

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era industri 4.0 ini, konsumen memenuhi kebutuhannya dalam berbagai bidang, tak terkecuali bidang Pendidikan. Pelaksanaan kegiatan Pendidikan secara *online* saat ini merupakan suatu hal yang lumrah dan banyak dilakukan oleh konsumen. Kegiatan tersebut sangat bervariasi, seperti webinar, *workshop*, kursus *online* dan lain sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut dapat disebut dengan *virtual event* atau pelaksanaan kegiatan secara virtual yang diselenggarakan oleh penyelenggara acara atau *event organizer*.

Fenomena *virtual event* sendiri mulai berkembang semenjak survei yang dilakukan oleh *Indonesia Event Industry Council* (Ivendo), memaparkan total penggiat *event* di Indonesia adalah sekitar 3,045 perusahaan atau profesional. Di mana pasca Covid-19 terdapat 96,4 persen penundaan acara dan 84,8 persen pembatalan acara di 17 provinsi di Indonesia akibat pandemi Covid-19, dengan kerugian potensial per perusahaan Rp 2,57 milyar sampai Rp 6,63 milyar (DPP Ivendo, 2020). Hal ini mengakibatkan sebagian *event organizer* mengubah acara luring menjadi *virtual event* sebagai layanan baru dalam mengkomunikasikan dan mempromosikan sebuah merek kepada konsumen.

Salah satu bentuk *virtual event* yang sering dilakukan adalah kursus singkat secara *online* (*online mini course*). *Online mini course* adalah kursus dengan durasi selama dua jam atau kurang dengan bantuan internet untuk menyelesaikannya. dikutip dari *google trend*, penelusuran yang dilakukan oleh konsumen mengenai

kursus *online* dalam kurun waktu 12 bulan terakhir terus meningkat. Puncaknya terjadi pada tanggal 19-25 Juni tahun 2022 dengan skala minat tertinggi berada pada angka 97%.<sup>1</sup> Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat menikmati kursus *online* untuk pemenuhan berbagai kebutuhan informasi. Konsumen menikmati kegiatan bermedia dengan mencari kursus online dalam berbagai *event* untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan. Salah satu platform *virtual event* yang menyediakan kursus singkat secara *online* dengan peminat yang cukup tinggi adalah RevoU.

RevoU atau PT Revolusi Cita Edukasi bergerak di bidang edukasi mengenai teknologi. PT Revolusi Cita Edukasi baru terdaftar di pendaftaran sistem elektronik Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) pada tanggal 24 Februari 2021 dengan sistem elektronik bernama RevoU.<sup>2</sup> Dikutip dari [pressrelease.kontan.co.id](http://pressrelease.kontan.co.id), RevoU atau PT Revolusi Cita Edukasi merupakan perusahaan *startup edutech* yang berbasis di Jakarta, Indonesia.

Salah satu program *online mini course* yang ditawarkan RevoU untuk konsumen berupa “*intro course*”. Dalam program tersebut, RevoU sebagai pihak penyelenggara berkomunikasi dengan peserta menggunakan aplikasi discord sebagai platform untuk berbagi informasi dengan konsumen. Pelaksanaan kursusnya tetap menggunakan aplikasi Zoom dengan limit peserta terbatas 300 orang pertama dan *Youtube live* yang bisa diakses semua peserta serta masyarakat

---

<sup>1</sup>Survei google trend, tersedia pada situs <https://trends.google.co.id/trends/explore?q=kursus%20online&geo=ID> , diakses pada 22 Agustus 2022

<sup>2</sup>Direktorat Tata Kelola Aptika, tersedia pada situs <https://pse.kominfo.go.id/tdpse-detail/146> diakses pada 14 Desember 2021

maya lainnya tanpa batasan *viewers* dengan konten yang akan hilang dalam waktu 24 jam. Dalam hal ini, RevoU menjadwalkan kursus singkat selama dua jam per hari pada jam 19.00-21.00 WIB dalam jangka waktu satu minggu penuh, kemudian diperpanjang menjadi 10 hari.

RevoU memberikan kursus yang membahas berbagai topik mengenai pekerjaan di bidang teknologi. Program *virtual event* yang diberikan RevoU diantaranya adalah *digital marketing, tech sales & business development, data analytics, dan product management*. Di sini peneliti tertarik untuk meneliti kursus singkat *digital marketing* karena memiliki jumlah peserta terbanyak dan cukup diminati oleh masyarakat. Hingga 22 Agustus 2022 terdapat 235.019 anggota yang tergabung pada grup discord kursus singkat *digital marketing* di RevoU, sedangkan pada grup discord kursus singkat *sales in tech* RevoU hanya memiliki 28.965 anggota (grup ini dinonaktifkan sementara waktu), grup discord *data analytics* RevoU memiliki 153.047 anggota, dan grup discord *product management* RevoU memiliki 46.837 anggota.

