

BAB II

DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Sejarah dan Profil “Santai Clubhouse”

Santai Clubhouse memiliki tiga founder yang diantaranya yaitu Denni dan Mories yang mengambil peran penting dalam pengoperasian Santai Clubhouse. Denni berperan sebagai owner sekaligus manajer operasional dan HRD sedangkan Moris sebagai owner sekaligus creative director, marketing dan finance-nya. Santai Clubhouse didirikan pada bulan Juni 2023. Awal mula Santai Clubhouse dibentuk saat para founder berkumpul dan muncul ide untuk membentuk sebuah coffe shop untuk tempat bermain, berkumpul bersama teman-teman, ataupun dibikin seperti rumah ke dua untuk customer sehingga dengan keputusan bersama itulah Santai Clubhouse itu didirikan. Santai Clubhouse didirikan dengan konsep homie, sehingga para konsumen bisa dengan nyaman menghabiskan waktu mereka seperti di rumah sendiri (Denni, 2024). Santai Clubhouse berlokasi di Jalan R.W. Monginsidi no. 19, Karangwaru, Kec. Tegalrejo, Kota Yogyakarta dan beroperasi setiap hari mulai pukul 08.00am hingga pukul 11.00pm. Memiliki lokasi yang cukup strategis dan tidak berjarak jauh dari kampus dan tempat wisata lainnya membuat santai clubhouse menjadi salah satu coffee shop yang bisa digunakan untuk setiap orang yang ingin menghabiskan waktunya dengan santai dan nyaman.

Mengambil konsep homie dengan mengangkat lifestyle, Santai Clubhouse tidak hanya sekedar menawarkan minuman saja, tetapi juga menyediakan setiap

spot foto yang tiap sudutnya di design sedemikian rupa seperti di dalam rumah sendiri. Untuk itu santai clubhouse menyediakan kursi, sofa yang nyaman untuk setiap konsumen bisa nyaman dalam bercengkrama satu sama lain, wifi yang memadai, spot-spot foto unik seperti spot listening room yang menjadi salah satu identitas dari Santai Clubhouse. Dengan mengusung tema homie, konsumen juga diperbolehkan membawa binatang peliharaannya saat datang ke santai clubhouse dan disediakan spot khusus bagi customer yang membawa makanan dari luar untuk disantap. Sehingga benar-benar hamper tidak ada larangan khusus bagi setiap orang yang ingin berkunjung ke Santai Clubhouse karena konsep itu sendiri yaitu sebagai rumah ke dua bagi konsumen.

B. Visi, Misi, Makna Logo “Santai Clubhouse”



Gambar 2.1.

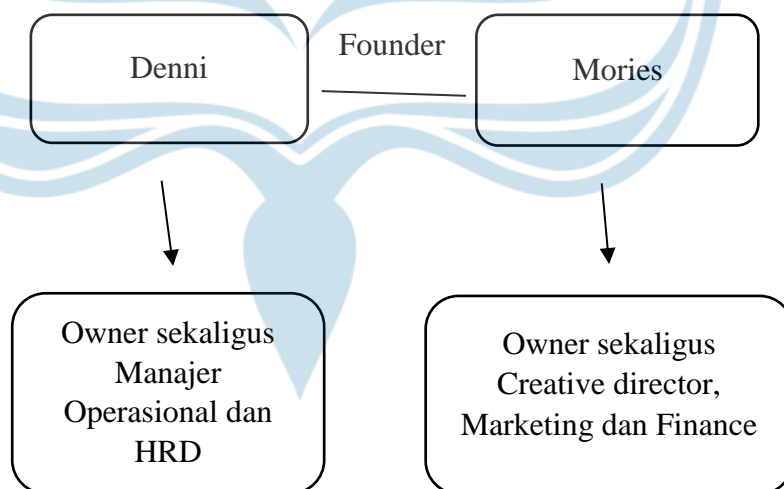
Logo “Santai Clubhouse”

Visi dari Santai Clubhouse yaitu menjadikan Santai Clubhouse sebagai tempat pulang atau rumah kedua untuk setiap konsumen saling bercengkrama satu

sama lain. Misi dari Santai Clubhouse yaitu selalu memberikan pelayanan yang baik, memberikan inovasi-inovasi baru, serta bisa expand ke luar pulau jogja, seperti ke Bali, Jakarta, dan lain-lain.

