

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Customer relations dipahami sebagai rangkaian kegiatan komunikasi strategis yang bertujuan membangun, memelihara, dan memperkuat kualitas hubungan antara lembaga dengan pihak-pihak yang menerima manfaat dari pelayanan yang diberikan. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa hubungan dengan pelanggan merupakan elemen penting dalam menciptakan nilai jangka panjang melalui interaksi yang berkelanjutan dan berorientasi pada kepuasan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah institusi tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan inti, tetapi juga oleh kemampuan menjaga interaksi yang harmonis, transparan, dan responsif dengan publik utamanya, sehingga hubungan yang terbangun mampu menghasilkan kepercayaan serta loyalitas yang berkelanjutan.

Dalam konteks lembaga pendidikan berbasis pesantren, istilah *customer* tidak dimaknai secara komersial, melainkan merujuk pada pihak-pihak yang menerima dan terlibat dalam layanan sosial edukatif seperti santri, wali santri, alumni, serta masyarakat pendukung. Grönroos (2007) menjelaskan bahwa dalam organisasi jasa, hubungan dengan pengguna layanan berfokus pada penciptaan nilai melalui interaksi jangka panjang, bukan semata transaksi. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa relasi dalam pesantren dibangun atas dasar kepercayaan, keterlibatan, dan keberlanjutan hubungan. Pengelolaan hubungan yang baik

memungkinkan terbentuknya kepercayaan, loyalitas, serta citra lembaga yang stabil, sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan fungsi pendidikan dan pembinaan yang dijalankan oleh pesantren.

Penerapan *Customer relations* pada Pondok Pesantren Al-Ma'tuq menjadi diperlukan karena lembaga tersebut menjalankan fungsi pelayanan publik berbasis keagamaan yang menuntut komunikasi efektif dengan berbagai pemangku kepentingan. Keberagaman latar belakang wali santri, dinamika kebutuhan santri, serta ekspektasi masyarakat terhadap kualitas pembinaan menuntut pengelolaan hubungan yang profesional dan terstruktur. Pemenuhan kebutuhan informasi mengenai kegiatan pendidikan, kebijakan internal, serta perkembangan santri menghadirkan nilai strategis yang menentukan tingkat kepuasan dan keterlibatan publik. Lembaga yang mampu mengelola hubungan secara komunikatif akan memperoleh legitimasi sosial yang kuat, menjaga stabilitas manajerial, serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas program dan tata kelolanya. Upaya memperkuat *Customer relations* juga berdampak pada peningkatan efektivitas pelayanan administrasi, pengelolaan komplain, serta distribusi informasi yang tepat dan akurat. Keberhasilan pesantren dalam menjaga hubungan dengan publik utamanya akan menjadi salah satu indikator keterbukaan lembaga, profesionalitas pengelolaan, serta komitmen terhadap kualitas pendidikan yang diberikan.

Aktivitas penyampaian informasi yang dilakukan Pondok Pesantren Al-Ma'tuq melalui media sosial dan situs resminya menunjukkan adanya praktik

pengelolaan hubungan yang sistematis antara lembaga dan publiknya. Ragam konten yang memuat kegiatan santri, dokumentasi kolaborasi dengan para wali

santri, serta penyajian infografis mengenai kebijakan internal menggambarkan upaya lembaga untuk membangun interaksi yang transparan dan komunikatif. Kehadiran komunikasi digital semacam ini mengindikasikan bahwa pesantren memahami pentingnya keterbukaan informasi sebagai elemen yang menopang kepercayaan publik. Fenomena ini memperlihatkan pola hubungan yang tidak sekadar bersifat informatif, tetapi juga bersifat partisipatif karena mendorong keterlibatan dan pemahaman publik terhadap dinamika kehidupan pesantren.

