

## BAB II

### Deskripsi Objek Penelitian

Pada saat pandemi COVID-19 seperti ini, banyak *event-event* yang biasanya diadakan secara *offline* berubah menjadi *online*, salah satu diantaranya adalah seminar. Seminar yang biasanya diadakan dengan menyewa sebuah gedung dan akan mengundang beberapa pembicara untuk hadir di acara seminar tersebut beserta para peserta seminar, berubah menjadi sebuah seminar *online* atau yang disebut dengan Webinar. Menurut Tysara (2020) Webinar merupakan singkatan dari web seminar. Webinar merupakan salah satu bentuk media yang memudahkan setiap orang untuk membagi atau menyaring informasi (Tysara, 2020). Dengan adanya webinar ini maka beberapa *event* seminar yang diadakan secara *offline* berubah haluan menjadi *online*, guna mengikuti anjuran pemerintah untuk menerapkan protokol kesehatan yaitu *social distancing*.

Melihat adanya peluang dalam mengadakan webinar, maka mulai marak webinar-webinar yang diadakan mulai dari webinar gratis hingga berbayar. Webinar ini juga bisa dijadikan salah satu proses pembelajaran secara daring yang lebih asik selain pembelajaran daring di sekolah ataupun kuliah. Bahkan saat ini webinar sudah mulai dijadikan sebuah tren media pembelajaran baik *hard skill* maupun *soft skill* yang marak saat pandemi. Webinar sudah mulai dijadikan sebagai kebiasaan baru dalam menuntut ilmu. Cukup dari rumah, setiap orang bisa mengikuti kegiatan online yang diselenggarakan tanpa perlu

datang ke lokasi penyelenggaraan acara. Yang pasti hemat waktu dan biaya serta mendapat pengalaman baru untuk berdiskusi dengan orang-orang dari seluruh Indonesia (Wahab, 2020).

Banyaknya webinar dengan berbagai topik mulai dari kesehatan, pendidikan, ekonomi, sosial, bisnis, teknologi dan masih banyak lagi, membuat banyak orang menjadi memiliki banyak wawasan dan ilmu yang lebih luas lagi. Mereka tidak hanya menonton webinar dalam *scope* kecil saja namun juga dalam bidang ilmu lainnya. Bahkan menghadiri banyak webinar juga bisa menjadi salah satu bukti bahwa orang tersebut memiliki semangat untuk belajar, dari pada hanya menghabiskan waktu dirumah saja untuk bersantai.

Banyak perusahaan yang melihat webinar ini sebagai peluang untuk tetap jaya di masa Pandemi, tak terkecuali PT Keren Entertainment atau KREEN yang juga rutin dalam mengadakan webinar. KREEN adalah *event company* yang bergerak dalam bisnis B2B (*Business to Business*), B2C (*Business to Consumer*), dan B2G (*Business to Government*) secara *online* maupun *offline*. KREEN menawarkan jasa mulai dari pengadaan *conference*, *company gathering*, *exhibitions*, *product launch*, *meeting* dan *webinar* yang dapat dikemas menjadi *online event* atau *offline event*. Namun karena adanya kebijakan baru dari Pemerintah terkait pandemi ini, membuat KREEN mengubah lajur perusahaannya hanya mengadakan *event-event online* untuk sementara ini. Berdiri sejak tahun 2019, perusahaan ini didirikan oleh Sutardi Huang ini berpusat di Green Lake City, Rukan CBD Blok. E No. 5 Jakarta Barat. Visi dari perusahaan ini adalah ‘menjadi pemimpin pasar global dalam

industri kreatif yang mengintegrasikan konferensi, pameran, periklanan dan hiburan’ serta misinya berupa ‘memenuhi kebutuhan klien dengan menciptakan acara yang tak terlupakan dengan ide-ide inovatif dan sesuai dengan harapan klien’ (KREEN, 2020).

Salah satu webinar rutin yang diadakan oleh KREEN bernama *Techminar* atau *Technology Webinar* yang fokus utamanya membahas mengenai bisnis, startup dan teknologi. Namun agar tetap *up to date* dan mengikuti perkembangan zaman, maka topik-topik yang dipilih oleh KREEN akan menyesuaikan dengan topik hangat yang sedang diperbincangkan di tengah masyarakat Indonesia. Misalnya saat pandemi seperti ini, maka banyak topik dari *Techminar* yang akan membahas mengenai kesehatan, ekonomi dan bisnis. Mulai dari tips menjaga kesehatan saat pandemi, bagaimana cara menangani penyebaran virus Covid-19, bagaimana cara mempertahankan keuangan di saat pandemi hingga tips membangun bisnis online yang menguntungkan saat pandemi (KREEN, 2020).

