

**EKSPLORASI PERSEPSI CALON PENGGUNA IBU MUDA GENERASI Z
TERHADAP SLB DALAM KONTEKS
KOMUNIKASI PEMASARAN JASA DI JABODETABEK**

TUGAS AKHIR



DESI RANI PUSPITA SARI

1221001026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN
2026**

**EKSPLORASI PERSEPSI CALON PENGGUNA IBU MUDA GENERASI Z
TERHADAP SLB DALAM KONTEKS
KOMUNIKASI PEMASARAN JASA DI JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen



DESI RANI PUSPITA SARI

1221001026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun berdasarkan hasil kerja saya sendiri, serta setiap sumber, baik yang dikutip secara langsung maupun dijadikan rujukan, telah dicantumkan sumbernya secara jujur dan bertanggung jawab.

Nama : Desi Rani Puspita Sari

NIM : 1221001026

Tanda Tangan : ()

Tanggal : 1 Juli 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Desi Rani Puspita Sari

Nim : 1221001026

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : Eksplorasi Persepsi Calon Pengguna Ibu Muda Generasi Z terhadap SLB dalam konteks Komunikasi Pemasaran Jasa di Jabodetabek

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi, Fakultas, Universitas Bakrie

Dewan Penguji

Pembimbing : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE.,
Msc., MBA., PhD

()

Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd., MM.

()

Penguji 2 : Dominica Arni Widyastuti, SE.,
MM.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 Juli 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa perjalanan menyelesaikan Tugas Akhir ini, sejak masa perkuliahan hingga tahap penyusunan, tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., Msc., MBA., PhD, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
2. Keenam informan yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk berbagi pengalaman serta pandangan mereka secara terbuka dan jujur selama proses wawancara berlangsung. penelitian ini dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan kalau bukan atas bantuan para Informan;
3. Ayah tercinta, (Alm.) Abdul Gani, dan Ibu tercinta, Siti Rahayu, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, mengusahakan segala hal untuk anak-anaknya termasuk penulis, terimakasih sudah menjadi Ibu serta menjadi ayah dalam satu raga, terimakasih untuk setiap keringat yang keluar hanya untuk membahagiakan penulis dan dukungan tanpa henti, baik semasa hidup maupun dalam kenangan yang terus menjadi kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini;
4. Penulis mengucapkan banyak terimakasih untuk kakak-kakak tersayang, Wimla, Surya, Bunga, dan Nuranisah, serta Adik tersayang, Rangga, terimakasih sudah hadir untuk memberikan dukungan secara material maupun non material, selalu mengusahakan hal yang terbaik untuk penulis, memberikan kehangatan keluarga dan memberikan masukan maupun semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir ini;
5. Untuk Support system penulis, Satriadi Hakim, yang telah meluangkan waktu dan tenaga nya untuk menemani penulis mengunjungi setiap informan di berbagai kota selama proses pengambilan data, mau direpotkan dalam situasi apapun, terimakasih karena selalu mengusahakan. serta terimakasih untuk keluarganya yang turut membantu dan memberikan dukungan penuh dalam penyusunan Tugas Akhir ini;

6. Kepada sahabat tercinta, Chirie Nesyhanda dan keluarga, yang selalu hadir membantu penulis, baik dalam bentuk tenaga, waktu, maupun materi. Terima kasih atas 11 tahun pertemanan nya melalui banyak fase dari SMP hingga sekarang, mau menerima penulis dalam keadaan terburuk sekalipun, terimakasih untuk kalimat “pasti bisa Des” di setiap proses dan senantiasa memberikan dukungan penuh kepada penulis. Semoga hal baik selalu mengelilingi.
7. Dan, terakhir pihak-pihak lain yang terkait tanpa penulis sadari telah membantu terwujudnya penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri, bagi pembaca, maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Jakarta, 1 Juli 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D-Desi Rani Puspita Sari' with a stylized flourish at the end.

(Desi Rani Puspita Sari)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sitivasi akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Rani Puspita Sari
NIM : 1221001026
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**EKSPLORASI PERSEPSI CALON PENGGUNA IBU MUDA GENERASI Z
TERHADAP SLB DALAM KONTEKS KOMUNIKASI PEMASARAN JASA DI
JABODETABEK**

EKSPLORASI PERSEPSI IBU MUDA GENERASI Z TERHADAP LAYANAN SLB DALAM KONTEKS KOMUNIKASI PEMASARAN JASA DI JABODETABEK

Desi Rani Puspita Sari

ABSTRAK

Rendahnya pemanfaatan layanan Sekolah Luar Biasa (SLB) di Jabodetabek disebabkan kesenjangan informasi akibat belum optimalnya komunikasi pemasaran jasa SLB dalam menjangkau ibu muda Generasi Z, yaitu perempuan kelahiran 1997-2012 yang sudah menikah dan berdomisili di Jabodetabek, sebagai calon pengguna layanan. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana persepsi ibu muda Generasi Z terhadap SLB sebagai institusi pendidikan khusus, bagaimana mereka mengeksplorasi dan memaknai informasi tentang layanan SLB melalui komunikasi pemasaran jasa, serta bagaimana elemen bauran pemasaran jasa (7P) dipersepsikan. Pendekatan kualitatif dengan metode Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) digunakan terhadap 5 informan utama yang mewakili Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi secara purposive sampling, serta 1 informan pendukung guru SLB sebagai triangulator. Temuan menunjukkan persepsi sebagian besar informan terbentuk melalui e-WOM yang tidak terverifikasi akibat ketiadaan SLB di ekosistem digital, kecuali pada informan dengan pengalaman keluarga langsung yang justru lebih mengutamakan sumber resmi. Sebagian besar informan hanya mengasosiasikan SLB dengan down syndrome dan autisme, asumsi biaya mahal muncul pada informan tanpa paparan langsung meskipun sejumlah SLB telah menjadi sekolah gratis, dan pengalaman langsung terbukti jauh lebih kuat membentuk persepsi yang utuh dibanding paparan digital semata. Penelitian ini merupakan yang pertama mengkaji persepsi ibu muda Gen Z sebagai prospective users layanan SLB dalam kerangka IMC di Indonesia, sekaligus mengimplikasikan perlunya strategi IMC digital yang terstruktur bagi SLB di Jabodetabek.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Ibu Muda Generasi Z, Sekolah Luar Biasa, Komunikasi Pemasaran Jasa, e-WOM, Interpretative Phenomenological Analysis

