

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan berbagai sumber daya alam yang melimpah dan dapat dimanfaatkan diberbagai bidang, salah satunya pariwisata. Pariwisata memiliki peran yang penting dalam menumbuhkan tingkat perekonomian komunitas tempat tujuan wisata, dan akan meningkatkan bisnis dari yang kecil hingga menengah sebagai manifestasi nyata dari kontribusi sektor pariwisata dalam membangun masyarakat yang makmur. Pariwisata terbagi menjadi dua kata, yakni *Pari* dan *Wisata*. Istilah *pari* bisa didefinisikan sebagai berulang-ulang dan juga banyak. *Pariwisata* juga disebut sebagai penjelajahan yang dilakukan oleh wisatawan dalam periode massa tertentu dari suatu titik ke titik lain, yang bertujuan untuk berlibur atau untuk memenuhi suatu kepentingan atau kebutuhan seseorang.

Rebranding ialah suatu upaya suatu perusahaan untuk memodifikasi atau menggantikan sebuah merek yang sudah ada untuk menjadikannya lebih baik lagi dengan tidak mengesampingkan fungsi awal perusahaan. Definisi *rebranding* juga bisa diartikan sebagai pembentukan nama baru, istilah, lambang, corak atau sebuah gabungan dari keseluruhan pada sebuah merek terhadap kegunaannya dengan memperbanyak perbedaan atau kedudukan baru di dalam pikiran dari pemegang saham dan pesaing. Kata *rebranding* adalah kombinasi dari kata *re* dan *brand*. Kata *re* yang artinya kembali dan *brand* artinya merek. Merek merupakan sebuah ciptaan yang mampu menyampaikan sudut pandang tambahan yang berbeda dengan memberi tanda dengan karya lain yang disusun untuk memuaskan atau memenuhi keperluan konsumen.

Manfaat dari *rebranding* yaitu para pemilik bisa menunjukkan kepada masyarakat kualitas dari produknya dan konsumen bisa familiar dengan produk yang akan dijual. Dalam perkembangannya sekarang, masyarakat mulai kurang memperhatikan kondisi kesehatan. Banyak dari mereka yang juga tidak memperdulikan pola makan dan aktivitas sehingga banyak dari masyarakat zaman sekarang yang merasakan persoalan kebugaran tubuh. Sekarang ini, kita juga mulai

kurang mengetahui pentingnya pola makan vegetarian untuk kebugaran tubuh pada diri kita sendiri. Maka dengan ini dibutuhkan *rebranding* dengan cara mengenali ke target pasar beberapa hasil yang sudah jadi atau pelayanan yang akan kita ajukan untuk mengubah persepsi masyarakat mengenai vegetarian dan mengajak konsumen untuk mengenali *vegetarian* serta membedakannya dengan para pesaing, membangun kepercayaan masyarakat, menjalin komunikasi dengan masyarakat untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Dengan mengonsumsi *vegetarian*, kita juga telah mengurangi penyebab pemanasan global di bumi.

Vegetarian sudah digunakan dari beberapa pola hidup orang-orang di banyak negara, termasuk Indonesia. Pola hidup *vegetarian* mengutamakan santapan yang bersumber pada sayur-sayuran dan mengesampingkan santapan yang berasal pada binatang. *Vegetarian* adalah panggilan kepada orang yang Cuma mengonsumsi berbagai jenis tumbuhan dengan tidak memakan makanan yang bersumber pada makhluk hidup contohnya daging dan unggas, tetapi tengah dimungkinkan dalam pengonsumsi makanan laut seperti ikan dan sejenisnya. Ber macam sebab yang menyebabkan individu untuk menjadi *vegetarian* melalui aspek keagamaan dan aspek kebugaran tubuh. Pola hidup seorang *vegetarian* memiliki beragam manfaat dalam kesehatan antara lain bisa menguatkan tulang memperpanjang umur, memelihara kesehatan tubuh dari penyakit jantung, mencegah penyakit berbahaya seperti kanker, membersihkan racun di dalam tubuh dan berbagai manfaat lainnya.

1.2 Ruang Lingkup

Dalam laporan ini, pembahasan akan ditujukan pada:

1. Merencanakan strategi untuk meningkatkan wawasan masyarakat tentang *vegetarian*, terutama di Kota Batam.
2. Membangun media sosial untuk memperkenalkan kebiasaan makan *vegetarian* kepada kalangan mahasiswa.
3. Memperkenalkan metode membuat masakan *vegetarian* kepada pemakai akhir (end-user) dan bukan untuk para pebisnis kuliner.

