

BAB II

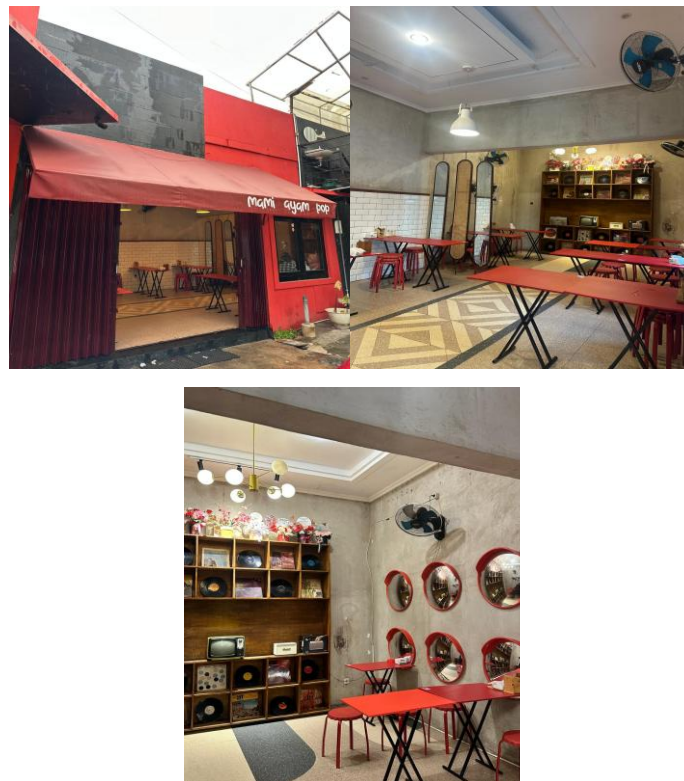
DESKRIPSI KLIEN DAN PROGRAM KOMUNIKASI

Bab ini membahas profil Mami Ayam Pop sebagai klien, mulai dari latar belakang usaha, perkembangan bisnis, hingga konsep brand yang mengusung cita rasa autentik Minangkabau dengan sentuhan modern. Uraian dalam bab ini mencakup positioning Mami Ayam Pop sebagai brand spesialis ayam pop yang menghadirkan pengalaman kuliner tradisional rasa kekinian bagi generasi muda. Selain itu, bab ini juga membahas identitas visual dan strategi branding Mami Ayam Pop dalam membangun kedekatan dengan konsumen melalui pendekatan yang kreatif, interaktif, dan relevan dengan budaya digital. Pada bagian akhir, dijelaskan gambaran umum produk, meliputi variasi menu, inovasi produk, strategi harga, serta konsep pelayanan yang mendukung citra Mami Ayam Pop sebagai brand kuliner yang terjangkau dan kompetitif.

1.1 Gambaran Umum Klien

Mami Ayam Pop merupakan usaha kuliner yang berasal dari Kota Semarang dan mulai berdiri pada 3 Juli 2025. Berlokasi di Jalan Veteran No. 3A, Lemponsari, Mami Ayam Pop hadir dengan konsep menu ayam pop yang dikemas lebih modern dan menyesuaikan selera anak muda. Ide awal usaha ini bermula ketika pemilik mencoba membuat ayam pop untuk suaminya yang menyukai masakan tersebut. Setelah mendapatkan respons yang positif, resep kemudian dikembangkan menjadi produk kuliner yang memiliki cita rasa khas dan dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Sejak awal berdiri, Mami Ayam Pop tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, tetapi juga berusaha membangun pengalaman kuliner yang berbeda melalui perpaduan antara cita rasa tradisional Minangkabau dan sentuhan modern. Hal tersebut tercermin melalui tagline “Mami Ayam Pop – More Than Just Ayam Pop” yang menunjukkan bahwa brand ini ingin menghadirkan pengalaman makan yang lebih beragam dan tidak sekadar menjual menu ayam pop pada umumnya. Konsep modern yang diusung terlihat dari inovasi produk, pilihan sambal, hingga cara penyajian makanan yang dibuat lebih relevan dengan gaya konsumsi generasi muda saat ini.

