

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek penelitian

1. Sejarah Berdirinya Cafe Holymoon Kudus

“Holymoon Cafe” merupakan Cafe full outdoor yang bertemakan Garden dengan konsep Social Space yang berada di Jl.Megawonbaru, Kec. Jati, Kabupaten Kudus. Holymoon merupakan cafe baru yang ada di Kudus tepatnya pada tanggal 7 April 2022 pada saat bulan Ramadhan yang didirikan oleh Bapak Roby Adiarta. Kini Holymoon sendiri dipimpin oleh Bapak Roby Adiarta sebagai manajer Holymoon.¹

Holymoon merupakan usaha cafe yang memiliki ruangan yang seluruhnya outdoor, hal tersebut terinspirasi dari cafe-cafe yang ada di Bali yang mana di Kudus sendiri belum ada Cafe yang memiliki area full outdoor dengan bertemakan Garden. Holymoon menyajikan berbagai makanan dan minuman kekinian seperti dengan harga yang sangat terjangkau, oleh sebab itu Holymoon memiliki banyak pengunjung dari berbagai kalangan mulai dari kalangan milenial hingga orang dewasa.

Holymoon merupakan tempat yang asri dan sangat menyatu dengan alam karena banyak pohon dan tanaman yang menjadikan Holymoon menjadi tempat yang nyaman bagi pengunjungnya. Banyak orang yang menggunakan Holymoon sebagai tempat untuk berbisnis dan berdiskusi kelompok bagi pelajar dan mahasiswa.

Selain itu Holymoon juga dapat di sewa untuk acara Wedding karena memiliki tempat yang luas dengan tempat parkir yang memadai. Selain itu Holymoon juga memiliki fasilitas yaitu *Live Music* tiap *weekend* dengan diisi oleh band-band lokal yang ada di Kudus mulai dari jam 19.00-21.00 wib. Pengunjung dapat menikmati *live music* secara gratis. Selain itu juga terdapat fasilitas 360 video *booth* yang sedang trend saat ini, pengunjung bisa

¹ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

memakai fasilitas tersebut menggunakan handphone sendiri tanpa dikenakan biaya.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Visi Cafe Holymoon adalah menciptakan café yang bertemakan alam atau *back to nature* (kembali ke alam). Mulai dari tempatnya yang memiliki banyak pohon yang asri serta penyajian menunya yang terbuat dari kayu.

b. Misi perusahaan

Misi dari cafe Holymoon yaitu ingin memberikan kepada masyarakat luas terutama warga Kudus bahwa Holymoon itu merupakan cafe yang bertemakan alam yang memiliki menu dengan harga terjangkau sehingga masyarakat luas bisa menikmatinya.²

3. Struktur Manajemen Cafe Holymoon Kudus

Gambar 4.1 Struktur Manajemen Cafe Holymoon



Cafe Holymoon memiliki struktur manajemen yang sederhana. Untuk kepemimpinannya yang pertama terdapat manajer yang diambil alih sendiri oleh pak Roby selaku owner dari Holymoon. Holymoon memiliki 10 karyawan yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu :

a. Kasir & Bar

Dalam posisi ini kasir dan bar bertugas untuk melayani konsumen. Mulai dari menerima pesanan,

² Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

kemudian membuat minuman hingga mengantarkan pesanan ke meja konsumen.

b. Kitchen

Dalam posisi ini kitchen atau bagian dapur bertugas untuk menyiapkan makanan yang dipesan oleh konsumen. Biasanya sebelum menerima pesanan tim kitchen mempersiapkan bahan-bahan apa saja yang akan dipakai seperti menyiapkan berbagai macam saus, memasak nasi, menyiapkan bumbu dan lain sebagainya.

c. Konten Kreator

Di posisi ini konten kreator bertugas untuk membuat konten, mulai dari menyiapkan skrip, mencari talent yang sesuai dengan skrip yang telah dibuat, membuat video konten, melakukan editing hingga mengupload konten ke media sosial Holymoon.³

4. Produk yang Dijual Cafe Holymoon Kudus

Holymoon memiliki berbagai macam produk makanan dan minuman yang dijual, diantaranya⁴ :

Tabel 4.1 Produk yang Dijual Cafe Holymoon

Makanan	Minuman
• Holymoon Fried Rice	• Americano
• Holycity Fried Rice	• Kopsu Aren
• Ayam Terbang	• Caramel Latte
• Nasi Telur	• Hazelnut Latte
• Terong Spyderman	• Mochaccino
• Nasi Kukus Lava	• Café Latte
• Holy Chicken	• Fresh Milk
• Holy Fish	• Red Velvet Latte
• Indomie Holymoon	• Avocado Latte
• Burger & Sandwich	• Grape Healing Booster
	• Strawberry Bloody Red
	• Taro Latte

³ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

⁴ Observasi Penelitian di cafe Holymoon Kudus, 15 April 2023

Makanan	Minuman
<ul style="list-style-type: none"> • Pentol Mercon • Ceker Meler • Udang Rambutan • Nachos • Cireng • Fench Fries • Mendoan • Tahu Bakso • Crispy • Holymoon Platter • Chicken Sexy Red • Pisang Goreng • Roti Bakar 	<ul style="list-style-type: none"> • Blac Oreo • Black Coffee • Lemon Tea • Lyche Tea • Es Doger • Yakult Series • Milo • Chocolate • Squash • Lemon Honey • Lemon Grass • Wedhangan

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Promosi Cafe Holymoon Kudus Dengan Memanfaatkan Media Sosial Melalui Aplikasi Tik Tok

a. Penerapan STP (*Segmenting Targeting Positioning*)

Sebelum melakukan suatu usaha atau bisnis, seorang pebisnis perlu melakukan analisis pasar yaitu *segmenting*, *positioning* dan juga *targeting*. Cafe Holymoon sudah melakukan analisis pasar sebelum membangun bisnis cafe ini, seperti yang disampaikan pak Roby Adiarta selaku *owner* dan manajer cafe Holymoon :

“Sebelum dibangun sudah dipilih segmentasi pasar yang dituju ya. Pasarnya itu anak muda, pelajar, mahasiswa itu pasar kita.”⁵

Untuk segmen pasar yang menjadi target atau sasaran cafe Holymoon yaitu anak muda, pelajar, mahasiswa. *Targeting* yang di sasar cafe Holymoon adalah anak muda, sehingga cara pemasaran yang perlu dilakukan yaitu dengan memanfaatkan media

⁵ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

yang banyak digunakan oleh anak muda yaitu media sosial.

