

BAB II

DESKRIPSI INSTITUSI/ KLIEN DAN PROGRAM KOMUNIKASI

2.1 Gambaran Umum Klien

Taigersprung merupakan restaurant dimsum autentik halal. Taigersprung merupakan restoran yang bergerak di bidang kuliner, khususnya dalam menyajikan hidangan dimsum autentik halal dengan cita rasa tinggi. Selain fokus pada penyediaan makanan dan minuman, Taigersprung juga aktif dalam mengembangkan berbagai produk dan layanan yang mendukung pengalaman kuliner pelanggan. Restoran ini menyediakan beragam menu andalan, mulai dari dimsum klasik seperti hakau, siomay, dan bakpao, hingga varian kreatif seperti dimsum dengan isian keju, jagung, atau saus spesial. Selain dimsum, Taigersprung juga menawarkan hidangan lain seperti mie tarik bebek, nasi hainam ayam cha siu, mie sechuan sapi, dan berbagai pilihan minuman segar yang melengkapi sajian utama.

Selain menyajikan makanan di tempat, Taigersprung juga menyediakan produk dimsum frozen yang dapat dibeli dan dibawa pulang oleh pelanggan. Produk frozen ini memungkinkan konsumen untuk menikmati hidangan Taigersprung kapan saja di rumah, sehingga memperluas jangkauan layanan restoran ini. Taigersprung juga dikenal dengan konsep restoran yang unik, terinspirasi dari suasana film-film Cina klasik, yang menciptakan atmosfer makan yang berbeda dan menarik bagi pengunjung.

Taigersprung memiliki tagline yaitu “No.1 dimsum di Jawa Tengah.” Taigersprung sendiri sudah memiliki empat cabang yaitu di Kota Solo dan Kota Yogyakarta dan telah menjadi salah satu restoran dimsum pilihan masyarakat Yogyakarta. Pada bulan Juli 2024 Taigersprung membuka cabangnya di Kota Semarang tepatnya di jalan Erlangga Barat 7. Taigersprung tidak hanya menyediakan menu dimsum saja, terdapat menu lain seperti mie tarik bebek, nasi hainam ayam cha siu, mie sechuan sapi, bahkan terdapat dimsum frozen yang dapat dibawa pulang dan

masih banyak berbagai menu yang lainnya. Taigersprung juga memiliki konsep restoran yang unik seperti di film-film Cina pada zaman dahulu.

Meskipun telah berhasil membangun reputasi yang kuat di Yogyakarta dan Solo, Taigersprung masih menghadapi tantangan dalam menjangkau pasar Semarang. Banyak konsumen di Semarang yang belum mengetahui keberadaan restoran ini, sehingga brand awareness-nya masih terbatas. Tantangan ini semakin berat mengingat persaingan yang ketat dengan kompetitor lain yang sudah lebih mapan di Semarang, seperti Winglok, Wingheng, dan Monkeybaa, yang telah memiliki basis pelanggan yang loyal. Untuk mengatasi hal ini, Taigersprung perlu mengoptimalkan strategi pemasaran dan promosi, baik melalui media sosial, event-event kreatif, maupun kolaborasi dengan pihak-pihak terkait, guna meningkatkan visibility dan menarik minat konsumen di Semarang. Dengan potensi besar yang dimilikinya, Taigersprung memiliki peluang untuk menjadi salah satu restoran dimsum terkemuka di Semarang, asalkan mampu mengatasi tantangan persaingan dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen setempat.

2.2 Produk atau layanan yang menjadi objek program:

Dengan analisis situasi yang telah dilakukan, diperlukan adanya media promosi baru yang mampu meningkatkan brand awareness Taigersprung Semarang melalui dua pendekatan utama, yaitu offline event dan social media promotion. Dalam hal ini, social media promotion difokuskan untuk membangun citra brand Taigersprung di platform media sosial, terutama Instagram, dengan menyajikan konten-konten menarik seputar menu makanan unggulan, promo spesial, serta informasi mengenai event-event yang diselenggarakan. Konten-konten tersebut dirancang untuk menarik perhatian calon konsumen, meningkatkan engagement, dan memperkuat positioning brand sebagai restoran yang modern, kreatif, dan ramah bagi berbagai kalangan. Selain itu, penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Stories, Reels, dan Highlights juga dimanfaatkan untuk memaksimalkan jangkauan dan interaksi dengan audiens.