Logo santai itu adalah gambar petani yang sekilas mirip seperti gelas mocktail tapi sebenarnya itu adalah topi petani terbalik. Santai clubhouse mengusung logo tersebut karena sesuai dengan namanya dan kata Denni, petani dalam menunggu panennya tiba, selalu ditunggu dengan santai seperti dalam logonya petani memegang topi sambil sedikit berbaring. Sama seperti saat datang ke Santai Clubhouse, setiap orang diberikan waktu masing-masing untuk bebas mengekspresikan dirinya bersantai di Santai clubhouse. (Denni, 2024)

C. Struktur Manajemen “Santai Clubhouse”



Gambar 2.2

Struktur Manajemen “Santai Clubhouse”

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Santai Clubhouse dipimpin langsung oleh para founder atau ownernya seperti Denni yang merangkap menjadi manajer operasional dan HRD, serta Mories yang merangkap jadi creative director, marketing dan finace. Para owner ini saling bekerja sama dalam tiap pembagian tugas yang diberikan. Namun yang selalu berperan aktif hanya Denni dan Mories untuk menjalankan Santai Clubhouse dengan jobdescnya masing-masing (Denni, 2024). Denni yang merangkap menjadi Manajer operasional dan HRD bertugas untuk bertanggung jawab atas hasil kerja dari setiap bidang yang ada di santai clubhouse dan mengelola pengembangan sumber daya manusia yang bekerja di santai clubhouse dengan cara melakukan pengawasan, perencanaan kegiatan, serta pengembangan SDM yang didasarkan pada peraturan yang berlaku. Sedangkan Mories yang merangkap sebagai Owner sekaligus creative director, marketing dan finace bertugas untuk mengontrol pemasaran yang terjadi di Santai Clubhouse melalui media sosial maupun pemasaran secara langsung dengan konsumen, serta mengatur administrasi pengeluaran atau pemasukan yang terjadi selama masa pemasaran di santai clubhouse dan pembayaran gaji karyawan.

D. Media Sosial “Santai Clubhouse”

Santai Clubhouse mempunyai dua akun media sosial yaitu instagram dan tiktok, namun dalam hal mempromosikan produknya Santai Clubhouse menggunakan media sosial instagramnya yaitu @santai_____. Menurut Denni akun media sosial instagram dianggap mengambil peran penting dalam mempromosikan Santai Clubhouse hingga bisa lebih dikenal banyak orang seperti

sekarang. Media sosial instagram sudah dibentuk ketika santai clubhouse didirikan yaitu pada tahun 2023 yang hingga kini memiliki 6.656 followers dengan jumlah post sebanyak 67 post.

Tentunya dengan perkembangan akun instagram santai clubhouse yang begitu cepat, didukung juga dengan Mories yang bertugas sebagai marketing dan melakukan promosi baik di akun instagram @santai_____ maupun secara offline. Untuk promosi melalui akun media sosial instagram, santai clubhouse menggunakan fitur instastory, posting lewat feed, promosi melalui reels instagram, serta menggunakan fitur tagar agar lebih mudah dijangkau konsumen. Santai Clubhouse juga sering melakukan kolaborasi dengan berbagai komunitas dan mempromosikannya lewat instastory agar bisa diketahui oleh konsumen serta mengajak konsumen juga untuk ikut serta mengikuti kegiatannya. Hal tersebut merupakan strategi marketing untuk menarik perhatian konsumen untuk sering datang berkunjung dan mengikuti berbagai event yang diadakan oleh santai clubhouse. Tidak hanya melalui instastory, Santai clubhouse dalam mengupload konten di feed instagram menggunakan caption yang menarik dan singkat untuk memberikan informasi kepada konsumen. Terkadang Santai clubhouse juga menggunakan tagar yakni #SantaiClubHouse. Fitur tagar ini juga berfungsi dalam memudahkan konsumen mencari informasi mengenai Santai Clubhouse. Sehingga promosi yang dilakukan melalui akun instagram @santai_____ berjalan dengan baik dengan peningkatan followers yang terus bertambah tanpa adanya manipulasi seperti membeli followers.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian melalui wawancara secara langsung dengan dua narasumber. Wawancara yang dilakukan pada narasumber pertama yaitu Denni dilakukan pada 13 April 2024 di Santai Clubhouse. Denni menjabat sebagai owner/founder yang merangkap sebagai manajer operasional dan HRD yang menjabat dari awal Santai Clubhouse didirikan yaitu pada tahun 2023-sekarang. Wawancara ke dua dilakukan pada narasumber ke dua yaitu Mories pada tanggal 14 April 2024 secara online zoom. Mories menjabat sebagai owner/founder namun merangkap juga sebagai creative director, marketing dan finance sejak Santai clubhouse didirikan yaitu pada tahun 2023-sekarang. Peneliti memilih kedua narasumber untuk di wawancarai terkait pengoperasian Santai clubhouse dan pemasarannya di media sosial instagram. Meskipun sama-sama sebagai founder Denni dan Mories sama-sama merangkap berbagai kordinasi dalam menjalankan Santai Clubhouse ini.