Semakin hari teknologi menjadi semakin maju sehingga dalam bisnis tercipta promosi marketing yang didalamnya terdapat berbagai macam aktivitas bisnis guna untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan konsumen menjadi lebih mudah. Media sosial merupakan salah satu contoh *digital marketing* yang saat ini sedang populer digunakan sebagai media promosi.

Seperti yang telah disampaikan oleh pak Roby bahwa cafe Holymoon melakukan penempatan pasar atau biasa disebut *positioning* yaitu dengan :

“menyediakan makanan yang banyak, murah, terjangkau sehingga masyarakat luas bisa menikmati. Kalau disini itu perpaduan antara resto dan cafe ya.”⁶

Untuk *positioning* cafe Holymoon yaitu dengan menciptakan produk makanan dan minuman yang murah, terjangkau dengan porsi yang banyak sehingga terlintas dibenak konsumen bahwa Holymoon adalah cafe yang memiliki produk terjangkau dengan porsi yang banyak.

b. Bauran Promosi

Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran dengan cara melakukan promosi untuk menarik calon konsumen. Saat ini banyak pengusaha kuliner yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Salah satunya adalah cafe Holymoon Kudus yang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dengan cara membuat konten-konten di media sosial.

1) Periklanan

Cafe Holymoon melakukan periklanan dengan menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan Holymoon sebagai media iklan

⁶ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

yaitu Instagram. Instagram banyak digunakan oleh anak muda dan kaum milenial yang mana keduanya menjadi target pasar cafe Holymoon, sehingga harapannya iklan yang dibuat lebih besar kemungkinan bisa tepat sasaran. Seperti halnya yang disampaikan pak Roby Adiarta :

“Untuk promosi yang Holymoon lakukan yaitu melalui media sosial utamanya sekarang Tik Tok, endorse selebgram atau Tik Toker. Jadi membuat konten-konten yang bisa sampai sasaran market. Selain itu juga mekukan promosi melalui iklan berbayar.”⁷

Gambar 4.2 Periklanan



Dari data yang diperoleh, cafe Holymoon melakukan periklanan dengan memanfaatkan media sosial yaitu aplikasi di Instagram. Iklan

⁷ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

yang ada di Instagram merupakan bentuk kerjasama dengan beberapa akun Instagram kuliner yang ada di Kudus yang menjadi referensi kulineran yang ada di kota Kudus salah satunya adalah akun Instagram kuduskulineran (<https://instagram.com/kuduskulineran?igshid=N Tc4MTIwNjQ2YQ==>)

2) Penjualan Personal

Penjualan personal merupakan kegiatan menawarkan produk kepada calon konsumen secara langsung. Cafe Holymoon melakukan penjualan personal melalui karyawan. Seperti yang dikatakan oleh Bimo selaku karyawan Holymoon

“Dikenalkan produknya dulu, ditawarkan secara langsung ada lewat media sosial pribadi juga ada. Utamanya promosi online lewat sosial media seperti promosi menu baru Holymoon seperti ayam terbang yang sedang kami promosikan.”⁸

Gambar 4.3 Penjualan Personal



⁸ Bimo Setiawan, Transkrip wawancara, 18 April 2023

Karyawan melakukan promosi secara langsung kepada calon konsumen dengan menawarkan produk dan menawarkan menu yang sedang dipromosikan, sedangkan promosi secara online dilakukan menggunakan media sosial pribadi karyawan. Karyawan juga dimintai masukan, ide-ide mengenai pemasaran dan promosi untuk dijadikan sebagai pertimbangan strategi yang akan dilakukan.

3) Promosi Penjualan

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik minat beli konsumen dengan melakukan berbagai upaya seperti potongan harga, pemberian *voucher* dan lain sebagainya. Cafe Holymoon melakukan promosi penjualan dengan memberikan potongan harga kepada konsumen.

Saat ini media sosial yang sedang difokuskan untuk promosi adalah Tik Tok, karena aplikasi Tik Tok menjadi aplikasi yang saat ini memiliki banyak pengguna, utamanya anak muda yang menjadi target sasaran promosi HolymoonPak Roby Adiarta selaku manajer Holymoon mengatakan :

“Untuk promosi yang Holymoon lakukan yaitu melalui media sosial utamanya sekarang Tik Tok, endorse selebgram atau Tik Toker. Jadi membuat konten-konten yang bisa sampai sasaran market. Selain itu juga mekukan promosi melalui iklan berbayar”⁹

Cafe Holymoon melakukan promosi melalui media sosial dengan berfokus pada pembuatan konten-konten di Tik Tok dengan memakai jasa endorse bersama selebgram dan Tik Toker seperti Kajibambong, Salmazuu, Riamerpati, Anantaanastasi, dan masih bayak lagi. Dengan menggunakan jasa *endorse* maka konten yang

⁹ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

dibuat memiliki banyak *viewers* (penonton) sehingga promosi yang dilakukan lebih mengenai sasaran yang dituju. Alasan mengapa Holymoon melakukan promosi di media sosial yaitu karena target pasar Holymoon adalah anak muda jadi *image* yang dibangun tentu mengarah pada kaum muda. Harapannya dengan melakukan promosi di media sosial bisa menasar segmen yang dituju serta memiliki jangkauan lebih luas.