Sementara itu, offline event dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada konsumen, sehingga mereka dapat merasakan secara nyata keunikan dan kualitas yang ditawarkan oleh Taigersprung. Melalui event seperti Dim-Fun Cooking Class dan Taigersprung Jalan-Jalan, brand tidak hanya meningkatkan awareness, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan konsumen. Event semacam ini memberikan kesempatan bagi konsumen untuk berinteraksi langsung dengan produk dan layanan Taigersprung, sekaligus menciptakan nilai tambah bagi brand melalui pengalaman yang baru dan berbeda dari kompetitor. Dengan menggabungkan strategi social media promotion dan offline event, Taigersprung dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan loyalitas konsumen, dan menciptakan diferensiasi brand yang kuat di pasar Semarang.

2.3 Deskripsi stakeholder internal dan eksternal yang relevan dengan program:

Pada rangkaian kegiatan Taigersprung, keterlibatan berbagai pihak sangat diperlukan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan acara. Terdapat dua stakeholder yang berperan penting, yaitu stakeholder internal dan stakeholder eksternal. Stakeholder internal mencakup Supervisor (SPV) yang bertanggung jawab mengawasi jalannya acara, tim marketing yang merancang strategi promosi dan branding, serta tim media sosial Taigersprung yang mengelola konten dan interaksi di platform digital seperti Instagram. Kolaborasi antar tim internal dengan tim karya bidang sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh aspek acara, mulai dari perencanaan hingga eksekusi, berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Sementara itu, stakeholder eksternal meliputi konsumen yang menjadi target utama acara, peserta offline event yang terlibat langsung dalam kegiatan seperti Dim-Fun Cooking Class dan Taigersprung Jalan-Jalan, serta pihak vendor yang menyediakan berbagai kebutuhan logistik dan teknis, seperti peralatan memasak, genset, dan sound system. Selain itu, pihak kampus sebagai lokasi penyelenggaraan event dan pihak pemilik venue juga termasuk dalam stakeholder eksternal yang

berperan dalam menyediakan fasilitas dan memastikan kelancaran operasional di lokasi acara. Koordinasi antara stakeholder internal dan eksternal ini sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi peserta, memastikan acara berjalan sesuai rencana, dan mencapai tujuan promosi serta peningkatan brand awareness Taigersprung. Dengan melibatkan berbagai pihak secara efektif, acara dapat berjalan dengan lancar dan memberikan dampak yang maksimal bagi perkembangan brand.

2.4 Program-program komunikasi yang telah dilaksanakan untuk membangun hubungan dengan para stakeholder:

Taigersprung telah menerapkan berbagai strategi komunikasi yang komprehensif untuk membangun citra brand yang kuat dan meningkatkan awareness di kalangan masyarakat. Salah satu strategi utama yang dilakukan adalah dengan membuat konten-konten menarik dan informatif di platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok Taigersprung. Konten-konten tersebut dirancang untuk menampilkan keunikan menu makanan, promo menarik, serta kegiatan-kegiatan kreatif yang dilakukan oleh brand, sehingga mampu menarik perhatian dan meningkatkan engagement dengan audiens. Selain itu, Taigersprung juga aktif melakukan kolaborasi dengan influencer, Key Opinion Leaders (KOL), dan online media untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun kepercayaan publik terhadap brand. Kolaborasi ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas, tetapi juga menciptakan citra positif dan relevan di mata konsumen, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Adapun kolaborasi yang dilakukan seperti bekerja sama dengan influencer kuliner ternama di Instagram atau TikTok, seperti:

- Menggunakan KOL local @doyanmakan atau @kulineransemarang, untuk membuat konten review atau unboxing menu-menu unggulan Taigersprung. Konten ini dapat mencakup video mencicipi makanan, tips memilih menu, atau pengalaman berkunjung ke outlet Taigersprung.

- Taigersprung bermitra dengan media online lokal atau nasional, seperti DetikFood, Kumparan, atau Semarangpos.com, untuk mempublikasikan artikel atau feature tentang keunikan menu, event, atau konsep bisnis Taigersprung. Media online juga dapat membantu menyebarkan informasi promo atau diskon khusus.
- Taigersprung juga mengundang food blogger ternama, seperti @makanajabang atau @foodiesemarang, untuk mencicipi dan mereview menu-menu terbaru. Hasil review tersebut dapat dibagikan melalui blog pribadi atau akun media sosial mereka.

Selain strategi digital, Taigersprung juga mengembangkan layanan paket wedding sebagai bagian dari upaya diversifikasi produk dan layanan. Paket wedding ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan pengalaman makan yang spesial dan berkesan dalam momen penting mereka. Dengan menawarkan paket wedding, Taigersprung memberikan nilai tambah yang melekat pada brand sehingga membuatnya lebih unik dan berharga di mata konsumen. Melalui kombinasi strategi komunikasi yang meliputi konten media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan penawaran layanan khusus, Taigersprung berhasil membangun citra brand yang modern, kreatif, dan dekat dengan kebutuhan konsumen, sekaligus memperkuat posisinya di pasar kuliner Semarang.