1.3 Tujuan Proyek

Berdasarkan ruang lingkup yang sudah dijabarkan, oleh karena itu penulis menginterpretasikan tujuan dari laporan ini adalah:

1. Meluruskan pengertian *vegetarian* kepada masyarakat bahwa *vegetarian* tidak hanya untuk kalangan atau agama tertentu.
2. Memperkenalkan tempat makan *vegetarian* yang ada di Batam kepada masyarakat melalui media sosial.
3. Membagikan resep-resep masakan *vegetarian* yang dapat dibuat dengan mudah di rumah secara online.
4. Menginformasi acara atau kegiatan yang berhubungan dengan *vegetarian* melalui perangkat online.
5. Memberikan kesan kepada masyarakat mengenai *vegetarian* untuk mengurangi resiko berbagai penyakit

1.4 Luaran Proyek

1. Instagram: Media sosial ini dibuat agar dapat memasang foto-foto dapat menarik perhatian masyarakat, terutama kalangan mahasiswa yang banyak aktif di media ini. Foto yang akan dimasukkan adalah foto restoran baru dengan rincian alamat dan deskripsi suasana dan menu makanannya, foto makanan dengan resep dan cara pembuatan tertera pada bagian keterangan, dan foto kegiatan yang akan diselenggarakan.
2. Website: Website akan memuat pengertian dan informasi seputar tentang *vegetarian*. Dalam halaman utama juga akan diterbitkan cerita inspiratif mengenai kebiasaan makan *vegetarian* secara berkala. Pengguna website juga dalam melihat daftar restoran, resep, dan kegiatan yang akan diselenggarakan di Batam.
3. Iklan: Iklan akan membentuk sebuah pesan tentang jenis *vegetarian* yang akan disampaikan dan juga sebagai bentuk komunikasi yang melibatkan pemilik dan konsumen, memberikan seputar informasi kepada masyarakat untuk meyakinkan masyarakat bahwa hal tersebut masih berada dalam pasar.

4. Brosur: Brosur ini akan dicetak untuk melakukan promosi *offline* kepada konsumen yang tidak menggunakan media sosial dan menunjukkan identitas suatu produk dan bermacam layanan yang akan ditawarkan.

1.5 Manfaat Proyek

Untuk menambah informasi dan citra suatu produk atau jasa terhadap masyarakat luas, mengetahui suatu strategi dalam penerapannya, memberikan ciri khusus yang dapat membedakan dengan pesaing, menciptakan peluang untuk melakukan diferensiasi usaha, membuat suatu produk atau jasa yang tidak akan dilupakan oleh target pasar sehingga mereka akan kembali memilih kita dimasa yang akan datang juga.

1. Peningkatan jumlah konsumen makanan *vegetarian* di Batam
2. Bisnis kuliner di Batam *vegetarian* meningkat
3. Dalam jangka panjang bisa ramah lingkungan

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan berguna memberitahukan garis besar menurut umum perihal konten juga diskusi pada tiap bab yang terkandung dalam laporan magang

BAB 1 PENDAHULUAN

Bagian ini menafsirkan latar belakang masalah, ruang lingkup, tujuan proyek, hasil proyek, manfaat proyek dan sistematika diskusi proyek magang

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang teori para ahli serta keterangan lain yang berkaitan yang didapatkan dari beberapa sumber yang berbeda dan digunakan sebagai dasar untuk melakukan topik magang ini.

BAB 3 GAMBARAN UMUM USAHA

Pada bagian ini berisi identitas perusahaan melalui lokasi serta memperlihatkan tempat dari perusahaan tersebut dan metode yang diterapkan.

BAB 4 METODOLOGI

Pada bagian ini mengembangkan desain, cara serta metode yang dimanfaatkan dalam mengatasi masalah proyek dan mencapai tujuan proyek. Pada bab ini juga menguraikan tahapan dari seluruh proyek secara rinci

BAB 5 ANALISIS DATA DAN PERENCANAAN

Pada bagian ini mengandung ilustrasi hasil pengamatan, tata cara yang dipakai guna membentuk suatu perusahaan

BAB 6 IMPLEMENTASI

Pada bagian ini berisi tahapan implementasi yang didapatkan dari hasil program yang dilaksanakan pada perusahaan

BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini berisi kesimpulan dan saran untuk pemilik Restoran perihal masalah yang diamati sewaktu magang