UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Komunikasi Jalur Sentral dan Periferal Sebagai Penentu Pengambilan Keputusan Serta Kepuasan Orang
Tua Memondokkan Anak di Pesantren Jawa Tengah**
Teddy Dyatmika, Alia Bihrajihant Raya, S.P., M.P., Ph.D. ; Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt.,
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Strategi komunikasi pesantren memiliki peran penting dalam membangun citra positif, memengaruhi pengambilan keputusan orang tua, serta meningkatkan kepuasan orang tua santri terhadap layanan pendidikan pesantren. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan berbasis agama, pesantren dituntut mampu menyampaikan informasi secara efektif, kredibel, dan adaptif. Penelitian ini bertujuan 1) Menganalisis strategi komunikasi pesantren dalam menyampaikan informasi, 2) Menganalisis pengaruh komunikasi jalur sentral dan periferal terhadap pengambilan keputusan orang tua memondokkan anak di pesantren. 3) Menganalisis pengaruh komunikasi jalur sentral dan periferal terhadap kepuasan orang tua dalam memondokkan anak di pesantren melalui pengambilan keputusan, 4) Mengembangkan strategi komunikasi pesantren yang prospektif dengan model pengambilan keputusan dan kepuasan orang tua santri dalam memondokkan anak di pesantren. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *elaboration likelihood model theory, DECIDE Model,* dan *ACADA Model*.

Penelitian ini *mixed methods* menggunakan strategi triangulasi *embedded*. Pada pendekatan kuantitatif populasinya 4.662 responden dengan sampel 380 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proporsional random sampling* di empat pondok pesantren yaitu Tasywiquth Thullab Salafiyyah (TBS) Kudus, Al-Hasyimi Pekalongan, Al-Huda Kebumen, dan Darul Amanah Kendal. Pada pendekatan kualitatif informan berasal dari kepala pondok, kepala humas, pengelola *website* dan media sosial serta orang tua santri. Teknik pemilihan informan dengan menggunakan *purposive sampling.* Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data juga dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Analisis data kuantitatif menggunakan alat statistik *smartPLS 4.0* untuk menganalisis pengaruh yang dihasilkan dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dan prediksi model. Analisis data kualitatif menggunakan N-Vivo 12. Peneliti melakukan pengumpulan, verifikasi, *display*, penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kiai memiliki berkontribusi dalam membangun kepercayaan terhadap pesantren. Media yang dimiliki pesantren menjadi instrumen penting dalam memperluas jangkauan informasi. Pesan utama pesantren selalu diarahkan untuk membangun keyakinan bahwa pesantren merupakan institusi pendidikan agama yang tepat bagi anak. Selain itu, sikap tidak signifikan memediasi komunikasi jalur sentral dan periferal terhadap pengambilan keputusan dan kepuasan orang tua santri. Komunikasi jalur periferal menjadi lebih kuat jika melalui komunikasi jalur sentral dalam memengaruhi pengambilan keputusan dan kepuasan.

Strategi komunikasi pesantren yang prospektif merupakan strategi adaptif dan berkelanjutan yang mengintegrasikan informasi sentral dengan kepercayaan periferal. Tahapannya mulai dari penyampaian informasi oleh pesantren melalui *assessment*, pembentukan kepercayaan, pengambilan keputusan, hingga pengalaman layanan yang menghasilkan kepuasan, kepercayaan, dan *word of mouth* sebagai modal komunikasi bagi calon orang tua santri berikutnya.

Kata Kunci: *Elaboration Likelihood Model,* Kepuasan, Keputusan, *Mixed Methods*, Pesantren, Strategi Komunikasi.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Komunikasi Jalur Sentral dan Periferal Sebagai Penentu Pengambilan Keputusan Serta Kepuasan Orang
Tua Memondokkan Anak di Pesantren Jawa Tengah**
Teddy Dyatmika, Alia Bihrajihant Raya, S.P., M.P., Ph.D. ; Prof. Ir. Mujtahidah Anggriani Ummul Muzayyanah, S.Pt.,
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Communication strategies employed by pesantren play a crucial role in building a positive image, influencing parental decision-making, and enhancing parental satisfaction with the educational services provided. Amidst rapid advancements in communication technology and growing public demand for religious-based education, pesantren are required to convey information effectively, credibly, and adaptively. This study aims to: 1) analyze pesantren communication strategies for information dissemination; 2) analyze the influence of central and peripheral communication routes on parental decisions to enroll their children in pesantren; 3) analyze the influence of central and peripheral communication routes on parental satisfaction regarding enrollment, mediated by the decision-making process; and 4) develop a forward-looking communication strategy for pesantren based on models of parental decision-making and satisfaction. The study utilizes the Elaboration Likelihood Model, the DECIDE Model, and the ACADA Model.

This study employs a mixed-methods approach using an embedded triangulation strategy. For the quantitative component, the population consisted of 4,662 respondents, with a sample size of 380. Proportional random sampling was used across four pesantren: Tasywiquth Thullab Salafiyyah (TBS) Kudus, Al-Hasyimi Pekalongan, Al-Huda Kebumen, and Darul Amanah Kendal. In the qualitative component, informants included pesantren leaders, public relations heads, website and social media administrators, and parents of students; purposive sampling was used to select these informants. Data collection involved questionnaires and in-depth interviews. Quantitative data analysis was conducted using SmartPLS 4.0 to examine the influence of the independent variables on the dependent variables and to assess model predictions. Qualitative data analysis was conducted using N-Vivo 12, involving data collection, verification, display, conclusion drawing, and final verification.

The research findings indicate that the Kiai plays a significant role in building trust within the pesantren. Furthermore, the media channels owned by the pesantren serve as vital instruments for expanding the reach of information. The core message of pesantren consistently aims to foster the conviction that they are the ideal religious educational institutions for children. Furthermore, "attitude" does not significantly mediate the relationship between central- and peripheral-route communication and students' parents' decision-making or satisfaction. Peripheral route communication exerts a stronger influence on decision-making and satisfaction when channeled through central route communication.

A prospective communication strategy for pesantren is adaptive and sustainable, integrating central information with peripheral beliefs. The process encompasses stages ranging from the dissemination of information—through assessments—to trust-building, decision-making, and the service experience itself; this experience ultimately generates satisfaction, trust, and word-of-mouth recommendations that serve as communication assets for attracting future parents.

***Keywords: Elaboration Likelihood Model, Satisfaction, Decision-making, Mixed Methods, Pesantren, Communication Strategy*.**