Gambar 4.4 Akun Tik Tok Holymoon



Gambar 4.5 Akun Facebook Holymoon



Gambar 4.6 Akun Instagram Holymoon



Cafe Holymoon memiliki akun resmi di aplikasi Tik Tok bernama @holymoon.id dan pada tanggal 23 April 2023 telah memiliki 18.1k pengikut (*followers*) dan 49.5k *like* (suka). Dalam akun Tik Tok tersebut cafe Holymoon melakukan promosi dengan membuat konten sebagai ajang promosi. terdapat ratusan video konten yang telah dibuat oleh cafe Holymoon. Wajar jika *like* (suka) video yang didapat mencapai 49k lebih karena selalu konsisten dalam pembuatan konten.

Cafe Holymoon juga melakukan promosi lainnya di media pesan antar seperti Grabfood, Gofood dan Shopee food.

“Kalau promosi di media pesan antar kita ngikuti promosi yang ada. Seperti kalau di grabfood, gofood, shopee food itu biasanya sudah ada berbagai promo jadi tinggal ngikutin saja.”¹⁰

Seperti yang disampaikan pak Roby bahwa Holymoon melakukan promosi pesan antar dengan menyesuaikan promo yang disediakan oleh aplikasi itu sendiri, jadi dari pihak manajemen tinggal mengikuti promo di aplikasi pesan antar. Dengan adanya promosi di aplikasi pesan antar konsumen bisa melakukan pembelian secara online tanpa harus datang langsung ke Holymoon serta dapat memakai *voucher* diskon yang tersedia di aplikasinya. Selain itu Holymoon juga pernah terjalin kerjasama dengan beberapa brand dalam upaya promosi, pak Roby sendiri mengatakan bahwa

“Untuk mengajak Kerjasama itu belum pernah, namun pernah terjalin dan diajak kerjasama dengan beberapa brand seperti dengan Samsung dan Superskin Kudus.

¹⁰ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

Sistemnya itu saling tukar voucher dengan persyaratan yang ada.”¹¹

Dengan terjalinnya kerjasama dengan beberapa brand menjadikan promosi yang dilakukan semakin meluas. Bukan hanya dari pihak manajemen, karyawan juga ikut berperan dalam melakukan kegiatan promosi.

Gambar 4.7 Potongan Harga



Dapat dilihat dari data di atas bahwa cafe Holymoon melakukan promosi penjualan dengan memberikan potongan harga pada konsumen. Dengan pembelian produk tertentu para konsumen bisa mendapatkan potongan harga yang telah ditetapkan.

¹¹ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

4) Publisitas dan Hubungan masyarakat

Dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, tentunya membuat cafe Holymoon telah melakukan publisitas.

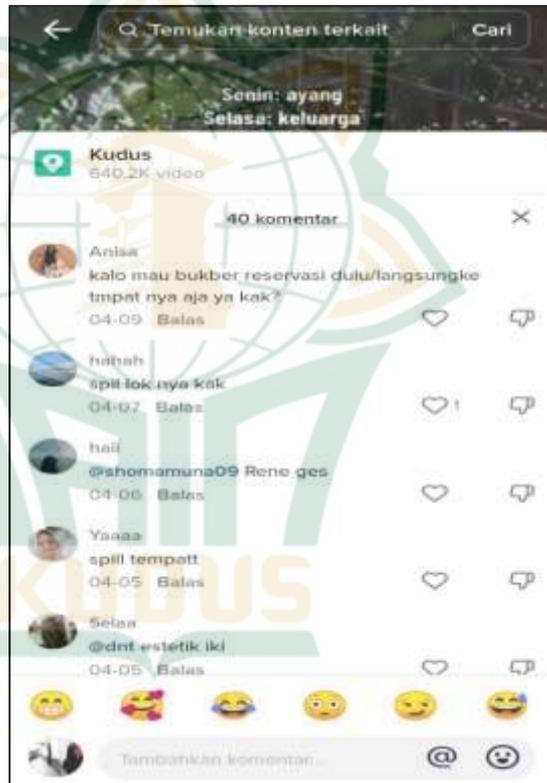
Gambar 4.8 Kumpulan konten di Tik Tok



Jika dilihat dari konten-konten yang ada, *viewers (penonton)* yang didapat mencapai ribuan penonton. Pencapaian tertinggi banyaknya penonton sampai saat ini adalah sejumlah 36k *viewers* dengan berkolaborasi dengan Tik Toker asal Kudus seperti Kajibambong, Salmazuu, Riamerpati, Anantaanastasi, dan masih bayak lagi.

Dengan pencapaian tersebut konten yang dibuat cafe Holymoon sering berhasil masuk FYP dan beberapa konten juga sempat viral di Tik Tok seperti menu ayam terbang yang dipromosikan dalam konten Holymoon menarik perhatian banyak penonton dan tidak sedikit yang ingin mencoba menu tersebut sehingga menu ayam terbang ramai dipesan.

Gambar 4.9 Contoh Komentar Konten di Tik Tok



Dilihat dari berbagai komen yang ada, para penonton konten cafe Holymoon tertarik dengan konten yang dibuat. Terbukti dari komen-komen yang ada para penonton banyak yang meminta informasi mengenai lokasi cafe Holymoon. Dengan berbagai komentar dapat dikatakan bahwa promosi

online melalui digital konten di aplikasi Tik Tok yang dilakukan telah berhasil menarik perhatian penonton Tik Tok. dengan adanya komen yang ada hubungan dengan masyarakat juga terjalin melalui media sosial. Seperti yang dikatakan Via sebagai salah satu konsumen Holymoon yang mengaku mengetahui cafe Holymoon dari media sosial :

“Saya tahunya dari Tik Tok ya mba, pernah lewat di fyp saya. Terus saya coba searching di google tempatnya di daerah mana kemudian saya lihat-lihat menu dan ulasanya di google ternyata masih di daerah Kudus ya. Awalnya saya kira Holymoon ini ada di Jepara atau dimana soalnya saya selama di kudus belum pernah menemukan kafe yang full outdoor kayak gini, paling kalau yang full outdoor itu adanya di sekitaran Muria kalau di dekat daerah kota baru ini.”¹²

Dengan pernyataan Via di atas menandakan bahwa cafe Holymoon telah melakukan publisitas dan hubungan masyarakat melalui media sosial berupa aplikasi Tik Tok dengan membuat konten-konten di aplikasi Tik Tok.