Kursus singkat mengenai *digital marketing* yang diselenggarakan oleh RevoU pada mulanya dilakukan secara gratis. Namun, alih-alih perusahaan menawarkan sesuatu yang gratis sebagai kemurahan hatinya, kegiatan ini malah menjadi ajang promosi yang lebih kompleks yang berusaha perusahaan tanamkan di benak konsumen dengan *brand experience* atau pengalaman terhadap merek yang ditawarkan oleh perusahaan (Mardia dkk, 2021: 78). Dengan kata lain, RevoU membuat kursus singkat ini hanya sebagai pengantar untuk mempromosikan produk utama mereka yaitu kursus intens selama 3-6 bulan yang berbayar. RevoU

melaksanakan kursus singkat ini hampir tiap bulan untuk menggaet konsumen agar tertarik pada produk utama mereka tersebut, bahkan jadwal kursus singkat terbaru diadakan tanggal 29 Agustus sampai 9 September 2022. Hal ini merupakan bagian dari kegiatan pemasaran oleh *public relations* perusahaan RevoU kepada peserta.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti pengalaman peserta yang mengikuti kursus *online*. Hal mengingat *brand experience* yang dirasakan oleh peserta sebagai konsumen belum tentu sesuai dengan ekspektasi perusahaan. Perusahaan hanya bisa memaksimalkan *virtual event* agar peserta memiliki kesadaran terhadap merek sehingga peserta memiliki kepuasan merek. Peserta sebagai konsumen memiliki setiap pengalaman dengan kursus *online* yang dilaksanakan oleh suatu merek atau yang biasa disebut dengan *brand experience*. *Brand experience* adalah pengalaman yang dirasakan konsumen setelah memakai atau menggunakan suatu merek (Putri dkk, 2021: 41). *Brand experience* yang dirasakan konsumen mempengaruhi pilihan yang akan peserta ambil selanjutnya, di sini akan terjadi *consumer satisfaction* atau kepuasan konsumen terhadap merek yang dirasakan peserta setelah terjadinya kursus *online*. Di sini, peneliti ingin melihat *brand experience* peserta setelah mengikuti kursus *online* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat & Marso (2020) juga menunjukkan bahwa *brand experience* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand image*, *brand image* memiliki pengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap *brand satisfaction*, dan *brand satisfaction* memiliki pengaruh langsung secara signifikan dan positif terhadap *brand loyalty*. Dapat disimpulkan bahwa *brand experience* yang dirasakan oleh konsumen pada akhirnya akan

berujung kepada meningkatnya loyalitas dan rasa percaya konsumen kepada merek tersebut.

Berangkat dari pemaparan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian ini mengingat *brand experience* yang dirasakan oleh peserta sebagai konsumen. Penelitian ini berfokus pada fenomenologi milik Edmund Husserl yang dirasakan peserta kursus singkat secara *online* mengenai *digital marketing* di RevoU di platform discord. *Digital marketing* dipilih karena memiliki peminat lebih banyak dari program lain (discord RevoU, 2022). Pada penelitian ini peneliti akan mengambil data utama kepada peserta kursus *online digital marketing* yang diselenggarakan oleh RevoU. Peneliti memilih RevoU untuk diteliti karena berdasarkan ruangmahasiswa.com, RevoU menjadi satu dari tujuh *website* kursus *online* gratis bersertifikat yang direkomendasikan untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa/fresh graduation maupun masyarakat maya lainnya. <sup>3</sup>

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut, “Bagaimana pemaknaan kursus *online* dalam perspektif *brand experience* peserta?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pengalaman peserta setelah mengikuti kursus *online* dengan tema *digital marketing* di RevoU.

---

<sup>3</sup> Ardalena romantika, 7 Website Kursus *Online* Gratis Bersertifikat Untuk Tingkatkan *Skill*-mu (artikel *online* Ruangmahasiswa.com, 10 April 2021) tersedia di situs : <https://ruangmahasiswa.com/layanan/kursus-online-gratis-bersertifikat/amp/> diakses pada 27 September 2021

2. Untuk mengetahui pemaknaan *virtual event* oleh peserta kursus *online* di RevoU.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan referensi bagi pengembangan penelitian di bidang media komunikasi massa, *event marketing*, dan juga dapat memberi sumbangsih dalam menambah khazanah Ilmu Komunikasi khususnya dalam ranah *Public Relation Event*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pandangan baru mengenai fenomena *virtual event* di Indonesia.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu menambah pengetahuan serta memberi gambaran kepada pembaca dalam melakukan komunikasi massa dengan efektif sebagai bagian dari kegiatan *virtual communication*, serta dapat menambah dan meningkatkan pemahaman praktis mengenai kursus atau kelas-kelas berbasis *online* yang merupakan bagian dari kegiatan di *new media* di Indonesia.

