

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bahasa adalah aspek penting interaksi manusia. Orang akan melakukan suatu komunikasi dan kontak sosial, dengan bahasa (baik itu bahasa lisan, tulisan maupun isyarat). Bahasa juga dipandang sebagai cermin kepribadian seseorang karena bahasa diterjemahkan sebagai refleksi rasa, pikiran dan tingkah laku. Adakalanya seorang yang pandai dan penuh dengan ide-ide cemerlang harus terhenti hanya karena dia tidak bisa menyampaikan idenya dalam bahasa yang baik. Oleh karena itu, seluruh ide, usulan, dan semua hasil karya pikiran tidak akan diketahui dan dievaluasi orang lain bila tidak dituangkannya dalam bahasa yang baik.

Bahasa juga merupakan alat komunikasi yang sering digunakan manusia untuk berhubungan dengan manusia lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Setiap bahasa memiliki ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh bahasa lainnya. Ciri khas ini bisa menyangkut sistem bunyi, sistem pembentukan kata, dan sistem-sistem lainnya. Begitu pula dengan bahasa Jepang memiliki ciri khas tersendiri dalam berbagai kalangan.

Bahasa khususnya bahasa Jepang berbeda dengan bahasa lainnya, bahasa Jepang memiliki tingkatan-tingkatan tertentu yaitu ketika berhadapan dengan tamu atau orang yang tingkatannya lebih tinggi seperti Kepala Bagian dan

Direktur, bahasanya lebih halus berbeda dengan ketika berbicara kepada orang yang ada di sekitar.

Keberadaan restoran ToniJack's Indonesia sebagai salah satu restoran cepat saji yang berasal dari dalam negeri telah menambah banyak daftar pengusaha yang berbisnis di bidang kuliner makanan cepat saji. ToniJack's Indonesia merupakan sebuah restoran yang baru berdiri pada tanggal 1 Oktober 2009. Berawal dari berakhirnya kerjasama antara pemegang lisensi Mc Donald's Indonesia (Bambang N Rachmadi) dengan pihak Mc Donald's International, maka 13 gerai Mc Donald's milik Bambang N Rachmadi (11 dikota Jakarta, 1 dikota Bandung, dan 1 dikota Surabaya) yang sepenuhnya merupakan kepemilikan Beliau berubah seluruhnya menjadi restoran ToniJack's Indonesia.

Dapat dilihat bahwa salah satu tujuan dari pengomunikasian suatu merek adalah untuk menciptakan *brand* baru suatu produk perusahaan. Sehingga saat calon pembeli khususnya orang asing merasa ada kebutuhan yang harus dipenuhi, maka produk perusahaan tersebut diharapkan dapat dijadikan alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dari uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik mengangkat tema, dengan judul : **“PENGARUH *BRAND* BARU TERHADAP KUNJUNGAN KONSUMEN KHUSUSNYA ORANG ASING”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

1. Bagaimana keadaan *brand* baru restoran ToniJack's Indonesia pada kunjungan konsumen ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza.

2. Bagaimana penggunaan Bahasa Asing di restoran ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza.

### **1.3 Tujuan Praktik Kerja**

Tujuan dari pelaksanaan kuliah praktik kerja ini terbagi menjadi dua. Tujuan umum mencakup tujuan dilaksanakannya kuliah praktik kerja secara umum. Sedangkan tujuan khusus mencakup tujuan kerja praktik di restoran ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza.

#### **1. Tujuan Umum**

- a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III Bahasa Jepang Fakultas Bahasa Universitas Widyatama.
- b. Lebih mengenal dunia kerja yang sesungguhnya.

#### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana keadaan *brand* baru pada restoran ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza.
- b. Untuk mengetahui pengaruh bahasa asing di restoran ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza.

