

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Kesimpulan yang bisa ditarik dari hasil dan pembahasan penelitian yang telah ada tentang “Pemanfaatan Media Sosial dengan Aplikasi Tik Tok sebagai Media Promosi di Holymoon Cafe Kudus” adalah sebagai berikut :

1. Cafe Holymoon Kudus melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial yaitu Facebook, Instagram dan Tik Tok. Dan menjadikan Tik Tok sebagai media promosi yang diprioritaskan karena memiliki kelebihan dibandingkan dengan media sosial lain. Promosi yang dilakukan di Tik Tok yaitu membuat konten-konten secara konsisten setiap harinya dengan mengikuti trend konten yang ada dan kreatifitas tim konten creator Holymoon sendiri. Cafe Holymoon melakukan strategi promosi dengan bekerja sama bersama selebgram dan Tik Toker Kudus. Selain itu cafe Holymoon telah melakukan *promotion mix* atau bauran promosi yaitu melakukan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas serta hubungan masyarakat.
2. Kelebihan dari pemanfaatan aplikasi Tik Tok sebagai media promosi di cafe Holymoon adalah *Pertama*, Tik Tok menjadi aplikasi yang sedang trend di media sosial dan lebih banyak digunakan dibandingkan dengan media sosial lain seperti Instagram dan Facebook. *Kedua*, lebih cepat meningkatkan *brand awareness*. Tik Tok dimanfaatkan untuk media promosi karena menjadi media sosial yang sedang diminati banyak orang, sehingga lebih mudah melakukan promosi dan meningkatkan *brand awareness*. *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 lain.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti. Terdapat beberapa saran dari peneliti untuk Cafe Holymoon Kudus, harapannya dapat menjadi bahan pertimbangan untuk kedepannya menjadi lebih baik. Diantaranya yaitu :

1. Promosi yang dilakukan cafe Holymoon dengan membuat konten di Tik Tok sudah cukup konsisten, namun lebih baiknya konten yang dibuat dikemas lebih menarik dan lebih professional dengan merekrut talent yang lebih berbakat dalam beracting dan menambah kerjasama dengan selebgram atau Tik Toker sehingga penonton menjadi lebih tertarik melihat konten yang disajikan.
2. Dalam pembuatan konsep konten terkadang masih terjadi perbedaan pendapat antara tim konten creator dengan manajer cafe Holymoon. Alangkah baiknya konsep yang akan digunakan dalam konten yang dibuat didiskusikan kembali supaya tidak terjadi miskomunikasi sehingga konsep yang dihasilkan sesuai dengan pemikiran kedua belah pihak.
3. Sebaiknya promosi yang dilakukan cafe Holymoon bukan hanya difokuskan di Tik Tok saja, namun juga dikembangkan lagi promosi di akun media sosial lain yang telah dimiliki seperti Instagram dan Facebook sehingga dapat memperluas jangkauan promosi dan mendapatkan konsumen lebih banyak lagi.