Selain itu cafe Holymoon juga pernah menjadi tempat yang direkomendasikan oleh istri Bupati Kudus yakni Ibu Mawar Anggraeni Hartopo.

¹² Via. Transkrip wawancara. 3 Mei 2023

Gambar 4.10 Konten Bersama Ibu Mawar Hartopo



Ibu Mawar Hartopo menjadi salah satu konsumen di cafe Holymoon Kudus, dalam video yang diunggah beliau mengatakan bahwa Holymoon memiliki tempat yang berbeda dari cafe lain. Cafe Holymoon bertemakan alam dengan suasana asri, menu yang tersedia memiliki harga yang terjangkau. Hal ini membuat cafe Holymoon semakin dikenal masyarakat karena adanya publisitas yang dilakukan oleh beliau.

2. Kelebihan Strategi Promosi Menggunakan Aplikasi Tik Tok Dibanding Media Sosial Lain (Facebook dan Instagram) Sebagai Media Promosi di Holymoon Cafe Kudus

Cafe Holymoon melakukan strategi promosi dengan menggunakan sosial media yaitu Facebook, Instagram dan Tik Tok.

Gambar 4.11 Promosi di Facebook



Gambar 4.12 Promosi di Instagram



Gambar 4.13 Promosi di Tik Tok



Setiap aplikasi memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Tik Tok merupakan aplikasi yang menjadi media sosial yang saat ini banyak dipakai untuk media promosi, salah satu alasannya adalah karena Tik Tok memiliki banyak pengguna mulai dari remaja sampai dewasa. Bapak Roby menyampaikan bahwa

“Peran Tik Tok itu sendiri menjadi media sosial yang sangat membantu dalam promosi, utamanya untuk memperkenalkan produk atau menu baru yang Holymoon buat, dibandingkan dengan aplikasi lainnya Tik Tok lebih efektif untuk ajang promosi”¹³

Bapak Roby selaku *owner* (pemilik) dan manajer Holymoon menyatakan bahwa aplikasi Tik Tok sangat membantu dan cukup efektif sebagai media promosi. Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan Rafli Anwar selaku konten kreator Holymoon, yaitu :

“Kalau saya rasa sangat efektif ya, soalnya anak remaja dari kalangan SMA sampai orang dewasa juga memakai Tik Tok dan konten yang ada di Tik Tok lebih menarik dibandingkan dengan sosial media lainnya. Apalagi sekarang Tik Tok menjadi aplikasi yang sedang digemari banyak kalangan.”

Holymoon melakukan promosi melalui aplikasi Tik Tok dengan cara membuat konten-konten di Tik Tok. Holymoon memiliki tim konten kreator sendiri yang bertugas membuat konten di akun media sosial Holymoon. Dalam pembuatan konten dibuat jadwal konten atau biasa disebut *schedule content*, di dalam *schedule content* terdapat waktu dan konsep konten yang akan dibuat, jika sudah selesai dibuat kemudian dikonfirmasi terlebih dahulu kepada manajer Holymoon. Biasanya pembuatan konten dilakukan seminggu sekali atau dua kali dan juga jika Holymoon ada acara/*event* tertentu. Rafli Anwar sebagai konten kreator mengatakan, tugas konten kreator yaitu :

¹³ Roby Adiarta, Transkrip wawancara, 18 April 2023

“Yang pertama membuat konsep kontennya terlebih dahulu kemudian membuat skrip atau naskah, setelah itu melakukan take video kemudian pengeditan, setelah proses pengeditan kemudian di upload ke akun Tik Tok Holymoon”

Dalam membuat konten tentu dibutuhkan ide-ide kreatif untuk memperoleh konten yang menarik. Menurut Rafli untuk membuat konten di Tik Tok diperlukan kepintaran dan kreatifitas untuk bisa *FYP* dan viral. Dalam hal kreatifitas untuk membuat konten, tim konten kreator memiliki kreatifitas konsep konten tersendiri yang nantinya akan diajukan ke manajer Holymoon, jika disetujui oleh manajer barulah konsep tersebut dapat dipakai untuk konten. Selain memakai konsep dengan kreatifitas sendiri, tim konten creator juga mengikuti konten yang sedang viral di Tik Tok.

Di aplikasi Tik Tok, para konten kreator membuat konten semenarik mungkin agar konten yang dibuat bisa masuk *FYP* (*For Your Page*). Untuk bisa masuk *FYP*, tim konten kreator memiliki strategi dalam membuat konten. Rafli mengatakan bahwa konten yang dibuat Holymoon memiliki strategi yaitu :

“Strateginya sendiri itu membuat konten yang kekinian yang masuk diberanda itu apa saja promosi yang lagi viral, kemudian kita selalu upload video tiap hari, jadi konten yang sudah kita buat itu sekali take bisa untuk bahan untuk diupload beberapa hari kedepan jadi bukan sekali take untuk sekali upload itu bukan ya, tapi untuk beberapa kali upload di tiap harinya. Dengan demikian jadi kita aktif upload terus tiap hari.”¹⁴

Strategi yang digunakan konten kreator dalam membuat konten agar bisa masuk *FYP* adalah dengan membuat konten yang sedang viral di Tik Tok dan mengunggah video setiap hari. Untuk *take* video dilakukan seminggu sekali atau dua kali, sekali pengambilan video

¹⁴ Rafli Anwar, Transkrip wawancara, 21 April 2023

bisa untuk bahan untuk diupload beberapa hari ke depan. Setiap hari harus aktif *upload* agar konten bisa terus naik.

