

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Pada hakikatnya, manusia dapat disebut sebagai makhluk sosial, dimana didalam kehidupannya, manusia hidup sebagai individu yang bersifat sosial,. Dalam kehidupan manusia, komunikasi merupakan hal terpenting dalam menjalin hubungan dan interaksi sosial dengan orang lain. Komunikasi dapat berfungsi sebagai jembatan dalam menyampaikan ide atau gagasan dari satu individu ke individu lainnya dengan tujuan menyamakan paradigma terhadap suatu pembahasan atau objek. Seiring dengan perkembangan teknologi, manusia semakin mudah dalam melakukan komunikasi dan semakin mudah juga mendapatkan berbagai macam informasi, baik secara tatap muka, melalui berbagai aplikasi berbasis internet, dan lainnya.

Menurut Rudy Teuku May, pengertian dari komunikasi yaitu suatu tahapan yang dilakukan untuk mentransfer ide dan pesan melalui penggunaan symbol yang memiliki arti, yang dilakukan oleh satu individu atau satu komunitas kepada individu atau komunitas lainnya, dengan maksud agar tercipta rasa saling memahami dan kesehatan. Dengan berkomunikasi, manusia dapat melakukan interaksi dan berhubungan dengan sesamanya di dalam kehidupannya.

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari, manusia tidak akan lepas dengan yang namanya kebutuhan. Selanjutnya, cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka manusia perlu bekerja. Ada banyak jenis pekerjaan yang dapat

menghasilkan uang untuk memenuhi kehidupan sehari-hari, salah satunya pemasaran.

Kegiatan pemasaran pada umumnya mempunyai tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan pemasaran.<sup>1</sup> Dalam menjalankan kegiatan pemasaran, komunikasi merupakan faktor terpenting dalam pencapaian tujuan pemasaran yang berkembang. Dengan komunikasi yang baik, pemasaran mampu menciptakan interaksi atau hubungan baik antar perusahaan, karyawan, dan konsumen. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan oleh semua orang, tidak terkecuali penyandang disabilitas.

Menurut undang-undang Nomor 19 Tahun 2011, penyandang disabilitas adalah orang yang memiliki keterbatasan fisik, mental, intelektual atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam interaksi dengan lingkungannya dan sikap masyarakat dapat menemui hambatan yang menyulitkan untuk berpartisipasi penuh dan efektif berdasarkan kesamaan hak.<sup>2</sup> Hambatan yang dialami penyandang disabilitas dapat membuat individu sulit untuk berkembang. Penyandang disabilitas dalam penelitian ini adalah Tunanetra. Tunanetra merupakan salah satu jenis penyandang disabilitas. Tunanetra adalah individu yang memiliki hambatan dalam penglihatan.<sup>3</sup> Keterbatasan yang dimiliki penyandang disabilitas tunanetra seringkali membuat mereka putus semangat dalam menjalani kehidupan. Kondisi tersebut membuat individu mengalami

---

<sup>1</sup> M. Fuad, dkk. *Pengantar pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000).Hal 1.

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2011 Tentang *Pengesahan Hak-Hak Penyandang Disabilitas*, (Bagian Pembukaan).

<sup>3</sup> Nur Kholis Reefani. *Panduan Anak Berkubutuhan Khusus*. (Yogyakarta: Imperium. 2013). Hal.17.

hambatan-hambatan, baik secara individu maupun sosial. Beberapa hambatan yang dirasakan adalah rendah diri, tidak percaya diri, tidak mampu bersosialisasi secara normal, dan tidak mampu berkomunikasi secara normal.

Keterbatasan yang dimiliki penyandang disabilitas tunanetra mengakibatkan sebagian besar penyandang disabilitas mengalami kondisi ekonomi yang lemah. Hal ini mengakibatkan ketergantungan kepada orang lain dan tidak mandiri pada penyandang disabilitas tunanetra. Keterbatasan dalam indra penglihatan membuat tunanetra yang harus melatih kepekaan pada indra peraba dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Lokasi penelitian ini adalah klinik pijat Asyifa di Semen Kediri yang merupakan salah satu klinik keluarga disabilitas tunanetra. Pemilik klinik pijat tersebut bernama Subhan dan istrinya bernama Widiyati. Mereka memulai sekolah pelatihan pijat disabilitas di Malang pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018. Lalu, mendirikan klinik pijat Asyifa yang sudah memiliki sertifikat resmi yang diakui Provinsi Jawa Timur. Klinik pijat Asyifa tersebut dikelola sendiri dengan istrinya tanpa bantuan karyawan.<sup>4</sup>

