

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan teknologi di era digital saat ini, salah satunya webinar yang dimanfaatkan sebagai media promosi yang efektif dan mudah. Dengan Seminarkita.id ini PT. Prosyd Bina Solusindo memanfaatkan kegiatan webinar ini tidak hanya memberikan ilmu pengetahuan terhadap peserta, tetapi sebagai strategi untuk meningkatkan *Brand awarenss* perusahaan. selama pelaksanaan kegiatan webinar Seminarkita.id, perusahaan mencatat adanya peningkatan penjualan serta hubungan interaksi terhadap konsumen, yang mengartikan bahwa metode ini memiliki dampak yang berarti bagi perusahaan.

Adapun metode yang digunakan selama penelitian berlangsung yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui survei penyebaran kuesioner pada 100 peserta webinar. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, serta menggunakan skala interval sebagai skala pengukuran. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variabel kegiatan webinar sebagai variabel bebas (X) dengan berpengaruh terhadap *Brand awareness* (Y).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan variabel kegiatan webinar menunjukkan persentase sebesar 80.2%, yang menunjukkan bahwa kegiatan webinar memiliki pengaruh terhadap *Brand awareness* perusahaan. sedangkan sisanya 19.8% tidak dijelaskan dalam penelitian ini atau berasal dari faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, keterlibatan terhadap *audiens*, dan konten *marketing*.

Kata Kunci: Webinar, *Brand Awareness*, *Efektivitas Kegiatan*, *Promosi Online*.