Karyawan Holymoon juga ikut mengambil peran dalam pembuatan konten. Fuad Fahrudin selaku karyawan cafe Holymoon mengatakan bahwa

“Pembuatan konten, sebagian saya pernah ikut serta dalam pembuatan konten sebagai peran pembantu, selain itu juga menyiapkan makanan yang mau dibuat konten.”¹⁵

Karyawan Holymoon juga ikut serta dalam pembuatan konten, mulai dari menyiapkan makanan atau minuman yang akan dipromosikan sampai ikut serta dalam pengambilan video.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Strategi Promosi Cafe Holymoon Kudus Dengan Memanfaatkan Media Sosial Melalui Aplikasi Tik Tok

a. Penerapan STP (Segmenting Targeting Positioning)

Strategi pemasaran memiliki peran penting dalam bisnis. Setiap pelaku usaha memiliki strategi masing-masing untuk bisnis yang dijalani. Apalagi semakin hari semakin banyak pesaing sehingga pelaku usaha perlu membuat strategi yang cukup jitu agar usahanya bisa tetap berjalan. Sekarang ini banyak pengusaha yang memanfaatkan promosi digital untuk memasarkan produk atau jasa yang dimiliki.

Sebelum melakukan strategi pemasaran penting melakukan dan menentukan segmentasi, target pasar, dan penempatan pasar. Hal ini dilakukan guna untuk membangun dan meningkatkan brand suatu usaha sehingga produk yang akan dijual bisa menjangkau sasaran.¹⁶ Segmentasi dari cafe Holymoon sendiri adalah anak muda dengan alasan karena anak muda peminat besar budaya nongkrong di cafe. Menu yang ada di

¹⁵ Fuad Fahrudin. Transkrip wawancara. 18 April 2023

¹⁶ Tjiptono, Fandy. Pemasaran : Esensi dan Aplikasi. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET

Holymoon juga terjangkau dengan porsi yang besar jadi sesuai dengan kantong pelajar.

Targeting yang di sasar cafe Holymoon adalah anak muda pada umumnya dan pelajar serta mahasiswa khususnya. Sekarang ini hampir seluruh pelajar dan mahasiswa telah banyak menggunakan media sosial untuk media informasi, edukasi serta hiburan. Dengan demikian strategi yang efektif untuk media promosi yaitu dengan memanfaatkan media sosial.

Dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi online menjadi cara yang efektif untuk memperoleh calon konsumen dan serta memperluas pemasaran. Dikarenakan penduduk di Indonesia bahkan di dunia mempunyai akun media sosial sehingga dapat diperkirakan jika melakukan promosi online melalui media sosial maka jangkauan pemasaran semain tidak terbatas.¹⁷

Bukan hanya untuk kebutuhan pribadi, media sosial juga digunakan dalam dunia bisnis dan saat ini ramai dipakai oleh para pebisnis. Fungsi media sosial dalam dunia bisnis adalah sebagai alat untuk melakukan promosi. Promosi menjadi hal yang penting bagi para pengusaha untuk memasarkan produk yang dijual baik produk yang berupa barang maupun jasa. Dengan melakukan promosi di media sosial akan mempermudah pengusaha untuk memperkenalkan produk secara lebih luas, efektif dan efisien sehingga bisa mencapai target yang diinginkan dan menghemat budget promosi. Banyak restoran, cafe, warung makan yang melakukan promosi di media sosial bahkan sampai viral. *Promotion Mix* atau bauran promosi adalah perpaduan atau kombinasi dari beberapa variabel yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publisitas serta hubungan masyarakat.¹⁸ Kegiatan yang dilakukan

¹⁷ Martini, Luh Kadek Budi, and Luh Komang Candra Dewi. "Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Prosiding* (2021): 38-54.

¹⁸ Basu Swastha DH, Irawan MBA. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

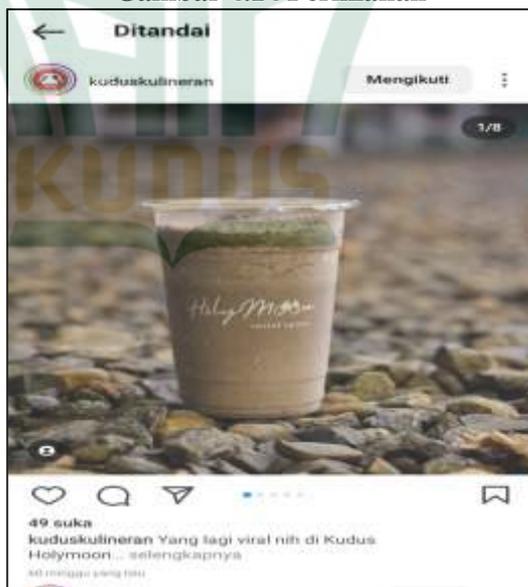
merupakan upaya untuk mencapai tujuan yaitu meningkatkan penjualan sehingga dapat menakkan angka penghasilan.

1) Periklanan

Cafe Holymoon dari sejak awal berdiri telah menggunakan media sosial salah satunya untuk pembuatan iklan. Yang menjadi salah satu alasan Cafe Holymoon memanfaatkan media sosial adalah karena target pasar Holymoon sendiri adalah anak muda, pelajar dan mahasiswa. Saat ini mulai dari anak muda hingga orang dewasa telah memakai *gadget* sehingga jika melakukan promosi di media sosial menjadi lebih luas dan lebih efektif.