Komunikasi pemasaran yang awal mula dilakukan dari mulut ke mulut, seiring perkembangan zaman, merambat ke dunia teknologi, yaitu berupa media sosial. Akan tetapi, dikarenakan kekurangan dalam penglihatan dan tidak memiliki karyawan yang mampu mengembangkan media social di klinik pijat Asyifa maka ditemukan hambatan sehingga tidak berkembang dengan baik. Di samping itu, klinik pijat Asyifa tetap mengalami kemajuan yang dilihat dari

---

<sup>4</sup>Subhan 39 tahun Pemilik Klinik pijat Asyifa, Kediri, 9 Febuari 2021

semakin banyaknya pelanggan yang datang setiap harinya, yaitu kurang lebih lima orang di klinik pijat Asyifa. Hal ini dikarenakan layanan pijat di klinik pijat Asyifa yang bermacam-macam yaitu, teknik pijat *shiatsu*, *massage*, dan *refleksi*, sedangkan di klinik lain hanya berfokus pada satu teknik.<sup>5</sup> Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di klinik pijat Asyifa dengan judul “Komunikasi pemasaran Keluarga Disabilitas pada klinik Pijat Asyifa di Semen Kabupaten Kediri”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian pada konteks penelitian sebelumnya, fokus penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh pengelola klinik pijat Asyifa di Semen Kabupaten Kediri ?
2. Hambatan apa saja yang diterima dalam melakukan komunikasi pemasaran dan upaya apa untuk mengatasi hambatan tersebut oleh pengelola klinik Pijat Asyifa di Semen Kabupaten Kediri ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses komunikasi pemasaran yang dilaksanakan oleh pengelola klinik Pijat Asyifa di Semen Kabupaten Kediri
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja dalam melakukan komunikasi pemasaran upaya mengatasi hambatan tersebut oleh pengelola klinik Pijat Asyifa di Semen Kabupaten Kediri

---

<sup>5</sup>Subhan 39 tahun Pemilik Klinik pijat Asyifa, Kediri, 9 Febuari 2021

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Pada dasarnya, setiap penelitian memiliki kegunaan bagi peneliti dan bagi pembaca. Kegunaan penelitian adalah:

##### **1. Kegunaan Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, pemasaran dan komunikasi pemasaran, karena penelitian ini berfokus pada proses komunikasi pemasaran, khususnya kajian tentang pemasaran yang dijalankan oleh pengelola klinik pijat Asyifa.

##### **2. Kegunaan Praktis**

- a. Bagi perguruan tinggi dan lingkungan akademik, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan diskusi dalam perkuliahan dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya tentang komunikasi pemasaran.
- b. Bagi penyandang disabilitas, hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi untuk menjadi pelaku pemasaran dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini menambah wawasan tentang komunikasi pemasaran yang dapat dilakukan oleh penyandang disabilitas, khususnya tunanetra.

## E. Telaah Pustaka

Penelitian yang peneliti lakukan bukanlah penelitian yang benar-benar baru, karena sudah pernah diteliti sebelumnya oleh para peneliti terdahulu, dan oleh karena itu sebelum memulai penelitian ini, peneliti terlebih dulu membaca dan mempelajari beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu memiliki hubungan dan kesamaan dengan penelitian ini, dan juga memiliki beberapa perbedaan. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti maksudkan adalah:

1. Penelitian skripsi Muhammad Adi Bustomi, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Ushuluddin dan Ilmu Sosial STAIN Kediri dengan judul “Komunikasi pemasaran Penyandang Tunarungu (Studi Kasus Di Butik Abidah Collection Kota Kediri)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan-tahapan komunikasi pemasaran yang terjalin antara *owner* dengan karyawan di Butik Abidah *Collection* Kota Kediri.

