

Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Multimedia Dalam Berbisnis

Ismail^{1*}, Muliana²

^{1*}Akademi Keuangan Perbankan Nusantara, Aceh, Indonesia

²IAIN Lhokseumawe, Aceh, Indonesia

Email: ^{1*}ismailssosimag@gmail.com, ²mulianal817@gmail.com

(* : ismailssosimag@gmail.com)

Abstrak

Mahasiswa perlu perkembangan dalam pemahaman multimedia memberikan dan meningkatkan daya saing baik di pasar maupun tenaga kerja, terutama di bidang-bidang seperti pemasaran, komunikasi bisnis, dan kewirausahaan digital. Efek pembelajaran jika mahasiswa memahami multimedia, maka Akademi keuangan dan perbankan Nusantara akan mengadaptasi kurikulum untuk membuatnya lebih relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Multimedia mempromosikan kreativitas yang penting untuk pengembangan ide-ide bisnis dan strategi pemasaran yang inovatif. Dunia bisnis terus berubah menjadi digital, multimedia lebih cocok untuk mengelola perusahaan yang terpapar transformasi digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat pemahaman mahasiswa mengenai multimedia dalam bisnis. Fokus utama penelitian ini adalah Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dinamika bisnis global, menjadikan multimedia dalam bisnis sebagai salah satu pilar perekonomian terpenting. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi pada objek penelitian tanpa membuat perbandingan atau hubungan antar variabel dengan menggunakan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan datanya. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan pihak terkait lainnya, seperti dosen yang mengampu mengenai bidang TIK untuk mengeksplorasi berbagai perspektif terkait penggunaan berbagai jenis media untuk mendukung kegiatan bisnis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki pengetahuan dasar yang baik tentang konsep multimedia dalam bisnis seperti *e-commerce* dan pemasaran digital. Namun kendala utama dalam menerapkan ilmu ini adalah terbatasnya fasilitas kampus dan kurangnya pengalaman praktis. Penting untuk mengintegrasikan kurikulum terkait perusahaan digital dan memberikan pelatihan khusus untuk meningkatkan kesiapan mahasiswa menghadapi tantangan era digitalisasi. Penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan kebijakan pendidikan yang dapat lebih efektif mempersiapkan mahasiswa memasuki pasar tenaga kerja digital.

Kata Kunci: Multimedia; Berbisnis; Pemahaman Mahasiswa

1. PENDAHULUAN

Urgensi dalam penelitian ini terkait Akses Infrastruktur realitas yang terjadi di beberapa wilayah Aceh Timur masih suasana pesisir pantai dan dikelilingi dengan pergunungan hutan beserta semak belukar yang menjadi hambatan teknologi Internet belum didistribusikan secara merata.[1] Koneksi internet yang lambat atau tidak stabil dapat membatasi akses mahasiswa ke media digital dan informasi global. Mahasiswa yang dimaksud siswa dan siswi yang dulunya masih kurang pemahaman mengenai teknologi karena semasa di sekolah kurikulum yang kurang *update* pelajaran teknologi atau TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) di beberapa sekolah masih belum mencakup keterampilan digital yang dibutuhkan saat ini, seperti *coding*, desain grafis, atau literasi digital. Keberlanjutan pendidikan khususnya mahasiswa Akademi keuangan dan perbankan Nusantara merupakan salah satu akademi yang memiliki peran penting dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan di era modern. Pemahaman mahasiswa terhadap multimedia dalam bisnis yang sudah serba digital mencakup berbagai aspek, seperti *e-commerce*, *digital marketing*, *financial technology (fintech)*, serta pemanfaatan media sosial dalam strategi bisnis. Tingkat pemahaman ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kurikulum yang diterapkan, akses terhadap teknologi, serta pengalaman praktik yang diperoleh selama perkuliahan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemahaman mahasiswa Akademi keuangan dan perbankan nusantara terhadap multimedia dalam bisnis di era modern, dengan memahami sejauh mana mahasiswa menguasai konsep-konsep multimedia dalam bisnis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kesiapan mahasiswa dalam menghadapi persaingan global dan dapat menjadi bahan evaluasi bagi akademi maupun institusi pendidikan dalam meningkatkan kualitas pembelajaran yang berbasis teknologi dan kewirausahaan digital. Penelitian ini berfokus bagaimana mahasiswa memahami multimedia dalam bisnis yang sudah lengkap dan canggih di era sekarang pentingnya strategi perkembangan dalam bidang informasi dan komunikasi serta kolaborasi agar mengubah cara bisnis beroperasi, memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan efisien, fleksibel, dan bisa dilakukan dari mana saja antara pelanggan dan produsen. Terjadinya perubahan pada perusahaan BUMN dan swasta maupun sektor perkantoran negara beralih dari menggunakan alat kerja manual dan analog ke model virtual untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional, dan bisnis digital kini menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian global[2]. Sebagai generasi muda dan calon profesional, diharapkan mahasiswa memahami konsep bisnis digital, termasuk peluang dan hambatan untuk menerapkannya[3].