Dalam membangun identitas visual, Mami Ayam Pop menggunakan palet warna biru tua, merah, marun, oranye, dan krem sebagai elemen utama brand. Pemilihan warna tersebut bertujuan untuk merepresentasikan karakter brand yang hangat, kuat, modern, namun tetap memiliki nuansa tradisional. Warna biru tua digunakan untuk membangun kesan profesional dan tegas, sedangkan merah dan marun merepresentasikan semangat serta cita rasa khas yang kuat. Sementara itu, warna oranye dan krem dipilih untuk menciptakan kesan yang lebih hangat, ramah, dan dekat dengan konsumen. Melalui pendekatan visual tersebut, Mami Ayam Pop ingin membangun citra sebagai brand kuliner tradisional yang tetap relevan dengan budaya digital dan gaya hidup anak muda.



Gambar 2. 1 Toko Mami Ayam Pop

Mami Ayam Pop memposisikan diri sebagai brand kuliner ayam pop yang menghadirkan cita rasa khas Minangkabau dengan konsep yang lebih modern dan dekat dengan gaya hidup generasi muda. Melalui inovasi pada menu, sambal, hingga cara penyajian, Mami Ayam Pop berupaya menawarkan pengalaman kuliner yang tidak hanya berfokus pada rasa, tetapi juga memberikan kesan yang lebih interaktif dan relevan dengan preferensi konsumen saat ini. Melalui

pendekatan tersebut, Mami Ayam Pop tidak hanya menawarkan produk makanan, tetapi juga berusaha membangun kedekatan dengan konsumennya melalui pengalaman makan yang lebih personal dan menyenangkan. Mami Ayam Pop memiliki visi untuk menjadi brand kuliner ayam pop yang dikenal sebagai alternatif masakan tradisional dengan sentuhan modern, serta mampu menjadi bagian dari pilihan kuliner masyarakat, khususnya generasi muda di Kota Semarang.



Gambar 2. 2 Logo Mami Ayam Pop

Identitas visual Mami Ayam Pop tidak hanya berfungsi sebagai elemen grafis, tetapi juga menjadi representasi dari karakter brand yang ingin menghadirkan kesan hangat, sederhana, dan dekat dengan konsumen. Hal tersebut diwujudkan melalui penggunaan ilustrasi induk ayam dan anak ayam sebagai elemen utama logo. Pemilihan simbol ayam tidak hanya berkaitan dengan produk utama yang ditawarkan, yaitu ayam pop, tetapi juga merepresentasikan nilai kekeluargaan, kehangatan, serta kedekatan emosional yang ingin dibangun brand dengan konsumennya. Kehadiran induk ayam dan anak ayam juga menggambarkan hubungan yang akrab dan nyaman, sehingga Mami Ayam Pop tidak hanya diposisikan sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang untuk menikmati pengalaman kuliner yang terasa familiar dan menyenangkan.

Dalam pengembangan jangka panjang, Mami Ayam Pop tidak hanya ingin dikenal sebagai brand kuliner ayam pop, tetapi juga sebagai brand lokal yang memiliki karakter kuat dan relevan dengan gaya hidup masyarakat urban. Pendekatan komunikasi yang dibangun menempatkan Mami Ayam Pop sebagai

brand yang hangat, interaktif, dan tidak berjarak dengan konsumennya. Hal ini terlihat dari upaya brand dalam menggabungkan pengalaman kuliner tradisional dengan pendekatan modern melalui aktivitas digital, media sosial, dan experiential marketing. Melalui identitas visual dan strategi komunikasi tersebut, Mami Ayam Pop berupaya membangun positioning sebagai brand kuliner tradisional yang mampu tampil lebih modern tanpa meninggalkan nilai kehangatan dan kedekatan emosional. Dengan mengedepankan konsistensi identitas serta pengalaman konsumen yang lebih personal, Mami Ayam Pop diharapkan dapat membangun loyalitas konsumen secara berkelanjutan dan memperkuat eksistensinya di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

2.2 Produk Mami Ayam Pop

Dalam menawarkan produknya, Mami Ayam Pop menghadirkan berbagai pilihan menu ayam pop yang dikemas dengan konsep modern namun tetap mempertahankan cita rasa khas Minangkabau. Menu yang ditawarkan dirancang untuk memberikan variasi pilihan kepada konsumen, baik dari segi jenis ayam, cara pengolahan, maupun menu pelengkap yang dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing pelanggan. Kehadiran variasi menu tersebut menjadi salah satu strategi brand dalam menciptakan pengalaman kuliner yang lebih menarik dan tidak monoton.