Pengelolaan hubungan tersebut tidak hanya dilakukan melalui kanal digital, melainkan juga melalui prosedur operasional standar yang mengatur tata cara interaksi antara pesantren dan para penggunanya. Penerimaan wali santri oleh satuan keamanan, sikap ramah warga pesantren, serta mekanisme penyaluran kritik dan saran menunjukkan bahwa lembaga berupaya menciptakan pengalaman komunikasi yang positif bagi para pemangku kepentingan. Praktik ini sejalan dengan pandangan para ahli *public relations* yang menekankan bahwa kualitas hubungan antara organisasi dan publik terbentuk melalui komunikasi yang konsisten, keterbukaan, dan perlakuan yang menghargai kebutuhan serta ekspektasi publik. Pemikiran tersebut selaras dengan pendekatan *relationship management* yang dikemukakan Hon dan Grunig, di mana organisasi dipandang berhasil ketika mampu memenuhi dimensi kepercayaan, komitmen, kepuasan, serta saling pengertian melalui bentuk komunikasi yang terencana.

Objek penelitian berupa Pondok Pesantren Al-Ma'tuq menampilkan karakteristik lembaga pendidikan keagamaan yang sangat bergantung pada legitimasi sosial, kepercayaan wali santri, dan keterlibatan masyarakat. Fenomena aktivitas digital dan interaksi langsung yang dikelola secara terstruktur memberikan dasar empiris yang kuat untuk meneliti bentuk-bentuk *Customer relations* dalam konteks pesantren. Kegiatan komunikasi yang dijalankan lembaga memperlihatkan adanya orientasi pada pemeliharaan hubungan jangka panjang dengan publik, bukan sekadar penyampaian informasi administratif. Orientasi ini relevan untuk dianalisis karena lembaga pendidikan non profit sering kali mengandalkan kualitas hubungan sosial sebagai modal utama keberlanjutan layanan.

Peran *Customer relations* memiliki signifikansi dalam pengelolaan pesantren, baik dari aspek manajerial maupun dari sudut pandang komunikasi publik. Kualitas hubungan antara pesantren dan para wali santri berpengaruh langsung terhadap kepercayaan, reputasi, serta dukungan publik terhadap program pendidikan. Praktik komunikasi yang terencana melalui media digital maupun interaksi langsung menjadi penentu terciptanya kepuasan publik dan legitimasi lembaga. Relevansi fenomena tersebut menunjukkan bahwa penelitian mengenai *Customer relations* pada Pondok Pesantren Al-Ma'tuq tidak hanya penting secara akademis, tetapi juga strategis bagi pengembangan tata kelola pesantren yang lebih profesional dan responsif terhadap kebutuhan publik.

Perkembangan digital di lingkungan pesantren menunjukkan perubahan pola interaksi antara lembaga dan publiknya yang semakin intens melalui media daring. Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Balitbangdiklat melaporkan bahwa lebih dari 70% santri aktif menggunakan media sosial setiap hari, yang menandakan bahwa santri tidak hanya berperan sebagai peserta didik dalam lingkungan asrama, tetapi juga sebagai bagian dari masyarakat digital yang terhubung secara luas. Data tersebut menunjukkan adanya pergeseran cara berkomunikasi yang menuntut pesantren untuk beradaptasi dalam mengelola hubungan dengan publik melalui kanal digital. Kementerian Agama Republik Indonesia juga mencatat terdapat sekitar 42.433 pondok pesantren aktif di Indonesia, yang menggambarkan besarnya cakupan sosial lembaga ini dalam masyarakat. Kondisi tersebut menegaskan bahwa pengelolaan *Customer relations* menjadi semakin strategis karena pesantren dituntut mampu membangun dan mempertahankan interaksi yang baik dengan santri, wali santri, serta masyarakat luas secara berkelanjutan.