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Konsep Multimedia Dalam Bisnis

Sejarah multimedia dimulai pada tahun 1960-an, ketika para peneliti mulai mengeksplorasi kemungkinan mengintegrasikan berbagai elemen media ke dalam satu platform [4]. Sejak saat itu, multimedia telah berkembang secara signifikan, didorong oleh kemajuan teknologi dan meningkatnya permintaan akan konten yang lebih menarik dan interaktif[5].

Multimedia adalah kombinasi berbagai bentuk media, seperti teks, gambar, audio, video, animasi, dan interaktivitas, yang digunakan untuk menyampaikan informasi secara efektif. Menurut Vaughan [6] multimedia memiliki peran penting dalam bisnis modern karena dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi dengan pelanggan. Multimedia juga dapat didefinisikan sebagai integrasi beberapa elemen media[7]. seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi, ke dalam satu platform digital . [8] Itu telah menjadi bagian integral dari kehidupan kita, karena kita berinteraksi dengan konten multimedia setiap hari melalui berbagai perangkat, termasuk smartphone, komputer, dan televisi. [9]

Mengeksplorasi berbagai jenis multimedia, proses produksi multimedia, metode penyampaian multimedia, dan penerapan multimedia di berbagai industri[10]. Tren yang muncul dan prospek masa depan multimedia. Perkembangan dunia digital berkembang cukup pesat, dan multimedia banyak digunakan untuk berbagai kepentingan salah satunya adalah untuk kepentingan bisnis secara sederhana, multi memiliki arti lebih dari satu atau banyak, sedangkan media memiliki arti sebagai sarana/wadah atau berkaitan dengan sebuah cara. [11]

2.2 Pengertian Bisnis

Dalam konteks bisnis, multimedia digunakan dalam berbagai aspek, termasuk:

1. Pemasaran Digital
Penggunaan konten multimedia dalam iklan digital, media sosial, dan kampanye branding.
2. E-commerce
Penggunaan gambar berkualitas tinggi, video produk, dan desain interaktif untuk meningkatkan pengalaman pengguna.
3. Presentasi Bisnis
Multimedia membantu menyampaikan ide bisnis dengan lebih jelas dan menarik melalui info grafis, animasi, dan video presentasi.
4. Pelatihan dan Edukasi
Penggunaan multimedia dalam e-learning dan pelatihan karyawan untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran.
5. Aplikasi bisnis
Aplikasi multimedia yang dirancang untuk tujuan bisnis, seperti perangkat lunak konferensi video, tanda digital, dan presentasi multimedia. Aplikasi ini menggunakan elemen multimedia untuk mengkomunikasikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mudah diingat[12].

2.3 Konsep Pemahaman

Pemahaman merupakan proses kognitif yang mencerminkan kemampuan seseorang dalam menginterpretasikan, menjelaskan, dan menerapkan suatu konsep atau informasi. Menurut Bloom (1956) dalam Taksonomi Bloom, pemahaman berada pada tingkat kedua dalam hierarki kognitif setelah pengetahuan dan sebelum aplikasi. Pemahaman dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Pemahaman Konseptual
Kemampuan memahami teori, definisi, dan prinsip dasar suatu bidang ilmu.
2. Pemahaman Aplikatif
Kemampuan menggunakan konsep yang telah dipahami dalam situasi nyata atau studi kasus.
3. Pemahaman Analitis
Kemampuan mengevaluasi, membandingkan, dan mengkritisi suatu konsep berdasarkan data atau pengalaman.

Dalam konteks mahasiswa, tingkat pemahaman dapat diukur melalui keterampilan mereka dalam memahami materi perkuliahan, menerapkan teori dalam praktik, serta menganalisis fenomena yang relevan dengan bidang studi mereka.

2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pemahaman Mahasiswa

Beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman mahasiswa meliputi: [13]

1. Latar Belakang Pendidikan
Kualitas kurikulum, metode pengajaran, dan sumber belajar yang digunakan di perguruan tinggi.
2. Metode Pembelajaran

Interaksi dalam kelas, penggunaan teknologi dalam pembelajaran, serta pendekatan aktif seperti diskusi dan proyek berbasis masalah.