Gambar 2.3 Menu Mami Ayam Pop

Saat ini, Mami Ayam Pop menyediakan dua varian utama, yaitu Ayam Kampung Pop dan Ayam Kota Pop. Kedua varian tersebut tersedia dalam pilihan Ayam Basah Lembut maupun Ayam Goreng Kering. Selain menu utama, tersedia juga paket makanan seperti Paket Kalcer Kampung Mami dan Paket Kalcer Kota Mami yang terdiri dari ayam, nasi, sayur, dan sambal. Kehadiran menu paket ini ditujukan untuk memberikan pilihan konsumsi yang lebih praktis dan terjangkau bagi konsumen, khususnya mahasiswa dan pekerja muda yang menjadi target pasar utama Mami Ayam Pop. Tidak hanya menawarkan menu utama, Mami Ayam Pop juga menyediakan berbagai menu tambahan seperti Telor Kriwil, Ceker Pop, Keripik Balado, Kerupuk Kulit, serta Sayur Krispi yang menjadi salah satu ciri khas brand. Berbeda dengan rumah makan Padang pada umumnya yang menggunakan daun singkong rebus, Mami Ayam Pop menghadirkan sayur crispy sebagai pelengkap makanan untuk memberikan tekstur yang lebih renyah dan modern. Selain itu, tersedia pula dua pilihan sambal, yaitu sambal merah dan sambal ijo, yang dapat disesuaikan dengan tingkat kepedasan sesuai selera

konsumen. Kehadiran berbagai menu tambahan tersebut menjadi upaya brand dalam menciptakan diferensiasi produk sekaligus memperkuat pengalaman konsumsi yang lebih variatif.

Dari sisi minuman, Mami Ayam Pop menyediakan pilihan minuman sederhana seperti air mineral, teh, jeruk, dan teh krampul dalam pilihan panas maupun es. Penyediaan menu minuman yang sederhana ini bertujuan untuk melengkapi pengalaman makan konsumen tanpa menghilangkan fokus utama brand pada produk ayam pop sebagai signature menu. Dari aspek visual, menu dan kemasan Mami Ayam Pop menggunakan dominasi warna merah dan krem yang konsisten dengan identitas brand. Penggunaan desain yang sederhana namun tegas bertujuan untuk menciptakan kesan tradisional yang tetap modern dan mudah dikenali oleh konsumen. Selain berfungsi sebagai identitas visual, kemasan dan tampilan menu juga dirancang agar tetap menarik ketika diunggah ke media sosial, mengingat perilaku konsumen saat ini yang cenderung menjadikan pengalaman kuliner sebagai bagian dari aktivitas digital mereka.

Dari segi harga, Mami Ayam Pop menerapkan strategi harga yang relatif terjangkau dengan rentang harga mulai dari Rp15.000 hingga Rp27.000. Strategi tersebut dilakukan agar produk dapat menjangkau berbagai kalangan, khususnya mahasiswa dan anak muda, tanpa mengurangi kualitas rasa maupun pengalaman konsumsi yang ditawarkan. Melalui kombinasi inovasi menu, identitas visual yang konsisten, dan harga yang kompetitif, Mami Ayam Pop berupaya membangun citra sebagai brand kuliner ayam pop modern yang relevan dengan gaya hidup konsumen muda di Kota Semarang.

2.3 Program Komunikasi Mami Ayam Pop

Sebagai brand kuliner yang mengusung konsep masakan tradisional Minangkabau dengan sentuhan modern, Mami Ayam Pop menjalankan berbagai program komunikasi untuk memperkuat identitas brand sebagai tempat makan ayam pop yang hangat, modern, dan dekat dengan gaya hidup generasi muda. Dalam menjalankan aktivitas komunikasi dan promosinya, Mami Ayam Pop menggunakan pendekatan komunikasi terpadu melalui program online dan offline

yang bertujuan membangun awareness, memperkuat brand positioning, serta menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen.