Praktik digitalisasi dakwah di lingkungan pesantren menjadi fenomena yang semakin berkembang, terutama sejak pandemi Covid-19 yang mendorong pergeseran pola komunikasi ke arah pemanfaatan media digital. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media digital memungkinkan terjadinya distribusi informasi secara luas, cepat, dan interaktif sehingga organisasi dapat menjangkau publik secara lebih efektif. Kondisi tersebut mendorong pesantren untuk memanfaatkan media sosial dan situs resmi sebagai sarana penyampaian kegiatan keagamaan,

edukasi, serta informasi operasional secara berkelanjutan. Penelitian pada Pondok Pesantren Darul Ulum menunjukkan bahwa publikasi kegiatan seperti tahlil, istighosah, dan tausiyah melalui platform daring dilakukan untuk menjaga keterhubungan dengan wali santri sekaligus meningkatkan transparansi lembaga. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai strategi dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan publik. Adaptasi praktik ini pada Pondok Pesantren Al-Ma'tuq mencerminkan adanya kesadaran lembaga terhadap pentingnya komunikasi digital sebagai bagian dari pengelolaan hubungan kelembagaan yang lebih terbuka dan responsif.

Fenomena literasi digital di lingkungan pesantren menjadi aspek penting dalam merespons perkembangan komunikasi modern, penelitian fenomenologis menunjukkan bahwa literasi digital dimanfaatkan sebagai strategi pendidikan sekaligus pengelolaan media oleh pimpinan pesantren, khususnya kyai muda, untuk menghadapi tantangan era digital tanpa mengabaikan nilai-nilai tradisional. Buckingham (2015) menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman kritis, etika, dan tanggung jawab dalam memproduksi serta mengonsumsi informasi. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa tingginya aktivitas santri di media sosial perlu diimbangi dengan kemampuan literasi digital yang memadai. Kondisi ini mendorong pesantren seperti Al-Ma'tuq untuk memperkuat mekanisme edukasi digital serta membangun saluran komunikasi resmi, sehingga pemanfaatan

media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang dialog yang mampu menampung aspirasi publik secara konstruktif.

Urgensi penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperjelas pentingnya pengelolaan *customer relation* di lingkungan Pondok Pesantren Al-Ma'tuq yang sedang menghadapi peningkatan kebutuhan keterbukaan informasi dan penataan layanan terhadap wali santri. Pemahaman mendalam mengenai pola hubungan yang dijalankan pesantren memberikan manfaat luas bagi berbagai pihak karena temuannya tidak hanya berfungsi sebagai rujukan publik untuk menilai kualitas tata kelola lembaga pendidikan berbasis asrama, tetapi juga memperkaya kajian akademik mengenai praktik manajemen relasi di institusi non komersial yang selama ini masih terbatas pembahasannya dalam literatur komunikasi. Analisis yang dihasilkan menghasilkan pijakan empiris yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas mekanisme layanan, memperkuat kredibilitas lembaga, serta meningkatkan responsivitas komunikasi antara pesantren dan para pemangku kepentingannya. Pemaduan manfaat tersebut memperlihatkan bahwa penelitian ini memiliki peran strategis dalam memperkuat kepercayaan masyarakat, menambah khazanah ilmiah bagi dunia akademik, dan membantu pesantren mengembangkan sistem relasi yang lebih terstruktur sehingga keberlanjutan lembaga dapat terjaga dalam jangka panjang.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini diarahkan untuk memahami secara mendalam bagaimana Pondok Pesantren Al-Ma'tuq menjalankan aktivitas *Customer relations*

dalam mengelola hubungan dengan wali santri melalui komunikasi digital, prosedur pelayanan langsung, dan mekanisme penanganan kebutuhan publiknya. Penelitian menempatkan model RACE sebagai dasar analisis untuk menilai kualitas relasi yang dikembangkan pesantren, sehingga pengelolaan program *Customer relations* dapat dilihat melalui komponen menganalisis, aksi atau perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

1. Bagaimana proses *research* yang dilakukan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq?
2. Bagaimana perencanaan *action planning* yang dirumuskan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq?
3. Bagaimana pelaksanaan *communication* yang dijalankan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq?
4. Bagaimana proses *evaluation* yang dilakukan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki Tujuan untuk menganalisis kegiatan *Customer relations* yang dijalankan oleh Pondok Pesantren Al-Ma'tuq. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana pesantren mengelola hubungan dengan wali santri sebagai publik eksternal melalui proses riset, perencanaan, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi yang dilakukan secara sistematis. Pemahaman tersebut diharapkan mampu menggambarkan pola pengelolaan hubungan yang tidak berorientasi pada praktik

komersial, tetapi berlandaskan pada pemeliharaan kepercayaan, keterbukaan, dan keberlanjutan relasi sosial dalam konteks lembaga pendidikan keagamaan.