3. Minat dan Motivasi

Tingkat ketertarikan mahasiswa terhadap mata kuliah yang dipelajari serta dorongan intrinsik dan ekstrinsik untuk memahami materi lebih dalam.

4. Akses terhadap Sumber Belajar

Ketersediaan buku, jurnal, kursus daring, serta teknologi pendukung seperti video pembelajaran dan simulasi interaktif.

5. Lingkungan Akademik dan Sosial

Dukungan dari dosen, teman sebaya, dan lingkungan yang kondusif untuk pembelajaran.

6. Pengalaman Praktis

Kesempatan untuk menerapkan teori melalui magang, penelitian, proyek, atau pengalaman kerja.

2.3.2 Strategi untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa

Berdasarkan teori-teori di atas, beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan tingkat pemahaman mahasiswa meliputi[14]:

1. Pembelajaran Berbasis Proyek (*Project-Based Learning*)

Mahasiswa diberikan tantangan nyata untuk diselesaikan dengan menerapkan konsep yang telah dipelajari.

2. Penggunaan Multimedia dalam Pembelajaran

Video, animasi, dan simulasi interaktif dapat membantu mahasiswa memahami konsep yang kompleks.

3. Metode Diskusi dan Kolaborasi

Forum diskusi, kelompok studi, dan brainstorming dapat meningkatkan pemahaman melalui pertukaran ide.

4. Integrasi Teknologi dalam Pembelajaran

Platform e-learning, webinar, dan aplikasi pendidikan dapat memperkaya sumber belajar mahasiswa.

5. Evaluasi Berbasis Studi Kasus

Mahasiswa diuji dengan studi kasus nyata agar mereka dapat menerapkan teori dalam situasi konkret.

2.3.3 Indikator Pengukuran Tingkat Pemahaman Mahasiswa

Untuk menganalisis tingkat pemahaman mahasiswa, beberapa indikator yang dapat digunakan adalah:

1. Kemampuan menjelaskan konsep dengan kata-kata sendiri

2. Kemampuan menerapkan teori dalam menyelesaikan masalah

3. Kemampuan membuat analisis kritis terhadap suatu topik

4. Kemampuan menghubungkan konsep dengan situasi nyata

5. Kemampuan mempertahankan argumen berdasarkan pemahaman yang dimiliki

Kajian teori ini menjadi landasan dalam menganalisis bagaimana mahasiswa memahami suatu konsep, faktor yang mempengaruhi pemahaman mereka, serta strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman mereka dalam konteks akademik dan profesional.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan suatu fenomena yang terjadi pada objek penelitian tanpa membuat perbandingan atau hubungan antar variabel. Penelitian ini fokus pada penggambaran secara rinci dan mendalam mengenai Analisis tingkat pemahaman mahasiswa terhadap multimedia dalam berbisnis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi pada individu atau kelompok secara lebih mendalam, serta untuk menggali makna dari berbagai fenomena tersebut dalam konteks sosial dan administrasi pelayanan. Pendekatan ini lebih menekankan pada proses, interaksi, dan persepsi individu dalam suatu situasi tertentu.

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Akademi keuangan dan perbankan nusantara Aceh Timur, yang berlokasi di Kecamatan Peureulak barat, Aceh Timur. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat dilaksanakannya proses mahasiswa mengikuti perkuliahan pendidikan keberlanjutan.

3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan yang relevan. Informan dalam penelitian ini adalah: mahasiswa dan pihak terkait lainnya, seperti dosen yang mengampuh mengenai bidang TIK.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, yaitu berupa, Dokumen-dokumen resmi dari Akademi keuangan dan perbankan nusantara Aceh Timur.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Wawancara
Teknik wawancara dilakukan secara langsung dengan mahasiswa serta dosen untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai proses pencapaian pemahaman mengenai multimedia dalam bisnis. Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur, yang memberikan fleksibilitas untuk menggali informasi lebih lanjut.
2. Observasi
Teknik observasi digunakan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan Akademi keuangan dan perbankan nusantara Aceh Timur. Peneliti akan mencatat prosedur yang dilakukan, serta mencatat interaksi antara mahasiswa dan dosen.
3. Studi Dokumentasi
Peneliti mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan pengenalan multimedia dalam bisnis seperti proses kegiatan langsung praktek cara mengaplikasikan multimedia dikomputer. Dokumen-dokumen ini digunakan untuk mendalami prosedur praktek mengajar langsung di lingkungan kampus.