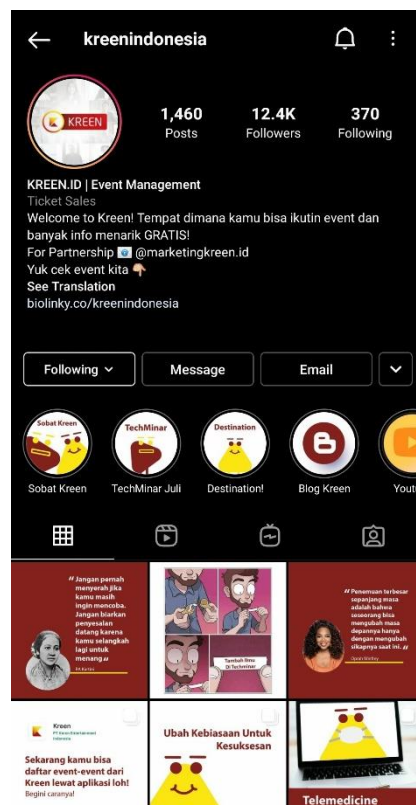


Gambar 3. Contoh Poster *Techminar*

Sumber: <https://kreen.id/>

Techminar sendiri diadakan secara rutin setiap hari Selasa dan Kamis pukul 13.30 – 15.30 WIB dengan topik-topik yang beragam. Rangkaian acara yang ditawarkan Techminar mulai dari presentasi dari pemateri atau pembicara yang sangat kredibel dengan topik Techminar, sesi diskusi panel atau sesi tanya jawab dan ada sesi *lucky draw* untuk memberikan hadiah berupa *doorprize* untuk para peserta. *Doorprize* ini tidak berupa hadiah untuk promosi dari KREEN, namun juga berasal dari Sponsor yang kegiatannya usahanya sejalan dengan topik Techminar pada hari itu. Misalnya untuk topik kesehatan, KREEN akan mencari sponsor yang berasal dari penyedia layanan kesehatan online yang mungkin memberikan *voucher* berupa *free* konsultasi kesehatan gratis untuk pemenang beruntung di acara Techminar. Harapannya dengan *doorprize* yang edukatif dan bermanfaat ini dapat meningkatkan minat masyarakat mengikuti webinar-webinar yang mengedukasi seperti Techminar. Selain mendapatkan *doorprize*, Techminar juga memberikan *free e-certificate*

untuk seluruh peserta yang mengikuti webinar gratis ini. Sertifikat bisa diunduh dari website kreen.id setelah acara lesai diselenggarakan, tanpa menunggu waktu yang lama. Untuk bisa mendapatkan *update* terbaru mengenai Techminar ataupun mengetahui jadwal dan topik Techminar, para peserta hanya perlu mengakses Instagram @kreenindonesia.



**Gambar 4.** Tampilan *Instagram* @kreenindonesia

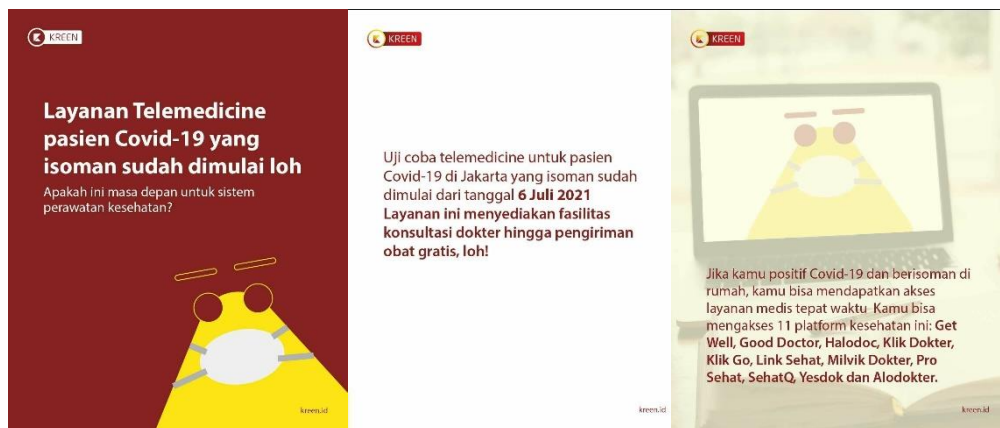
**Sumber:** <https://www.instagram.com/kreenindonesia/>