Tujuan penelitian ini diarahkan untuk menelaah setiap tahapan kegiatan *Customer relations* sebagaimana dirumuskan dalam model RACE. Penelitian ini berupaya menggambarkan proses pengumpulan dan pemanfaatan informasi mengenai kebutuhan serta persepsi wali santri, menganalisis perencanaan strategi hubungan yang disusun oleh pesantren, mengkaji bentuk dan pola komunikasi yang dijalankan dalam praktik sehari-hari, serta menelaah mekanisme evaluasi yang digunakan untuk menilai efektivitas pengelolaan hubungan tersebut. Tujuan ini

disusun untuk menghasilkan deskripsi yang utuh mengenai praktik *Customer relations* dalam konteks pesantren sebagai institusi pendidikan nonkomersial. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian dapat dirumuskan ke dalam poin-poin sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana proses *research* yang dilakukan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq.
2. Untuk menjelaskan bagaimana proses *action planning* yang dirumuskan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq.
3. Untuk mengkaji bagaimana pelaksanaan *communication* yang dijalankan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq.
4. Untuk mengetahui bagaimana proses *evaluation* yang dilakukan dalam upaya memperoleh kepercayaan wali santri Pondok Pesantren Al-Ma'tuq.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun secara praktis berdasarkan cara-cara berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi *public relation*, khususnya dalam ranah relationship management yang selama ini lebih banyak diaplikasikan pada organisasi modern, institusi bisnis, atau lembaga pemerintahan. Penerapannya pada pondok pesantren menghadirkan perluasan konteks yang penting, karena hubungan antara lembaga, santri, dan orang tua berada dalam struktur interaksi yang bercirikan nilai religius, hierarki pengasuhan, serta dinamika komunikasi yang tidak selalu linear. Analisis kegiatan *Customer relations* melalui 4 elemen utama *research*, *action planning*, *communication*, dan *evaluation* memberikan pemahaman baru tentang bagaimana teori tersebut berfungsi dalam sistem yang memiliki perpaduan antara otoritas kepemimpinan dan kebutuhan transparansi pelayanan.

Temuan penelitian ini dapat memperkaya literatur dengan menunjukkan bahwa model RACE mampu beradaptasi dengan lingkungan pendidikan berbasis pesantren, sekaligus menegaskan bahwa relasi lembaga keagamaan dengan publiknya tidak hanya bertumpu pada dimensi moral, tetapi juga pada mekanisme komunikasi yang terstruktur. Penelitian ini juga membuka ruang bagi pengembangan model relasi yang lebih kontekstual bagi penelitian selanjutnya di lembaga pendidikan tradisional maupun non-tradisional.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat yang konkret bagi Pondok Pesantren Al-Ma'tūq maupun lembaga serupa yang mengelola hubungan intens dengan orang tua, santri, serta masyarakat. Pemanfaatan elemen RACE memungkinkan penelitian ini memetakan secara lebih sistematis kualitas setiap aspek relasi, mulai dari tingkat kepercayaan publik terhadap pengelolaan pesantren, konsistensi komitmen dalam penyampaian layanan, keterbukaan informasi yang diberikan, kesaling pahaman antara lembaga dan publiknya, hingga sejauh mana mekanisme shared control

berjalan dalam proses pengambilan keputusan atau penyelesaian masalah. Bagaimana cara untuk melakukan riset, perencanaan, komunikasi dan evaluasi. Hasil analisis tersebut dapat digunakan untuk memperbaiki standar pelayanan komunikasi, memperkuat sistem penyampaian informasi, meningkatkan akuntabilitas, serta merancang strategi hubungan jangka panjang yang lebih responsif terhadap dinamika kebutuhan orang tua dan santri. Penelitian ini juga membantu pesantren mengenali praktik *Customer relations* yang sudah efektif untuk kemudian dipertahankan, dan menemukan celah yang memerlukan intervensi sehingga program komunikasi kelembagaan dapat berjalan lebih terintegrasi. Secara umum, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan praktis untuk merancang model hubungan dengan pemangku kepentingan yang lebih adaptif, transparan, dan mendukung keberlanjutan lembaga.