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan studi dokumentasi akan dianalisis menggunakan analisis kualitatif. Langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah:

1. Reduksi Data
Tahap pertama adalah mereduksi data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang tidak relevan akan disaring agar hanya informasi yang terkait dengan mekanisme pendaftaran haji yang dipertahankan.
2. Kategorisasi Data
Data yang telah diringkas kemudian dikategorikan berdasarkan tema-tema yang muncul dari hasil wawancara dan observasi, seperti prosedur pendaftaran, tantangan yang dihadapi, dan efektivitas pelayanan.
3. Penyajian Data
Data yang telah dikategorikan akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan secara jelas dan sistematis tentang bagaimana menganalisis tingkat pemahaman mahasiswa akademi keuangan dan perbankan nusantara terhadap multimedia dalam berbisnis di era modern, dengan memahami sejauh mana mahasiswa menguasai konsep-konsep multimedia dalam bisnis.
4. Kesimpulan
Berdasarkan hasil analisis data, peneliti akan menarik kesimpulan mengenai analisis pemahaman mahasiswa, termasuk konsep-konsep pengaplikasian multimedia dalam bisnis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar mahasiswa memahami bahwa pemahaman multimedia dalam berbisnis adalah kegiatan ekonomi yang menggunakan teknologi dan internet untuk memasarkan, mendistribusikan, dan menjual barang dan jasa. Kami juga memahami bahwa bisnis digital berkembang sangat pesat berkat teknologi seperti Blockchain, platform pemasaran

Minat siswa terhadap bisnis digital didorong oleh beragam peluang, pekerjaan yang fleksibel. Tren yang paling sering disebutkan oleh para informan antara lain e-commerce, fintech, dan social commerce.) dan penggunaan blockchain untuk keamanan transaksi. Namun, banyak siswa yang kurang memiliki pemahaman teknis yang mendalam dan hanya memahami konsep-konsep tersebut secara umum.

4.1 Hasil

Wawancara mendalam terhadap 17 informan, termasuk mahasiswa dari berbagai program studi, mengungkapkan bahwa kendala utama dalam memahami bisnis digital adalah kurangnya pengalaman praktis, terbatasnya fasilitas kampus, dan teknologi yang serba cepat. Informan mengatakan, umumnya mereka memperoleh informasi melalui media sosial, buku, seminar, dan pembelajaran di kelas. Namun, kami merekomendasikan pelatihan praktis, alat teknis yang lebih canggih, dan kursus yang dapat diterapkan untuk pemahaman komprehensif tentang bisnis digital.

Analisis data wawancara dilakukan dengan pendekatan tematik, yaitu data hasil transkrip wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul. Topik-topik tersebut meliputi pemahaman umum tentang bisnis digital, tren menarik, hambatan pembelajaran, dan rekomendasi pengembangan pendidikan

multimedia dalam bisnis. “Hasil ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kebutuhan dan tantangan mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan multimedia dalam bisnis.

4.2 Pembahasan

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa mahasiswa memiliki minat yang besar terhadap multimedia dalam bisnis, namun masih ada kebutuhan untuk meningkatkan daya saing di dunia maya. Banyak mahasiswa yang memiliki pengetahuan dasar yang baik tentang konsep-konsep seperti e-commerce dan pemasaran digital, namun mengalami kesulitan dalam menerapkan konsep-konsep tersebut secara teknis.

Akademi Keuangan Nusantara Aceh Timur dinilai memiliki fasilitas pendukung yang memadai, namun masih perlu perbaikan. Peluang yang ditawarkan meliputi pelatihan langsung, akses ke perangkat lunak terbaru, dan penyediaan laboratorium komputer khusus untuk simulasi multimedia dalam bisnis, selain itu mahasiswa menekankan pentingnya memasukkan mata kuliah yang berkaitan dengan multimedia dalam bisnis ke dalam kurikulum dan meminta pakar industri memberikan wawasan praktis.

Penelitian ini didasarkan pada data wawancara mendalam yang menunjukkan persepsi dan kebutuhan mahasiswa dalam menghadapi tantangan multimedia dalam bisnis. Temuan tersebut memberikan gambaran nyata mengenai kendala yang dihadapi mahasiswa saat mengintegrasikan teori dan praktik teknis, khususnya di bidang multimedia dalam bisnis.

Dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang terutama berfokus pada dampak teknologi terhadap perkembangan bisnis digital secara umum, penelitian ini berfokus pada perspektif dan kebutuhan mahasiswa dalam konteks pendidikan tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini melengkapi literatur sebelumnya dengan memberikan perspektif baru tentang pentingnya kolaborasi kampus-industri dalam menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Secara keseluruhan, wawancara ini menyoroti pentingnya mengajarkan keterampilan teknis terkait tren multimedia dalam bisnis seperti fintech, AI, dan blockchain untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan era digital.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman mahasiswa Akademi Keuangan dan perbankan Nusantara Aceh Timur terhadap multimedia dalam bisnis dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pendidikan di bidang tersebut. Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah terbatasnya fasilitas dalam kampus dan kurangnya pengalaman praktik bagi mahasiswa. Meskipun mahasiswa memiliki pemahaman dasar yang baik tentang konsep multimedia dalam bisnis seperti *e-commerce* dan pemasaran digital, namun mahasiswa merasa kesulitan untuk menerapkan konsep tersebut secara teknis. Maka pentingnya mengintegrasikan kurikulum yang lebih aplikatif, pelatihan praktis, dan dukungan teknologi untuk membantu mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan modern. Kajian ini membantu untuk mendapatkan wawasan baru mengenai kebutuhan mahasiswa ketika memahami dan menerapkan multimedia dalam bisnis. Perspektif mahasiswa yang menjadi pokok bahasan utama penelitian ini bersifat unik dan mengisi kesenjangan dalam literatur sebelumnya yang seringkali berfokus pada dampak teknologi secara umum. Kajian ini juga perlunya pendekatan pendidikan yang tidak hanya menekankan pada teori namun juga pengalaman praktis terkait dunia kerja. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pemahaman siswa secara lebih mendalam dan komprehensif. Selain itu, diperlukan lebih banyak responden untuk meningkatkan kemampuan generalisasi hasil, selain itu, penelitian di masa depan dapat secara khusus menyelidiki dampak ketersediaan fasilitas teknologi di kampus terhadap kemampuan mahasiswa untuk memahami dan menerapkan multimedia dalam bisnis. Penelitian komparatif di kalangan mahasiswa dari berbagai universitas dapat memberikan wawasan lebih jauh mengenai perbedaan kebutuhan dan kendala yang dihadapi. Penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi efektivitas program pelatihan dan dukungan teknologi untuk membantu mahasiswa meningkatkan keterampilan multimedia dalam bisnisnya

REFERENCES

- [1] Badan Pusat Statistik Aceh Timur. (2023). *Profil Teknologi Informasi dan Komunikasi Masyarakat*. Perekulak barat: BPS.
- [2] Ardiansyah, L. Y., . D., & Febriana, W. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perkembangan Usaha: Studi Kasus Pada UMKM Di Praya Kabupaten Lombok Tengah*. *Income:DigitalBusinessJournal*,1(1),5966.<https://doi.org/10.30812/income.v1i1.2659>.
- [3] Devananta, A. (2021). Implikasi Cybercrime Pada Bisnis Digital di Indonesia. *Jurnal Litbang Polri*, 24(3), 139-146.
- [4] Urban, T., & Carjell, L. (2016). *The evolution of multimedia: A historical perspective*. New York: TechMedia Press.
- [5] Rukmana, A., & Sukanta. (2020). *Perkembangan multimedia di era digital*. Jakarta: Pustaka Informatika.
- [6] Vaughan, T. (2011). *Multimedia: Making it work* (8th ed.). New York: McGraw-Hill.
- [7] Harto, B., Rukmana, A. Y., & Sukanta. (2021). *Transformasi bisnis di era digital: Teknologi informasi dalam mendukung transformasi bisnis di era digital*. ResearchGate.
- [8] Harto, B., Rukmana, A. Y., & Gunawan, P. W. (2021). *Manajemen pemasaran digital*. Universitas Ma Chung
- [9] Feldman, T. (1994). *An introduction to digital media*. London: Routledge.

- [10] Harto, B., Rukmana, A. Y., & Gunawan, P. W. (2022). *Dunia multimedia: Pengenalan dan penerapannya*. Penerbit Eureka Media Aksara.
- [11] Arief Yanto Rukmana,dkk.,*Dunia Multimedia (Pengenalan dan Penerapannya)*, Penerbit:PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023
- [12] M. Suyanto, Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran,Yogyakarta: Andi Offset, 2004
- [13] Hisyam, Ciek Julyati, Annisa Intan Maharani, Istiharoh Istiharoh, dan Pramasheila Arinda Putri. 2024. "Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital." *Journal of Creative Student Research* 2(3):116–34.
- [14] Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother?. *Business horizons*, 57(6), 703-708.