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi wawancara. Hasil penelitian ini adalah: strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dalam koridor internal mencakup penentuan teknik komunikasi, penggunaan media komunikasi papan tulis dan sistem pengkodean barang ditoko, pengadaan rapat evaluasi secara rutin dengan karyawan, serta penerapan budaya etika berkomunikasi yang santun. Sedangkan strategi komunikasi pemasaran secara external menggandeng suplayer produk brand lain yang terkenal untuk memancing konsumen datang ke butik, menjalin kerja sama dengan beberapa distributor dan melakukan komunikasi via SMS, BBM, WhatsApp.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan sama-sama menggunakan variabel komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah subjek penelitian pada penelitian ini menggunakan subjek disabilitas tunanetra, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan subjek tunarungu.

2. Penelitian skripsi Reza Triyuli Yatim, mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemberdayaan Penyandang Disabilitas *Cafe Mella House Of Donuts*”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tentang dampak dan kendala dari diaplikasikannya strategi komunikasi pemasaran dalam pemberdayaan penyandang disabilitas *Cafe Mella House Of Donuts*.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan analisa deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Cafe Mella House Of Donuts* adalah promosi yang dilakukan secara langsung kepada konsumen. Harga yang ditawarkan relatif dapat dijangkau oleh kalangan menengah kebawah. Adapun media promosi yang digunakan adalah papan tanda pengenalan yang terpampang didepan toko sehingga para konsumen melihat *Cafe Mella House Of Donuts*, dan memanfaatkan sosial media instagram sebagai tempat sarana atau tempat

menyebarkan informasi tentang *Cafe Mella House Of Donuts* kepada masyarakat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan sama-sama menggunakan variabel komunikasi. Subjek penelitian sama-sama menggunakan subjek disabilitas. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah tujuan penelitian pada penelitian ini untuk mengetahui proses dan hambatan Komunikasi pemasaran di Klinik Pijat Asyifa Semen Kediri. Penelitian sebelumnya menggunakan tujuan untuk mengetahui implementasi strategi dan untuk mengetahui kendala pada implementasi strategi komunikasi pemasaran *Cafe Mella House Of Donuts*.

3. Penelitian skripsi Siti Khalimatus Sya'diah, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sunan Ampel Surabaya dengan judul "Komunikasi dalam Pemberdayaan Kelompok Difabel (Study pada UMKM Batik Wistara Indonesia)". Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan proses komunikasi yang dilakukan oleh UMKM Batik Wistara Indonesia pada Karyawan Difabel.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis data deskriptif. Pengumpulan data di dalam penelitian ini adalah melalui observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model komunikasi yang diaplikasikan oleh UMKM Batik Wistara Indonesia pada Karyawan Difabel adalah model komunikasi Schramm dan model komunikasi interaksional, dengan menerapkan pola komunikasi lingkaran. *Owner* dan pihak manajemen di UMKM Batik Wistara Indonesia,



ketika berkomunikasi dengan karyawan difabel di UMKM menggugurkan cara egaliter, sehingga karyawan dapat bekerja dengan nyaman tanpa adanya tekanan dari pengelola. Komunikasi dalam pemberdayaan kelompok difabel (studi kasus UMKM batik Wistara Indonesia).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah variabel yang digunakan sama-sama menggunakan variabel komunikasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah subjek penelitian pada penelitian ini menggunakan subjek disabilitas tunanetra, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan subjek kelompok difabel.

4. Penelitian Jurnal Claudino Ladipa, Nindi Aristi & Preciosa Alnashava, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dengan judul “Motif Penggunaan Media Sosial bagi Penyandang Disabilitas Netra (Studi Kasus mengenai Motif Penggunaan Facebook bagi Penyandang Disabilitas Netra pada Terapis Pijat)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan secara detail cara disabilitas netra mempresentasikan dirinya melalui Facebook.

Didalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cara penyandang tunanetra memanifestasikan dirinya adalah dengan cara virtual melalui Facebook dengan tujuan memperoleh hiburan dan membangun relasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah subjek penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan subjek disabilitas netra pada pijat. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah

tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui proses dan hambatan Komunikasi pemasaran di Klinik Pijat Asyifa Semen Kediri. Penelitian sebelumnya menggunakan tujuan untuk mendeskripsikan motif kalangan disabilitas netra mempresentasikan dirinya melalui Facebook.