Info seputar KREEN dan Techminar secara lengkap bisa didapatkan dengan mudah, karena setiap minggunya akan ada konten promosi Techminar yang diupload oleh admin di Instagram @kreenindonesia. Konten promosi ini menggunakan fitur *feeds* yang diunggah dalam rangka mempromosikan

Techminar dari KREEN. Untuk konten promosi yang ada di *Feeds* akan dibentuk menggunakan fitur *carousel* atau fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah media secara bersamaan dengan jumlah yang maksimal 10 media per postingan. Fitur ini dirasa efektif karena dapat menyajikan konten baik foto maupun video dengan lebih lengkap dan jelas. Bahkan jumlah *engagement rate*-nya meningkat sekitar 1.8% dibanding saat tidak menggunakan fitur *carousel*. Biasanya di *slide* foto pertama akan menampilkan kata-kata yang bersifat persuasif dengan sedikit bumbu-bumbu gimik yang akan mengajak untuk membaca lebih lanjut konten promosi tersebut. Misalnya, untuk konten promosi Techminar 8 Juli 2021 dengan topik '*Telemedicine in the Future*', akan menggunakan kata-kata persuasif seperti 'Layanan Telemedicine pasien Covid-19 yang isoman sudah dimulai loh' yang akan ditampilkan di *slide* foto pertama. Untuk *slide* foto kedua sampai keempat akan mulai fokus memberikan edukasi dasar mengenai topik Techminar yang diadakan. Untuk kasus Techminar 8 Juli 2021, maka untuk *slide* kedua sampai keempat akan memberikan pengetahuan dasar berupa kapan uji coba telemedicine akan dilaksanakan, apa saja platform telemedicine yang bisa digunakan untuk pasien yang isoman dan kenapa telemedicine dibutuhkan. Semua informasi diatas akan dibahas secara lengkap di Techminar dengan pembicara yang kredibel di bidangnya. Maka untuk *slide* foto kelima akan mengajak orang-orang untuk ikut Techminar pada 8 Juli 2021. Kemudian di *slide* terakhir atau keenam akan menampilkan poster dari Techminar itu sendiri. Isi dari poster tersebut lengkap, mulai dari nama topik, hari dan waktu pelaksanaan acara, menggunakan *platform*

apa, siapa pembicara dan moderatornya, siapa media partner dan sponsornya, kemudian *doorprize* apa yang akan didapatkan bagi peserta yang beruntung dan yang terpenting adalah *link* registrasi di website kreen.id untuk para peserta yang ingin mendaftar Techminar atau pun *barcode* yang bisa di *scan* yang akan mengarah ke aplikasi KREEN yang bisa diunduh di *Google Playstore*.

Selain foto atau gambar dari konten promosinya, KREEN juga memberikan *caption* yang menarik beserta *hashtag-hashtag* yang sedang *trending* guna meningkatkan promosinya. Ditambah lagi dengan adanya bantuan publikasi dari media partner akan membantu meningkatkan jangkauan peserta sampai ke seluruh Indonesia, karena *platform* yang digunakan adalah *Zoom Meeting* dan bisa diakses siapa saja. Maka siapapun dan dimanapun mereka berada dapat mengikuti webinar ini, tanpa terkendala jarak (KREEN, 2020).