Dari hasil data peneliti yang dilakukan, cafe Holymoon melakukan periklanan dengan menggunakan media sosial yaitu Instagram. Alasannya adalah karena instagram banyak digunakan oleh anak muda dan kaum milenial yang mana anak muda dan milenial menjadi target pasar cafe Holymoon, sehingga harapannya iklan yang dibuat lebih besar kemungkinan bisa tepat sasaran.

Gambar 4.14 Periklanan



Dilihat dari data yang ada cafe Holymoon melakukan iklan berbayar di Instagram yang bekerja sama dengan akun kudus kulineran (<https://instagram.com/kuduskulineran?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==>). Kudus kulineran sendiri adalah salah satu akun Instagram yang didalamnya memuat berbagai macam postingan kuliner kota Kudus yang menjadi rekomendasi bagi yang ingin menikmati kuliner di Kudus.

Selain melakukan iklan berbayar, cafe Holymoon juga melakukan pembuatan iklan mandiri di akun Instagram cafe Holymoon yang dibuat oleh tim konten kreator Holymoon. Dari data yang didapat cafe Holymoon hanya melakukan iklan secara online dengan alasan karena lebih efektif dan lebih efisien, selain itu target cafe Holymoon sendiri adalah anak muda dan milenial yang mana Instagram menjadi media sosial yang banyak digunakan.

2) Penjualan Personal

Penjualan personal juga dilakukan cafe Holymoon, yang melakukan penjualan personal di cafe Holymoon yaitu karyawan Holymoon. Selain konten creator yang membuat promosi di aplikasi Tik Tok dengan membuat konten, karyawan juga melakukan penjualan personal dengan menawarkan produk secara langsung kepada konsumen.

Gambar 4.15 Karyawan melakukan Penawaran Kepada Konsumen



Dalam penjualan personal yang dilakukan oleh karyawan cafe Holymoon pada saat berhadapan langsung dengan konsumen ketika konsumen hendak melakukan pemesanan dibagian kasir. Karyawan Holymoon menawarkan menu yang menjadi menu andalan atau menu yang sedang dipromosikan. Terkadang karyawan mendapati konsumen yang mencari menu favoritnya kemudian karyawan merekomendasikan menu yang menjadi selera konsumen tersebut. Jika Holymoon mengadakan promosi, karyawan memberikan informasi kepada konsumen dengan menawarkan produk atau menu yang dipromosikan. Dengan upaya tersebut diharapkan penjualan semakin meningkat dan menu yang dipromosikan lebih dikenal konsumen.

3) Promosi Penjualan

Hasil dari penelitian cafe Holymoon melakukan promosi penjualan dengan menggunakan media sosial yaitu Facebook,

Instagram dan Tik Tok. berikut adalah akun media sosial yang digunakan oleh cafe Holymoon.

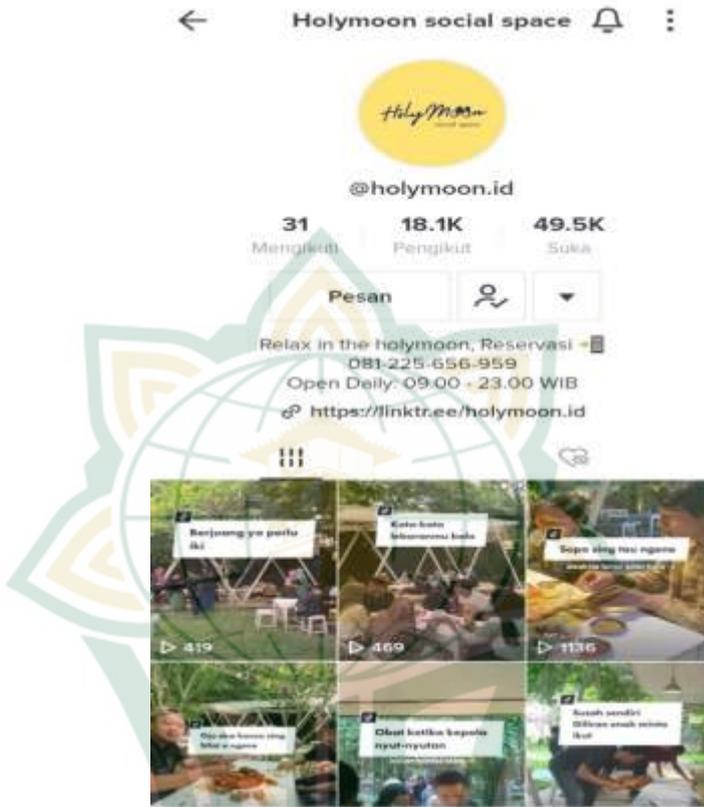
Gambar 4.16 Akun Facebook cafe Holymoon



Gambar 4.17 Akun Instagram cafe Holymoon



Gambar 4.18 Akun Tik Tok cafe Holymoon



Dari beberapa media sosial yang digunakan sebagai media promosi penjualan, Tik Tok menjadi prioritas promosi penjualan di Cafe Holymoon Kudus. Akun Tik Tok yang dimiliki cafe Holymoon sudah memiliki ribuan pengikut (*followers*). Jika dilihat dari banyaknya pengikut (*followers*) dan *like* (suka) yang telah didapat oleh akun Tik Tok cafe Holymoon, dapat dikatakan pemanfaatan aplikasi Tik Tok sebagai media promosi telah berhasil menarik perhatian warga Tik Tok dan dapat dikatakan juga cafe Holymoon telah berhasil melakukan promosi online melalui digital konten. Dalam konten yang diunggah terdapat

banyak komentar positif mengenai cafe Holymoon dan tidak sedikit para penonton konten yang ingin datang ke cafe Holymoon untuk mencoba menu yang ada di cafe Holymoon.

