

## **Webinar Strategi Komunikasi Bisnis di Era New Normal**

Angga K. Alamsyah<sup>1</sup>, Siti Komsiah<sup>2</sup>, Susi Yunarti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Persada Indonesia Y.A.I Jakarta  
Jl. Pangeran Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat  
Email: angga.kusumah21@gmail.com<sup>1</sup>, siti.komsiah70@gmail.com<sup>2</sup>,  
susiyunarti@gmail.com<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Pandemi Covid-19 memberikan pembatasan untuk pembelajaran secara tatap muka. Teknologi komunikasi memberikan solusi bagi akademisi baik dosen, mahasiswa maupun peneliti untuk melakukan pembelajaran secara daring. Salah satu kegiatan yang dilakukan untuk pembelajaran daring adalah web seminar atau webinar dimana pembelajaran dilakukan secara daring melalui web atau aplikasi yang dapat dihadiri oleh peserta dimana saja. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan wawasan kepada akademisi dan praktisi mengenai strategi komunikasi bisnis di era new normal baik bisnis secara umum maupun bisnis dalam konteks perguruan tinggi.

**Kata Kunci : Webinar, strategi, komunikasi, bisnis**

### **ABSTRACT**

The Covid-19 pandemic places restrictions on face-to-face learning. Communication technology provides solutions to this academic problem for lecturers, students and researchers to conduct online learning. One of the activities carried out for online learning is web seminars or webinars. This type of learning is carried out online through the web or applications that can be attended by participants anywhere. The purpose of this community service is to provide insight to academician and practitioners regarding business communication strategies in the new normal era, either business in general or business in the context of higher education.

**Keyword : Webinar, strategy, communications, business**

### **1. PENDAHULUAN**

Kehadiran virus corona di dunia yang terjadi secara tiba-tiba pada akhir tahun 2019 sangat berdampak terhadap aktivitas bisnis. Berdasarkan

data Bank Indonesia (BI), pada kuartal I 2020, dunia usaha mengalami penurunan kinerja sebesar 5,56 persen. Meskipun demikian, pada kuartal II 2020, diprediksi angka tersebut naik menjadi 2,13 persen. Hal ini

disebabkan oleh naik turunnya kinerja sektor usaha di berbagai bidang.

Mengutip hasil survei BI, Senin (13/4/2020), sektor usaha yang akan bisa bertahan dan justru mengalami peningkatan di tengah pandemi adalah sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan. Secara subsektor, peningkatan terjadi pada tanaman perkebunan yang didorong oleh panen pada komoditas strategis perkebunan yaitu kelapa sawit, kakao dan cengkih. Kemudian, subsektor perikanan juga diproyeksi meningkat sejalan dengan menurunnya curah hujan yang mempengaruhi hasil tangkapan. Adapun sektor lainnya yang diproyeksi masih bertahan ialah sektor listrik, gas dan air bersih. Berdasarkan hal tersebut, maka bisnis harus dapat beradaptasi dan perubahan terutama terkait internal, pelanggan, dan suplier. Salah satu strategi yang berkaitan dengan ketiga hal tersebut adalah strategi komunikasi bisnis.

Komunikasi adalah elemen yang penting untuk membentuk kehidupan sosial yang lebih baik. Dalam sebuah bisnis, komunikasi menjadi salah satu faktor penting untuk keberhasilan pencapaian usaha. Dengan komunikasi yang baik, pelaku komunikasi bisnis, produsen bisa menjual produk yang dimiliki dengan lebih baik dan juga bisa menghindari terjadinya kesalahpahaman antara kedua belah pihak.

Secara sederhana Purwanto (2006) menyebutkan bahwa komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis, baik komunikasi verbal maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam dunia bisnis, seorang komunikator harus memiliki kemampuan

komunikasi yang baik, mampu menggunakan berbagai media komunikasi, dan mampu menyusun pesan yang efektif sehingga penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai.

Strategi komunikasi bisnis di era new normal saat ini sangat penting mengingat secara nasional banyak perusahaan yang mengalami kondisi krisis demi menghindari jatuhnya reputasi yang berkaitan langsung dengan mati-hidupnya perusahaan. Dalam hal ini, perlu strategi komunikasi bisnis yang handal yang tentunya harus melakukan komunikasi yang efektif.