**EXPLORATION OF YOUNG MOTHERS OF GENERATION Z PERCEPTIONS
TOWARD SLB SERVICES IN THE CONTEXT OF SERVICE MARKETING
COMMUNICATION IN JABODETABEK**

Desi Rani Puspita Sari

ABSTRACT

The low utilization of Special Needs Schools (SLB) services in Jabodetabek is caused by an information gap resulting from the suboptimal service marketing communication of SLB in reaching young mothers of Generation Z, defined as women born between 1997 and 2012, already married, and residing in the Jabodetabek area, as prospective service users. This study aims to explore how young Gen Z mothers perceive SLB as a special education institution, how they explore and make sense of information about SLB services through service marketing communication, and how the service marketing mix elements (7P) are perceived. A qualitative approach using Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) was applied to 5 main informants representing Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi selected through purposive sampling, and 1 supporting informant, an SLB teacher, as a triangulator. Findings reveal that most informants' perceptions were predominantly shaped through unverified e-WOM due to the absence of SLB in the digital ecosystem, except for the informant with direct family experience, who instead prioritized official sources. Most informants only associated SLB with down syndrome and autism, assumptions of high costs emerged among informants without direct exposure despite several SLB having become tuition-free schools, and direct experience proved far more powerful in shaping a coherent perception than digital exposure alone. This study is the first to examine young Gen Z mothers' perceptions as prospective users of SLB services within an IMC framework in Indonesia, and implies the need for a structured digital IMC strategy for SLB in Jabodetabek.

Keywords: Consumer Perception, Young Mothers Generation Z, Special Needs School, Service Marketing Communication, e-WOM, Interpretative Phenomenological Analysis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UNGKAPAN TERIMAKASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Akademis.....	7
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Inti.....	9
2.1.1 Teori Persepsi.....	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Comunnication)	9
2.2 Teori Pendukung.....	10
2.2.1 Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	10
2.2.2 Karakter Generasi Z.....	11
2.3 Konteks Penelitian.....	11

2.4 Penelitian Terdahulu.....	12
2.5 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Fokus Penelitian	21
3.3 Operasional Fokus Penelitian	22
3.4 Subjek Penelitian	24
3.4.1 Partisipan Utama.....	24
3.4.2 Pendoman Wawancara untuk Informan utama	25
3.4.3 Informan Pendukung.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan data	27
3.6 Analisis Data	28
3.7 Keabsahan Data	29
3.8 Lokasi dan waktu Penelitian.....	30
3.9 Etika Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	31
4.2 Profil Informan	31
4.2.1 Profil Informan Utama.....	31
4.2.2 Profil Informan Pendukung.....	32
4.3 Proses Pengumpulan Data	33
4.3.1 Pelaksanaan Wawancara	33
4.3.2 Proses Transkrip Verbatim	33
4.3.3 Kendala dan Solusi di Lapangan.....	33
4.4 Temuan Penelitan	34
4.4.1 Tema 1: Pola Pencarian Informasi Digital Ibu muda Generasi Z.....	34
4.4.2 Tema 2: Pengetahuan Awal yang Terbatas dan Tidak Akurat tentang SLB	35

4.4.3 Tema 3: Keterbatasan dan Ketidakhadiran SLB di Ekosistem Digital.....	36
4.4.4 Tema 4: Persepsi Terhadap Elemen Layanan SLB (7P).....	37
4.4.5 Tema 5: Peran e-WOM dan Testimoni dalam Pembentukan Persepsi	38
4.4.6 Tema 6: Kesenjangan antara Komunikasi Pemasaran SLB dan Ekpetasi Informan	39
4.5 Sintesis Temuan: Proses Pembentukan Persepsi Ibu Muda Generasi Z terhadap Layanan SLB	40
4.6 Pembahasan	42
4.6.1 Pembahasan RM a: Persepsi Ibu Muda Gen Z terhadap SLB sebagai Institusi Pendidikan Khusus.	42
4.6.2 Pembahasan RM b: Bagaimana Ibu Muda Gen Z Mengeksplorasi dan Memaknai Informasi tentang Layanan SLB melalui Komunikasi Pemasaran Jasa?	45
4.6.3 Pembahasan RM c: Bagaimana Elemen Bauran Pemasaran Jasa (7P) SLB Dipersepsikan oleh Ibu Muda Gen Z?	47
BAB V KESIMPULAN	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Implikasi Praktis.....	51
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	20
Gambar 4. 1 Diagram Sintesis Temuan	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Table 3. 1 Operasional Fokus Penelitian informan	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Coding Kualitatif.....	58
Lampiran 2. Panduan Wawancara Informan Utama	85
Lampiran 3. Panduan Wawancara Informan Pendukung.....	91
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan Pendukung	96
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan Utama Jakarta	123
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Utama Bogor	137
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan Utama Depok.....	146
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Informan Utama Tangerang	166
Lampiran 9. Transkrip Wawancara Informan Utama Bekasi	183