Aplikasi Tik Tok menjadi media sosial yang saat ini sedang diprioritaskan oleh cafe Holymoon karena aplikasi Tik Tok sedang viral di media sosial dan dipakai oleh banyak orang dari berbagai kalangan mulai dari anak muda hingga orang dewasa sehingga promosi yang dilakukan menjadi lebih efektif.

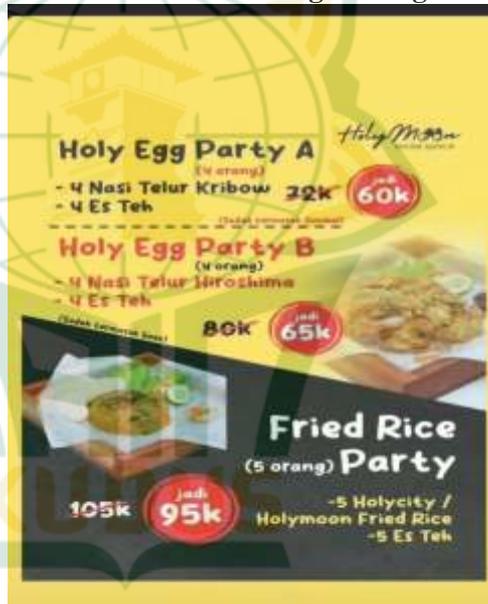
Cafe Holymoon melakukan promosi melalui Tik Tok dengan membuat konten-konten yang sedang viral. Terkadang konten yang dibuat merupakan hasil dari ide tim konten kreator Holymoon sendiri. Tim konten kreator cafe Holymoon memiliki tugas membuat konten mulai dari menentukan konsep konten, mencari *talent*, melakukan *take video*, *editing*, hingga mengunggah konten ke media sosial Holymoon.

Ada beberapa strategi yang bisa digunakan dalam melakukan promosi online di Tik Tok. yaitu fitur *FYP (Four Your Page)*. *FYP* sendiri merupakan kumpulan video yang sedang populer di Tik Tok. Ada beberapa cara yang dipakai agar konten yang dibuat bisa *masuk FYP (Four Your Page)* atau bahkan bisa viral. Penggunaan *Hashtag* menjadi salah satu cara agar konten yang dibuat bisa masuk *FYP*, dengan menyertakan *Hashtag* dalam pembuatan konten akan menjadi lebih tersistem. Fitur *Hashtag* memiliki fungsi yaitu mengelompokkan konten dibuat sehingga konten yang telah dibuat akan lebih terorganisir.¹⁹

¹⁹ Pratiwi, Putri Septi, et al. "Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok)." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6.1 (2021): 83-94.

Selain menggunakan *Hashtag*, cara lain untuk bisa masuk *FYP* adalah dengan membuat konten-konten yang sedang viral seperti yang dilakukan oleh Cafe Holymoon. Tim konten kreator cafe Holymoon membuat konten di Tik Tok dengan mengikuti trend konten yang sedang viral dengan harapan konten yang dibuat bisa masuk *FYP*. Selain mengikuti konten yang sedang viral tim konten kreator Holymoon juga membuat konten dari kreatifitas sendiri.

Gambar 4.19 Potongan Harga



Gambar di atas merupakan salah satu bentuk promosi penjualan cafe Holymoon yang dilakukan dengan cara memberikan potongan harga pada menu tertentu dengan persyaratan pembelian. Selain itu cafe Holymoon juga melakukan promosi melalui pesan antar yakni Grabfood, Gofood dan Shopee Food. Cafe Holymoon juga pernah terjalin kerjasama dengan berbagai brand seperti Samsung

dan Superskin Kudus dengan cara tukar *voucher* dengan persyaratan minimal pembelanjaan. Hal ini disampaikan langsung oleh manajer cafe Holymoon dalam wawancara dengan penulis.

4) Publisitas dan hubungan masyarakat

Publisitas dalam pemasaran adalah suatu kegiatan promosi produk baik barang maupun jasa kepada publik.²⁰ Cafe Holymoon melakukan publisitas dengan menggunakan media sosial. Cafe Holymoon pernah dikunjungi oleh istri dari Bupati Kudus yaitu ibu Mawar Anggreani Hartopo. Beliau pernah merekomendasikan kepada warga Kudus mengenai cafe Holymoon di sosial media pribadinya, beliau menyatakan bahwa cafe Holymoon adalah tempat nongkrong yang nyaman dengan harga yang terjangkau. Dengan adanya publisitas yang dilakukan Ibu Mawar Hartopo ini semakin memperluas promosi cafe Holymoon. Selain itu tidak sedikit selebgram dan seleb Tik Tok seperti Kajibambong, Salmazuu, Riamerpati, Anantaanastasi, dan masih banyak lagi yang merekomendasikan cafe Holymoon sebagai tempat nongkrong yang nyaman dan murah. Cafe Holymoon juga pernah menjadi tempat untuk santunan anak yatim piatu dan memberikan minuman secara gratis kepada mereka. Cafe Holymoon dengan jumlah pengikut yang cukup banyak di akun Tik Toknya tentu menjadikan cafe Holymoon semakin dikenal banyak orang sehingga pemasaran menjadi lebih luas.

Cafe Holymoon Kudus melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial yaitu Facebook, Instagram dan Tik Tok. Namun Tik Tok menjadi media sosial utama yang dimanfaatkan

²⁰ Liliweri, Alo. *Komunikasi serba ada serba makna*. Kencana, 2010

sebagai media promosi. Promosi yang dilakukan di Tik Tok yaitu membuat konten-konten secara konsisten setiap harinya dengan mengikuti trend konten yang ada dan kreatifitas tim konten kreator Holymoon sendiri. Cafe Holymoon melakukan strategi promosi dengan bekerja sama bersama selebgram dan Tik Toker Kudus seperti Kajibambong, Salmazuu, Riamerpati, Anantaanastasi, dan masih banyak lagi.