Menurut Sutrisna Dewi (2007) fungsi dan tujuan komunikasi bisnis adalah (1) informatif, dimana pimpinan dan anggota organisasi membutuhkan informasi terutama yang berkaitan dengan upaya organisasi untuk mencapai tujuan; (2) pengendalian, dimana komunikasi dapat berupa peraturan, prosedur, perintah dan laporan untuk menjadi pengatur dan atau pengendali; (3) persuasif, dimana komunikasi berfungsi mengajak orang lain untuk menjalankan ide atau gagasan; (4) integratif, hal ini berkaitan dengan terbaginya organisasi dalam beberapa bagian namun tetap menjadi satu kesatuan yang utuh.

Untuk mendapatkan komunikasi yang efektif diperlukan pemahaman terhadap aspek-aspek perilaku kelompok dan manajemen manusia. Selain itu perlu komunikasi yang sistematis. Langkah awal untuk menerapkannya adalah dengan mengetahui secara seksama apa kebutuhan mereka untuk berkomunikasi dan tujuan-tujuan dibalik tindakan berkomunikasi

mereka. Oleh karenanya guna memenuhi hal ini perlu dilakukan penganalisisan situasi yang menjadi jantungnya masalah. Langkah berikutnya adalah mengidentifikasi kelompok atau masyarakat yang menjadi penerima pesan yang akan dikembangkan. Semakin akurat dan hati-hati dalam menentukan penerima ini maka semakin berbiaya rendah komunikasi bisnis yang akan dilakukan. Setiap publik memiliki kebutuhan yang unik /khas. Prioritas seharusnya diberikan dalam membuat jenjang penggolongan publik, khususnya bila sumber daya yang dimiliki terbatas. Kemudian setelah itu pesan harus dirumuskan. Pesan ini sebaiknya berkaitan dengan masalah dan tujuan yang berada dibaliknya. Pesan yang sederhana akan menjadi yang paling efektif.

## 2. PERMASALAHAN

Pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) dan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Aspikom) Korwil Jabodetabek untuk *sharing* mengenai bagaimana strategi komunikasi bisnis di era new normal, baik bisnis secara umum maupun bisnis perguruan tinggi. Tujuan dari program pengabdian masyarakat melalui *webinar* adalah menambah wawasan dan kompetensi baik dari akademisi, mahasiswa maupun masyarakat umum agar bersiap untuk membangun strategi di era new normal karena adanya migrasi dari analog ke digital, dan migrasi dari suatu bisnis ke bisnis yang lain. Diharapkan dalam pengabdian ini para peserta dapat mempunyai wawasan, menyiapkan

diri, dan mempunyai strategi untuk menghadapi masa new normal terutama terkait dengan komunikasi bisnis.

## 3. METODOLOGI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk webinar secara daring. Pemberian materi dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan diskusi. Para pemateri memberikan ceramah mengenai strategi komunikasi bisnis di era new normal baik secara konsep maupun praktis, peran komunikasi dalam inovasi dan kearifan lokal dan strategi komunikasi bisnis untuk perguruan tinggi di era new normal. Setelah pemaparan materi, pembahasan dilanjutkan dengan metode diskusi dan tanya jawab. Para peserta webinar memberikan pertanyaan melalui kolom chat, lalu dibacakan oleh moderator dan dijawab oleh narasumber. Metode ini digunakan dengan pertimbangan bahwa perpaduan materi ceramah melalui presentasi dan penayangan slide yang menarik serta diskusi antara peserta dan narasumber akan efektif memberikan materi webinar tersebut.

Webinar ini dilaksanakan pada hari kamis tanggal 25 Juli 2020, pukul 10:00 - 12:00 WIB menggunakan aplikasi *Zoom Cloud Meeting* dimana peserta terlebih dahulu mendaftar melalui [bit.ly/WebinarFikomUPIYAI](https://bit.ly/WebinarFikomUPIYAI). Berdasarkan data *googleform*, peserta yang mendaftar sebanyak 345 orang terdiri dari dosen, mahasiswa, anggota asosiasi, praktisi yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Namun pada saat

pelaksanaan webinar, tidak semua pendaftar hadir dalam acara yakni sebanyak 193 orang. ‘

Materi pelatihan dijabarkan dalam beberapa topik pembahasan sebagai berikut: (1) konsep strategi bisnis; (2) strategi komunikasi bisnis di era new normal dalam perspektif praktisi; (3) peran komunikasi dalam inovasi dan kearifan lokal; (4) strategi komunikasi bisnis spesifik untuk perguruan tinggi. Pembagian materi ini dibuat dengan tujuan agar peserta mendapatkan wawasan strategi komunikasi bisnis baik secara konsep maupun praktis.

