerja nantinya. Sebelum melakukan pemaparan materi pun diawali dengan pemutaran video profil kampus IT Telkom Jakarta, dilanjutkan dengan kata sambutan dari pak Rektor IT Telkom Jakarta Bapak Dr Ir Agus Achmad Suhendra MT yang menyampaikan terkait ciri khas IT Telkom Jakarta. Setelah pemaparan dari pak Rektor kembali diberikan penayangan terkait info prodi yang ada di kampus IT Telkom Jakarta.

Nara sumber pada *event* webinar memberikan informasi dan berbagi pengalaman yang sangat menarik, sehingga audiens sangat antusias mengikuti rangkaian demi rangkaian dalam acara webinar tersebut. Berbagai pertanyaan pun mulai dilontarkan dan dipilih 6 pertanyaan menarik yang akan mendapatkan hadiah *doorprize* dari panitia penyelenggara webinar. Tidak hanya itu rangkaian acara permainan dan quiz pun turut hadir dalam *event* ini. Terakhir terdapat pemaparan dari tim Marketing PMB kampus IT Telkom Jakarta memberikan informasi menarik seputar cara bergabung di IT Telkom Jakarta, memberikan *voucher* promo test masuk IT Telkom Jakarta serta quiz yang berhadiah menarik.

Dari pernyataan kepala urusan Marketing PMB IT Telkom Jakarta mengungkapkan bahwa taktik spesifik pada media komunikasi melalui webinar ini cukup tepat sekaligus memperkenalkan kampus IT Telkom Jakarta, menaikkan ketertarikan *merk* serta *brand* kampus, mendidik publik menggunakan media penyampaian pesan yang unik & menarik. Dikarenakan sasaran pemasarannya lebih pada siswa sekolah menengah keatas, calon mahasiswa baru serta mahasiswa/i yang aktif dari kampus IT Telkom Jakarta maupun kampus lainnya, sehingga dibutuhkan ide yang kreatif agar penyampaian pesan dapat diterima dengan baik. Dalam pemanfaatan webinar ini dari tim PMB, kampus juga mempunyai taktik yaitu menggunakan pemilihan narasumber yang masih muda. Sehingga mereka bisa merasa lebih setara dan lebih muda dimengerti dari segi penyampaiannya. Kegiatan webinar ini pun juga dimanfaatkan sebagai media pemasaran dalam memperkenalkan kampus, jurusan dan tata cara menjadi mahasiswa di kampus IT Telkom Jakarta yang disajikan dalam bentuk video.

Pihak penyelenggara *event* memaparkan bahwa webinar sebagai media komunikasi berbasis internet sangat bermanfaat dalam melebarkan jangkauan pemasaran. Hanya bermodalkan kuota internet, media ini terbukti sangat efektif dalam menjangkau generasi muda di seluruh Indonesia yang selama ini sulit dijangkau. Peserta *event* juga dimudahkan dengan adanya media tersebut karena dapat mengikuti jalannya acara tanpa perlu datang langsung ke tempat *event* diselenggarakan. Webinar sebagai strategi komunikasi dirasa sangat menguntungkan karena mempermudah dalam pengurusan dan perancangan *event*. Webinar dapat memperkecil pengeluaran dana *event*. Pada tahap pengurusan *event* pun terbilang mudah untuk dikoordinasikan, seperti, penggunaan *media* promosi melalui internet, konsumsi yang tidak terlalu banyak, tidak memerlukan dana akomodasi & porto berlebih, serta lain-lainnya. Webinar sangat efektif dalam menghemat dana *event*, karena hanya memerlukan sarana laptop, jaringan internet, dan materi audio visual untuk menarik perhatian peserta. Selain itu, webinar lebih praktis karena mudah dikoordinasikan dari jarak jauh.

4. KESIMPULAN

Pandemi Covid-19 masih belum pulih total, dan saat ini di era *new normal* membuat seluruh aktivitas dan kebiasaan yang sering dilakukan harus beradaptasi dan berkombinasi dengan keadaan baru. Hal ini cukup berdampak di Indonesia, khususnya pada dunia pendidikan perguruan tinggi. Perguruan tinggi menuntun mahasiswanya untuk belajar dan melakukan kegiatan penunjang lain melalui *online* atau daring dari rumah. Pada masa revolusi industri 4.0 menjadikan perpaduan teknologi dan kreativitas adalah sesuatu yang harus dipahami dan diimplementasikan. Salah satunya pemanfaatan internet sebagai media komunikasi jarak jauh dengan menggunakan sebuah aplikasi atau website yang telah disediakan.