2. Analisis Kelebihan Strategi Promosi Menggunakan Aplikasi Tik Tok Dibanding Media Sosial Lain (Facebook dan Instagram) Sebagai Media Promosi di Holymoon Cafe Kudus

Cafe Holymoon melakukan promosi dengan memanfaatkan aplikasi Tik Tok melalui pembuatan konten. Sekarang ini banyak pengusaha yang memanfaatkan Tik Tok sebagai strategi pemasaran dan promosi karena banyak keuntungan yang didapat. Cafe Holymoon juga melakukan promosi di media sosial lain yaitu Facebook dan Instagram. Namun dari hasil data yang diperoleh aplikasi yang lebih efektif untuk media promosi yang telah digunakan adalah aplikasi Tik Tok. Jika dilihat dari promosi di media sosial yaitu Facebook, Instagram dan Tik Tok yang ada. Yang mempunyai paling banyak *viewers* (penonton) dan *like* adalah media sosial Tik Tok. hal tersebut menjadi alasan mengapa cafe Holymoon lebih memprioritaskan Tik Tok sebagai media promosi dibandingkan dengan media sosial lain.

Tabel 4.2 Perbandingan Media Sosial yang Digunakan

Facebook	Instagram	Tik Tok
<ul style="list-style-type: none"> • Holymoon Social Space Kudus • 33 pengikut • 30 suka • Memiliki paling 	<ul style="list-style-type: none"> • holymoonindonesia • 3.903 pengikut • 195 postingan • Memiliki paling banyak 22.000 	<ul style="list-style-type: none"> • holymoon.id • 18.000 pengikut • 49.600 suka • Memiliki paling banyak 37.400

Facebook	Instagram	Tik Tok
banyak 76 tayangan	penonton (<i>viewers</i>)	penonton (<i>viewers</i>)

Jika dilihat dari penggunaan media sosial yang ada, aplikasi Tik Tok memiliki lebih banyak pengikut dan penonton dibandingkan dengan Facebook dan Instagram. Jadi hal tersebut menjadi alasan penggunaan aplikasi Tik Tok sebagai media promosi lebih unggul dan lebih efektif dibandingkan dengan media sosial yang lain. Pemanfaatan aplikasi Tik Tok sebagai media promosi memiliki beberapa kelebihan, yaitu :

Pertama, aplikasi Tik Tok menjadi aplikasi yang sedang trend di media sosial. Tik Tok memiliki pengguna dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, pelajar, mahasiswa hingga orang dewasa. Tik Tok menghadirkan konten-konten yang unik dan penuh hiburan. Banyak orang tertarik menonton Tik Tok sebagai hiburan yang menyegarkan. Selain itu konten yang ada di Tik Tok juga terdapat konten edukasi dan pembelajaran. Tik Tok menjadi pilihan para konten kreator untuk membuat konten karena lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan Facebook dan Instagram. Karena hal tersebut, Tik Tok menjadi media sosial yang mempunyai potensi yang besar sebagai media promosi online untuk para pelaku usaha dan konten kreator.²¹ Pelaku bisnis perlu membuat strategi promosi yang tepat sehingga target yang diinginkan dapat tercapai.

Kedua, lebih cepat meningkatkan *brand awareness*. *Brand awareness* (pengetahuan merek) memiliki peran penting dalam sebuah usaha.²² *Image* yang dibangun oleh cafe Holymoon sendiri adalah cafe yang bernuansa alam

²¹ Oktavia, Ria Ayu. "Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Pemasaran Produk." *Technopreneuship* (2021).

²² Hendro, C.R., & Hidayat,W.(2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang.Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 7(4), 177-184

dengan menu yang enak dan harga terjangkau. Jika dibandingkan dengan Instagram atau media sosial lain, Tik Tok lebih unggul dalam meningkatkan *brand awareness*. Hal ini dikarenakan selain Tik Tok menjadi media sosial yang sedang trend saat ini, akun Tik Tok cafe Holymoon juga lebih banyak pengikut/*follower* dari pada akun Facebook dan Instagram yang dimiliki, sehingga lebih cepat dalam meningkatkan *brand awareness*. Dengan memanfaatkan aplikasi Tik Tok cafe Holymoon bisa meningkatkan *brand awareness* lebih cepat dengan konsisten dalam membuat dan mengunggah konten di akun Tik Tok dan mengikuti konten yang sedang viral. Dengan menggunakan media sosial juga dapat meminimalisir biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk promosi.

Ketiga, memiliki pengaruh besar terhadap keputusan konsumen. Melakukan promosi online di aplikasi Tik Tok lebih mudah diingat konsumen sehingga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk dibandingkan dengan media sosial Facebook dan Instagram yang dimiliki cafe Holymoon. Di Tik Tok sendiri banyak selebgram dan Tik Toker yang mempromosikan suatu produk tertentu yang membuat warga Tik Tok berkeinginan untuk mencoba produk yang dipromosikan. Cafe Holymoon sendiri melakukan hal yang sama, yaitu dengan bekerjasama dengan para Selebgram dan Tik Toker untuk promosi seperti Kajibambong, Salmazuu, Riamerpati, Anantaanastasi, dan masih banyak lagi.. Jika produk yang dipromosikan lebih mudah dikenal konsumen maka keputusan pembelian produk yang ditawarkan akan lebih besar.²³

Bisa dikatakan bahwa pemanfaatan media sosial melalui aplikasi Tik Tok sebagai media promosi dengan membuat konten yang ada di cafe Holymoon telah berhasil

²³ Yuliana, Y. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tik Tok Cigaro Pada PT. Indosari Mandiri" (Doctoral dissertation, Universitas Buddhi Dharma).

dan mengenai target pasar dengan dibuktikan bahwa banyak konsumen mengetahui cafe Holymoon melalui konten yang ada di akun resmi cafe Holymoon.