Gambar 2. 4 Event Vote Your Iftar Flavor

Mami Ayam Pop mulai menerapkan program komunikasi berbasis Integrated Marketing Communication (IMC) dengan mengombinasikan strategi online dan offline. Pada aspek offline, kegiatan seperti “Vote Your Iftar Flavor” dan Ramadhan Satnight Tunes dirancang sebagai bentuk experiential marketing yang melibatkan konsumen secara langsung melalui aktivitas mencicipi menu dan partisipasi dalam pemilihan produk. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan serta membangun pengalaman yang lebih dekat antara brand dan konsumen.

Sementara itu, pada aspek online, Mami Ayam Pop memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai saluran komunikasi utama. Penggunaan media sosial tidak hanya difokuskan pada penyampaian informasi, tetapi juga mulai diarahkan pada interaksi dua arah melalui aktivitas interaktif seperti quiz, polling, dan challenge guna meningkatkan engagement serta menggali insight konsumen. Selain itu, kerja sama dengan micro influencer juga dilakukan untuk memperluas jangkauan komunikasi dan meningkatkan kredibilitas brand. Melalui integrasi strategi komunikasi yang lebih terarah dan interaktif, Mami Ayam Pop diharapkan mampu meningkatkan visibilitas brand, memperkuat keterlibatan audiens, serta membangun posisi brand yang lebih kuat di benak konsumen.

Mami Ayam Pop hadir secara konsisten di platform Instagram dan TikTok melalui berbagai konten yang dirancang untuk mendukung strategi komunikasi

pemasaran dan meningkatkan brand awareness. Konten yang diunggah berfokus pada promosi program “Vote Your Iftar Flavor” dan “Ramadhan Satnight Tunes”, dikombinasikan dengan konten edukatif mengenai keunikan Ayam Pop, konten interaktif seperti challenge, quiz, dan polling untuk meningkatkan engagement audiens, serta konten promosi yang memperkenalkan menu unggulan dan varian saus spesial Ramadhan. Selain itu, media sosial Mami Ayam Pop juga menampilkan dokumentasi event, live music, serta pengalaman pengunjung untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens. Seluruh konten tersebut dirancang tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi, tetapi juga sebagai upaya memperkuat positioning Mami Ayam Pop sebagai brand kuliner “Masakan Tradisional Rasa Kekinian” yang modern, interaktif, dan relevan dengan gaya hidup generasi muda.

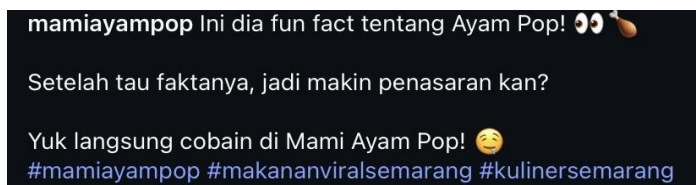


Gambar 2. 5 Akun TikTok Mami Ayam Pop



Gambar 2. 6 Akun Instagram Mami Ayam Pop

Selain itu, strategi komunikasi dan kampanye digital yang dilakukan melalui akun Instagram dan TikTok Mami Ayam Pop juga dibangun untuk memperkuat identitas merek sebagai “Masakan Tradisional Rasa Kekinian” dengan menggunakan pilar konten yang berfokus pada edukasi, interaktif, hiburan, serta konten promosi. Berbagai konten yang diunggah disesuaikan dengan karakteristik target audiens, seperti konten edukasi mengenai keunikan Ayam Pop, konten interaktif berupa polling, challenge, dan quiz, hingga konten promosi untuk memperkenalkan menu unggulan dan program spesial Ramadhan. Untuk menunjang efektivitas kampanye yang dijalankan, setiap konten juga disertai dengan call to action (CTA) serta penggunaan tagar seperti #MamiAyamPop.



Gambar 2. 7 Akun Instagram Mami Ayam pop



Gambar 2. 8 Akun TikTok Mami Ayam Pop