**Gambar 5.** Contoh Konten Promosi Techminar di Instagram @kreenindonesia (Slide satu sampai slide tiga)

**Sumber:** <https://www.instagram.com/kreenindonesia/>



**Gambar 6.** Contoh Konten Promosi Techminar di Instagram @kreenindonesia (Slide empat sampai slide enam)

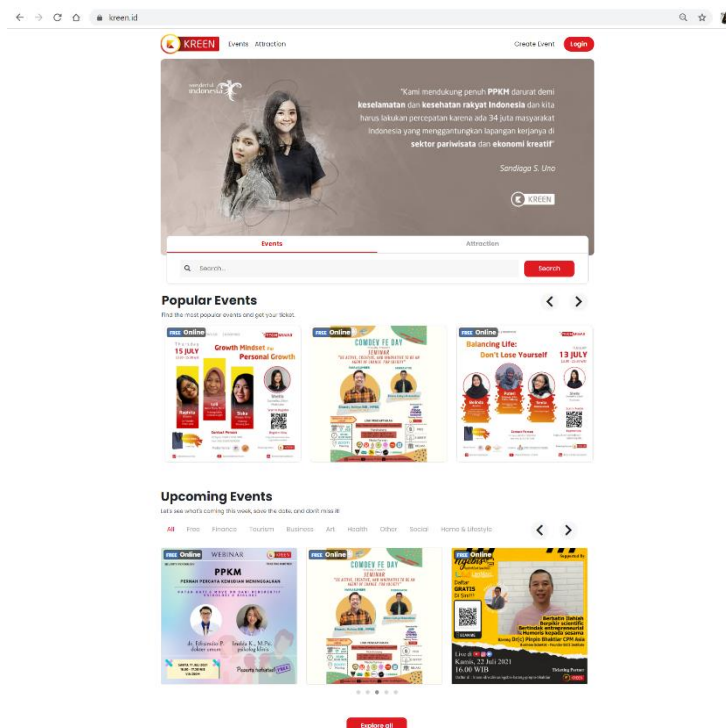
**Sumber:** <https://www.instagram.com/kreenindonesia/>

Menurut Hidayati, fitur carousel di Instagram sudah ada sejak tahun 2017, namun hanya sebagian orang saja yang mengetahui akan fitur ini dan menggunakannya. Padahal Instagram.com sendiri merilis bahwa penggunaan fitur carousel meningkat dari 16.44% menjadi 19.44% atau meningkat sekitar 3%. Hal ini menyebabkan fitur carousel dinilai sebagai salah satu cara meningkatkan jumlah impresi yang organik dari sebuah konten. Salah satu hal yang paling unik dan membuat berkesan dari fitur carousel adalah bentuknya seperti *story telling* karena bisa mengunggah secara *multiple post*. Selain itu, audiens bisa dengan mudah melihat konten promosi suatu *brand* dengan hanya meng-klik satu *post* saja, sehingga akan terkesan lebih mudah dan ringkas. Jadi tidak perlu mengunggah beberapa *post* hanya untuk promosi semata (Hidayati, 2020).

Untuk pembelian tiket Techminar bisa melalui website kreen.id. Website ini merupakan website milik KREEN yang fungsinya sebagai *ticketing management* atau platform penjualan tiket secara online. Selain menjadi *Event*



*Management*, KREEN juga mulai melebarkan sayapnya ke arah *ticketing management* secara online melalui website *kreen.id*. Di website *kreen.id*, peserta bisa membeli seluruh *event* mulai dari *event* KREEN seperti Techminar dan atau *event* dari *partner* yang bekerjasama dengan KREEN. *Partner-partner* tersebut juga mengadakan webinar seperti Techminar namun dengan nama webinar dan topik yang berbeda. Selain itu, untuk *event* dari *partner* ada beberapa yang berbayar, maka peserta harus melakukan pembayaran terlebih dahulu untuk membeli tiket tersebut. Pembayaran dapat dilakukan menggunakan *virtual account* dari berbagai *bank* ataupun menggunakan *e-wallet* (KREEN, 2020).



**Gambar 7.** Tampilan Website *kreen.id*  
**Sumber:** <https://kreen.id/>

Namun apabila peserta ingin melakukan registrasi atau pembelian tiket Techminar caranya cukup mudah. Peserta hanya perlu mencari website kreen.id di Google, kemudian peserta bisa *log in* bagi peserta yang sudah memiliki akun sebelumnya atau *sign up* bagi peserta yang belum memiliki akun KREEN. Setelah *log in*, peserta dapat memilih *event-event* yang ingin ia beli baik *event Techminar* ataupun *event* milik partner yang ada di website kreen.id. Apabila peserta sudah menemukan *event Techminar* yang ingin diikuti, maka peserta bisa mengklik fitur *buy tiket* yang akan mengarahkan peserta ke detail acara tersebut. Disana peserta dapat melihat dengan jelas detail-detail acara Techminar yang tiketnya akan peserta beli. Setelah peserta merasa yakin dengan topik dan jadwal Techminar tersebut, maka peserta bisa klik *checkout* dan tiket akan otomatis terbeli. Untuk tiket Techminar karena gratis atau tidak membayar maka akan tidak akan melewati fitur pembayaran dan tiket akan langsung terbeli. Tiket yang sudah terbeli akan muncul di bagian *my ticket* yang terletak di bagian kiri. Di bagian tiket, peserta dapat melihat *link zoom* yang bisa diakses untuk menonton acara Techminar tersebut pada saat hari pelaksanaan Techminar tersebut (KREEN, 2020).