

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Komunikasi merupakan sesuatu proses yang memungkinkan terhadap seseorang (komunikator) menyampaikan suatu pesan yang berupa rangsangan atau respon (umumnya simbol-simbol pada wujud lisan) guna mengganti sikap individu lainnya( penerima). Berdialog mengenai arti komunikasi, tak terdapat arti yang betul atau yang salah. Semacam pula bentuk ataupun filosofi, arti wajib diamati atas pemanfaatannya guna menarangkan kejadian yang dimaknakan serta menilainya. Sebagian arti bisa jadi sangat kecil ilustasinya komunikasi merupakan penyajian catatan lewat alat elektrik, ataupun sangat besar, ilustrasinya kontak merupakan pola sesama 2 insan bernyawan ataupun diatasnya, alhasil banyak partisipan interaksi tersebut bisa jadi tercantum binatang, tumbuhan, serta apalagi hantu. Interaksi diartikan dengan cara besar selaku memberi keahlian. Hingga batasan khusus, tiap insan bisa dibilang melaksanakan interaksi pada penafsiran memberi keahlian.

Usaha jasa laundry disebut dengan industri jasa, jasa binatu merupakan pelayanan standar yang disediakan oleh hotel. Hotel menyediakan fasilitas untuk mencuci dan menyetrika pakaian tamu-tamunya. Semakin lama tamu menginap semakin besar kemungkinan untuk menggunakan jasa laundry. Kegiatan bisnis jasa mencuci pakaian sering dikenal dengan istilah jasa laundry. Kegiatan laundry ini awalnya hanya untuk pangsa pasar terbatas, seperti laundry untuk para tamu yang menginap di hotel. Demikian pula di daerah perkotaan, ada laundry yang

mengkhususkan secara eksklusif untuk jenis pakaian mahal atau jas. Namun semakin banyaknya ketersediaan mesin cuci dengan harganya yang relatif terjangkau, disertai munculnya teknologi baru seperti alat pengeringnya membuat pakaian tidak perlu lagi di jemur, apalagi pada waktu musim hujan maka bisnis laundry dapat dilakukan dengan investasi modal yang tidak terlalu besar.

Pekerjaan mencuci dan menyetrika pakaian seringkali menjadi urusan yang merepotkan dan banyak menyita waktu sehingga membutuhkan bantuan orang lain. Apabila pakaian tidak ditangani setiap harinya, pakaian akan menumpuk menjadi bau dan bisa jadi rusak. Dari pada hal itu terjadi pasti akan berfikir untuk menggunakan jasa laundry. Laundry sangat praktis tidak banyak menyita waktu, serta tenaga. Pergeseran gaya hidup, pola pikir, dan tuntutan kehidupan yang semakin meningkat ini ternyata menumbuhkan peluang bisnis berupa jasa pencucian dan setrika.

Kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi menuntut masyarakat untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga mau tidak mau masyarakat dituntut untuk lebih efisien dalam memanfaatkan waktu atau pun jam kerjanya. Situasi dan kondisi kesibukan masyarakat terutama di Kota Bandung yang terus meningkat sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup menyebabkan tidak sempat lagi menyelesaikan pekerjaan rumah terutama mencuci dan menyetrika pakaian, sebagian masyarakat beranggapan bahwa mencuci dan menyetrika banyak memakan waktu, dengan pertimbangan maka banyak yang menggunakan jasa laundry. Hal ini lah yang memberikan peluang jasa laundry untuk berkembang.

Aspek lain yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan jasa laundry ini adalah kondisi air di sebagian Kota Bandung memiliki bau yang tidak sedap dan berwarna sehingga dapat merusak warna pakaian atau kain yang dicuci dengan menggunakan air tersebut, disamping itu, pengusaha laundry menggunakan mesin cuci berkualitas tinggi sehingga tidak merusak pakaian yang dicuci, selain itu laundry juga menggunakan obat-obatan khusus untuk merawat pakaian sehingga warna dari pakaian tersebut tetap terpelihara.

Waktu yang dibutuhkan pihak laundry untuk menyelesaikan pakaian konsumen juga tidak lama, hanya dalam dua hari pakaian konsumen sudah dikemas dalam keadaan bersih, rapi dan wangi. Hal ini menyebabkan masyarakat cenderung memilih jasa laundry dari pada menyewa pekerja lepas untuk mencuci dan menyetrika pakaian mereka, karena dengan menggunakan jasa laundry hasil yang di peroleh lebih baik dan bila dilihat dari segi biaya yang dikeluarkan perbedaanya sangat sedikit. Apalagi saat ini beberapa laundry melengkapi fasilitas antar jemput, pihak laundry akan menjemput pakaian kotor yang akan dicuci dan mengantar kembali pakaian yang sudah selesai dikerjakan ke alamat konsumen.

Dalam pemasarannya laundry menawarkan harga yang lebih terjangkau hal ini membuat laundry menjadi pilihan untuk mencuci pakaian, sehingga pemasarannya dapat menjangkau masyarakat yang berpenghasilan menengah dan banyak dari mahasiswa yang juga menjadi konsumen dari laundry.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka fokus penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pelayanan Jasa Laundry dengan menggunakan studi deskriptif kualitatif pada Asisten Rumah Tangga Laundry di Kota Bandung.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka pertanyaan penelitian adalah:

1. Bagaimana standar komunikasi pelayanan jasa laundry di Asisten Rumah Tangga?
2. Bagaimana saluran informasi komunikasi pelayanan jasa laundry di Asisten Rumah Tangga?

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Adapun maksud diadakan penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, yaitu: “Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Pelayanan Jasa Laundry” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Asisten Rumah Tangga Laundry di Kota Bandung).

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian diadakan penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang dipaparkan sebelumnya yaitu:

1. Untuk mengetahui standar komunikasi pelayanan jasa laundry di Asisten Rumah Tangga..
2. Untuk mengetahui saluran informasi komunikasi pelayanan jasa laundry di Asisten Rumah Tangga.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah memiliki implikasi yang luas serta cukup mendasar. Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### **1.5.1 Manfaat Akademis**

1. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi yang signifikan pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi pelayanan di perusahaan jasa yang terkait dengan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan konsumen. Penelitian diharapkan dapat digunakan untuk memperkuat teori-teori dalam bidang komunikasi pelayanan. Penelitian ini dapat juga sebagai referensi ilmiah bagi penulis lebih lanjut pada masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di perusahaan jasa.

2. Bagi peneliti, dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan yang bisa diterapkan ke masyarakat dalam melakukan komunikasi pelayanan umum, baik itu perusahaan ataupun publik.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan, penelitian ini menjadi standar komunikasi pelayanan yang baik serta berkualitas untuk kepuasan konsumen.
2. Bagi perusahaan, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti mengenai bagaimana proses komunikasi pelayanan. Selain itu juga diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan kontribusi kepada perusahaan tentang standar komunikasi pelayanan dan saluran informasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan jasa.