Prosedur pelaksanaan webinar dibagi menjadi tiga tahapan, yakni

#### 1. Tahap Persiapan

Kegiatan webinar ini dimulai dari tahap persiapan yang mencakup pembuatan dan pengajuan rencana kegiatan. Didalamnya termasuk pembuatan ToR, proposal, analisa kebutuhan materi, serta mencari narasumber yang berpengalaman di bidang komunikasi bisnis. Pada tahap ini pun dilakukan promosi kegiatan terutama menggunakan e-flyer yang disebarakan melalui media sosial, baik instagram, facebook maupun pesan berantai melalui Whatsapp.



Gambar 1. e-Flyer Webinar

#### 2. Tahap Pelaksanaan

Webinar dilaksanakan pada hari kamis 25 Juli 2020 pukul 10:00 – 12:00

#### 3. Tahap Penutupan

Tahap terakhir dari webinar ini adalah penyerahan sertifikat dan materi presentasi secara daring kepada peserta sekaligus penerimaan umpan balik dari peserta kegiatan sebagai bentuk evaluasi kegiatan webinar.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan webinar ini membahas mengenai bagaimana strategi komunikasi bisnis di era new normal. Dengan kegiatan ini diharapkan para peserta mendapatkan wawasan mengenai perubahan-perubahan apa yang terjadi selama transisi masa pandemi ke new normal. Dengan demikian, peserta diharapkan dapat mempunyai strategi untuk mempersiapkan diri dan beradaptasi dengan keadaan new normal.

Pelaksanaan webinar dibagi menjadi dua sesi yaitu:

Sesi	Pemateri	Materi
------	----------	--------

I	Prof. Ibnu Hamad, M.Si	Konsep Komunikasi Bisnis
	Deddy Irwandy S.Sos., M.Si	Strategi Komunikasi Bisnis Perguruan Tinggi di Era New Normal
	Ade Kadarisman, S.Sos., MT., M.Sc	Komunikasi dalam Inovasi dan Kearifan
	Benny S. Butarbutar, M.Si IAPR	Strategi Komunikasi Bisnis di Era New Normal
II	Diskusi dan Tanya Jawab	

Narasumber dalam kegiatan webinar ini adalah:

1. Prof. Ibnu Hamad, M.Si

Narasumber pertama merupakan Guru Besar Universitas Indonesia dan juga merupakan dekan dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI. Dalam materinya, Prof. Ibnu menyampaikan mengenai konsep komunikasi bisnis yang secara umum dibagi ke dalam tiga konsep besar, yakni komunikasi bisnis sebagai komunikasi organisasi, komunikasi bisnis sebagai komunikasi pemasaran, dan komunikasi bisnis dalam era 4.0 yang serba digital.

2. Deddy Irwandy, S.Sos., M.Si

Narasumber berikutnya adalah Dosen di London School of PR dan merupakan Ketua Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi Korwil Jabodetabek. Materi yang disampaikan adalah tentang strategi komunikasi bisnis perguruan tinggi di era new normal, yakni bagaimana

perguruan tinggi juga harus beradaptasi dengan pola yang baru di era new normal. Baik pola pengelolaan dana maupun pola pembelajaran yang memberikan opsi adanya kelas *hybrid* yakni kombinasi antara kelas daring maupun luring.

3. Ade Kadarisman S.Sos., MT, M.Sc

Narasumber merupakan dosen di fakultas ilmu komunikasi Universitas Padjadjaran. Materi yang disampaikan adalah peran komunikasi (dalam inovasi dan kearifan lokal), dimana dinamika perkembangan komunikasi sudah di segala bidang, baik itu bisnis, CSR, media, teknologi informasi, entrepreneurship maupun sociopreneurship. Dalam materi tersebut bagaimana komunikasi berperan menjembatani antara generasi digital immigrant dan digital natives.