### **1.4 Gambaran Umum**

Restoran ToniJack's Indonesia sebagai salah satu restoran cepat saji yang berasal dari dalam negeri telah menambah banyak daftar pengusaha yang berbisnis di bidang kuliner makanan cepat saji. ToniJack's Indonesia merupakan sebuah restoran yang baru berdiri pada tanggal 1 Oktober 2009. Berawal dari

berakhirnya kerjasama antara pemegang lisensi McDonald's Indonesia (Bambang N Rachmadi) dengan pihak McDonald's International, maka 13 gerai McDonald's milik Bambang N Rachmadi (11 di kota Jakarta, 1 di kota Bandung, dan 1 di kota Surabaya) yang sepenuhnya merupakan kepemilikan Beliau berubah seluruhnya menjadi restoran ToniJack's Indonesia.

Pada awalnya nama ToniJack's Indonesia berasal dari Toni, yang merupakan nama panggilan dari pemilik restoran ini sewaktu kecil. Sementara Jack's diambil karena restoran ini merupakan restoran keluarga yang memilih tema bajak laut. Sedangkan untuk kata "Indonesia" itu sendiri diambil untuk menunjukkan bahwa restoran cepat saji ini adalah milik orang Indonesia asli.

ToniJack's Indonesia memiliki *tagline* "*Better Than That One*". Pada restoran cepat saji ini menyajikan produk makanan yang lebih bervariasi dari restoran yang pernah dikelola sebelumnya. Adapun beberapa produk burger yang menjadi unggulan dari restoran keluarga ini, diantaranya: *Ultra Jack*, *Super Jack*, *BlackPepper*, *Barbeque*, *Cheeze Chicken*, *Cheese Burger*, dan *Beef and Egg*. Adapun ayam, nasi, telur, dan *softdrink* yang dibaurkan dalam satu paket dengan nama paket *Chicken Jack*. Untuk menambah jenis produk yang dijual, restoran ini menjual *beef bratwurst (hotdog)*, *onion ring*, *spaghetti*, dan lainnya.

Dari hasil wawancara awal dengan Boy Gumilar Krisna selaku *Store Manager* dari ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza, menyatakan bahwa untuk menghadapi persaingan dalam bisnis kuliner makanan cepat saji, manajemen restoran ToniJack's Indonesia melakukan berbagai strategi komunikasi pemasaran, seperti periklanan, promosi penjualan, *events*, humas, dan

*website*. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh manajemen dimaksudkan untuk mengkomunikasikan *brand* perusahaan kepada pasar sasarannya. Pengomunikasian suatu merek oleh perusahaan memiliki tiga tujuan utama, diantaranya membangun serta meningkatkan *brand* baru, memperkuat, memperjelas dan mempercepat pesan suatu merek, menstimulasi dan memotivasi target konsumen untuk melakukan aksi pembelian.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja**

Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis adalah restoran keluarga ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza, Jl. Merdeka no. 45 Bandung. Waktu penelitian yang digunakan penulis adalah pada tanggal 01 Desember 2009 sampai dengan tanggal 16 Desember 2009.

### **1.6 Sistematika Penyajian**

Agar penyusunan tugas akhir dapat berjalan sesuai dengan sistematika yang baik dan benar, maka berikut ini akan diuraikan mengenai rencana rancangan tugas akhir. Rencana rancangan tugas akhir meliputi pembabakan yang akan dijelaskan pada bahasan berikut ini.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah yang berhubungan dengan tema yang penulis angkat, maksud dan tujuan praktik kerja lapangan, rumusan masalah, tempat dan pelaksanaan

tempat kerja praktik, gambaran umum, dan metode yang digunakan dalam pengumpulan data.

## **BAB II PROFIL RESTORAN TONI JACK'S INDONESIA BANDUNG INDAH PLAZA**

Tinjauan umum restoran seperti sejarah berdirinya, klarifikasi restoran, lokasi dan fasilitas-fasilitas restoran, struktur departemen dan manajemen di restoran ToniJack's Indonesia serta menjelaskan bagaimana masalah yang akan diajukan ditugas akhir ini.

## **BAB III PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai yang dilakukan selama praktik kerja berlangsung di restoran ToniJack's Indonesia Bandung Indah Plaza dan juga membahas mengenai penguasaan bahasa asing. dan juga perbandingan jumlah konsumen antara McDonald's dan ToniJack's Indonesia.

## **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memaparkan kesimpulan yang didapat dari hasil analisis pada bab pembahasan serta memberikan saran pada instansi terkait juga bagi Universitas Widyatama.