Tren penyebaran informasi dan pesan pembelajaran saat ini adalah dengan menggunakan media di internet melalui web seminar yang juga dikenal dengan webinar. Webinar digunakan sebagai salah satu metode dalam komunikasi pemasaran karena keefektifannya di masa pandemi. Webinar dimanfaatkan sebagai salah satu materi pemasaran bagi perguruan tinggi karena jangkauannya yang besar dan luas. Salah satu perguruan tinggi yang memanfaatkan teknologi tersebut sebagai terobosan selama pandemi adalah IT Telkom Jakarta.

Webinar sebagai media berbasis internet mempunyai beberapa manfaat bagi perguruan tinggi, yaitu sebagai media promosi dan pemasaran yang efektif dalam menjangkau khalayak di berbagai penjuru daerah bahkan dunia. Hanya dengan modal koneksi internet, maka khalayak dapat dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan. IT Telkom Jakarta menggunakan webinar sekaligus media untuk mempromosikan dan memasarkan jasa di bidang pendidikan. Ini merupakan strategi pemasaran yang inovatif dalam mempromosikan universitas. Webinar sebagai strategi komunikasi telah terbukti efektif dan dapat dengan mudah menjangkau khalayak dari berbagai penjuru Indonesia dan dunia. Dengan adanya media baru berbasis internet ini, memudahkan perusahaan dan universitas dalam komunikasi pemasaran. Tidak hanya selama masa pandemi Covid-19, namun kedepannya pemanfaatan webinar sebagai media pemasaran dan edukasi akan menjadi fitur budaya yang akan terus berkembang dari waktu ke waktu.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan membantu jalannya penelitian ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Verma and A. Singh, "Webinar - Education through digital collaboration," in *Journal of Emerging Technologies in Web Intelligence*, May 2010, vol. 2, no. 2, pp. 131–136. doi: 10.4304/jetwi.2.2.131-136.
- [2] V. A. Gogali, M. Tsabit, F. Syarif, and C. Sitasi, "Pemanfaatan Webinar Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-2019 (Studi Kasus Webinar BSI Digination 'How To Be A Youtuber And An Entrepreneur')," vol. 20, no. 2, 2020, doi: 10.31294/jc.v19i2.
- [3] N. Durahman and Z. M. Noer, "Aplikasi Seminar Online (Webinar) untuk Pembinaan Wirausaha Baru," *Jurnal Manajemen Informatika*, vol. 6, no. 2, 2019.
- [4] I. G. D. Gunawan, I. ketut Suda, and K. H. Primayana, "Webinar sebagai Sumber Belajar di Tengah Pandemi Covid-19," *Purwadita: Jurnal Agama dan Budaya*, vol. 4, no. 2, pp. 127–132, Nov. 2020.
- [5] V. A. Gogali, M. Tsabit, and F. Syarif, "Pemanfaatan Webinar sebagai Media Komunikasi Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Webinar BSI Digination 'How to be a Youtuber and an Entrepreneur')," *Cakrawala - Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, vol. 20, no. 2, Nov. 2020.
- [6] D. McQuail, *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- [7] D. Haryanto and N. Durahman, "Implementasi Webinar untuk Pembinaan Wirausaha Baru Kota Tasikmalaya," *Jurnal Teknik Informatika*, vol. 7, no. 2, pp. 41–50, 2019.
- [8] S. Hastjarjo, *New Media Teori dan Aplikasi*. Surakarta: Lindu Pustaka, 2011.
- [9] A. I. Mansyur, R. Purnamasari, and R. M. Kusuma, "Webinar sebagai Media Bimbingan Klasikal Sekolah untuk Pendidikan Seksual berbasis Online (Meta Analisis Pedagogi Online)," *Suloh - Jurnal Bimbingan Konseling Universitas Syiah Kuala*, vol. 4, no. 1, pp. 26–30, Jun. 2019.
- [10] R. Rain Barry, Y. F. C. P. Meilani, J. J. Huliselan, and J. S. Sembel, "Webinar Karier: Pilih Prodi yang Tepat untuk Tren Pekerjaan Zaman Now," vol. 6, no. 3, p. 2021, 2021, doi: 10.30653/002.202163.804.
- [11] L. J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (1st ed)*, 1st ed. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.