4. Benny S. Butarbutar, M.Si IAPR

Narasumber merupakan praktisi komunikasi bisnis dan PR, dimana ia pernah menjadi PR di Garuda Indonesia, Citilink Indonesia dan saat ini menjabat sebagai konsultan komunikasi dan media di Bulog. Materi yang disampaikan adalah bagaimana merubah krisis menjadi peluang, dengan kata lain bagaimana kita melihat peluang bisnis baru di era new normal. Narasumber mengingatkan untuk memahami empat perubahan masyarakat di era new normal, yakni perubahan masyarakat dari analog ke digital, perubahan kebutuhan dasar, perubahan “stay at home lifestyle” dan pandemi menghasilkan masyarakat yang empati.

Setelah pemaparan materi, peserta dipersilakan untuk diskusi dan tanya jawab dengan pemateri dengan cara

menulis pertanyaan di kolom chat pada zoom. Pada sesi ini para peserta sangat antusias untuk memberikan pertanyaan sehingga tidak semua pertanyaan terjawab dikarenakan waktu diskusi sudah habis.

Pada saat pelaksanaan webinar telah berakhir, peserta dan pemateri dapat memberikan *feedback* yang bisa berupa pesan, kesan, masukan dan kritik mengenai acara *webinar* melalui *contact person* yang sudah diinformasikan kepada peserta. Hal-hal tersebut tentunya akan memberikan evaluasi untuk pelaksanaan yang lebih baik pada webinar selanjutnya. Beberapa *feedback* tersebut diantaranya, “terima kasih atas materinya, sungguh bermanfaat terutama di masa pandemi.” Atau *feedback* lainnya yang berupa saran diantaranya, “Semoga ke depan ada materi lanjutan untuk strategi komunikasi bisnis”

Pelaksanaan webinar merupakan kegiatan yang tidak dipungut biaya. Namun untuk mendapat sertifikat peserta diwajibkan untuk membayar uang administrasi sebesar Rp 25.000. sebagaimana dijelaskan pada bagian sebelumnya, kegiatan webinar ini diikuti oleh 193 peserta, berikut adalah hasil dokumentasi kegiatan.



Gambar 2. Dokumentasi Webinar

Biaya administrasi yang diberikan kepada peserta adalah mencakup biaya *e-certificate* dan materi presentasi yang dikirimkan melalui e-mail yang dicantumkan oleh peserta ketika melakukan pendaftaran.



Gambar 3. *e-Certificate* untuk narasumber dan peserta

## 5. KESIMPULAN

Webinar dengan tema Strategi Komunikasi bisnis di era new normal dapat terlaksana sesuai dengan perencanaan. Hasil dari kegiatan

webinar ini adalah memberikan pemahaman kepada peserta mengenai bagaimana strategi komunikasi bisnis yang dilakukan di era new normal, apa saja adaptasi yang perlu dilakukan ketika menghadapi era new normal. Peserta dapat bertanya secara langsung mengenai skill komunikasi bisnis apa yang perlu dipersiapkan dalam era new normal, bagaimana cara cepat beradaptasi dengan era new normal kepada para narasumber yang merupakan akademisi dan praktisi yang kompeten dalam ilmu komunikasi bisnis.

Peserta yang mendaftar pada kegiatan webinar ini adalah sebanyak 345 orang. Namun pada saat pelaksanaan, peserta yang hadir dalam *zoom cloud meeting* adalah sebanyak 193 orang. Kegiatan webinar dapat dikatakan efektif dan berhasil dalam memberikan pemahaman kepada peserta tentang strategi komunikasi bisnis di era new normal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Butarbutar, B. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis di Era New Normal. Makalah dipresentasikan dalam Webinar 25 Juli 2020.
- Dewi, S. (2007). Komunikasi Bisnis. Yogyakarta: Andi
- Hamad, Ibnu. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis. Makalah dipresentasikan dalam Webinar 25 Juli 2020.
- Irwandy, D. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Perguruan Tinggi. Makalah dipresentasikan dalam Webinar 25 Juli 2020.
- Kadarisman, A. (2020). Komunikasi dalam inovasi dan kearifan. Makalah dipresentasikan dalam Webinar 25 Juli 2020.
- Purwanto, D. (2006). Komunikasi Bisnis (Edisi Ketiga). Jakarta : Erlangga