1.5 Kerangka Teoritis

1.5.1 RACE

Penelitian ini penulis menerapkan model RACE yang pertama kali dikatakan oleh John Marston pada 1963 dalam bukunya *The Nature of Public Relations*. Anggitia, Suherdiana, & Paryati (2022:48) menjelaskan bahwa Model RACE merupakan salah satu model manajemen perencanaan strategis dalam praktik *public relations* untuk menyediakan kerangka strategi komunikasi yang komprehensif. RACE merupakan akronim dari *Research* (Penelitian), *Action* (Tindakan), *Communication* (Komunikasi), dan *Evaluation* (Evaluasi).

Tahap *research* dipahami sebagai proses pengumpulan dan pemahaman informasi awal mengenai kondisi publik, kebutuhan, persepsi, serta permasalahan yang berkaitan dengan hubungan antara organisasi dan publiknya. Pada konteks Pondok Pesantren Al-Ma'tuq, tahap ini berkaitan dengan upaya lembaga dalam memahami karakteristik wali santri, santri, dan masyarakat sekitar, termasuk harapan mereka terhadap sistem pelayanan, keterbukaan informasi, serta mekanisme komunikasi pesantren. Analisis pada tahap ini dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menelusuri bagaimana pesantren mengidentifikasi kebutuhan dan ekspektasi publik melalui interaksi langsung, pengalaman pelayanan, maupun masukan yang diterima. Tahap *research* menjadi dasar penting karena kualitas hubungan yang dibangun sangat dipengaruhi oleh pemahaman awal organisasi terhadap publiknya.

Tahap *action planning* merujuk pada proses perumusan strategi dan perencanaan tindakan komunikasi yang disusun berdasarkan temuan pada tahap

sebelumnya. Pada penelitian ini, tahap tersebut dianalisis melalui bagaimana Pondok Pesantren Al-Ma'tuq merancang kebijakan, prosedur, serta pola komunikasi dalam mengelola hubungan dengan wali santri dan publik eksternal. Perencanaan ini dapat tercermin dalam penetapan saluran komunikasi resmi, pengaturan alur pelayanan administrasi, serta kebijakan penyampaian informasi akademik dan nonakademik. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami rasionalitas di balik setiap keputusan komunikasi yang diambil pesantren sebagai bagian dari upaya menjaga hubungan jangka panjang berbasis kepercayaan.

Tahap *communication* merupakan proses implementasi dari rencana yang telah disusun melalui aktivitas komunikasi nyata antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks penelitian ini, tahap tersebut mencakup praktik komunikasi yang dilakukan Pondok Pesantren Al-Ma'tuq melalui interaksi langsung, pelayanan harian, penggunaan media digital, serta respons terhadap pertanyaan dan keluhan wali santri. Analisis difokuskan pada bagaimana pesan disampaikan, sikap komunikatif pengelola pesantren, serta konsistensi komunikasi yang dijalankan. Tahap ini menjadi inti dalam kajian *Customer relations* karena kualitas hubungan sangat ditentukan oleh pengalaman komunikasi yang dirasakan langsung oleh publik eksternal.

Tahap *evaluation* dipahami sebagai proses penilaian atas efektivitas kegiatan komunikasi dan kualitas hubungan yang telah terbangun. Pada penelitian ini, evaluasi dianalisis melalui mekanisme refleksi internal pesantren, penerimaan

umpan balik dari wali santri, serta respons lembaga terhadap kritik dan saran yang muncul.

Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali bagaimana pesantren memaknai keberhasilan atau kekurangan dalam pengelolaan hubungan dengan publik, serta bagaimana hasil evaluasi tersebut digunakan untuk perbaikan berkelanjutan. Tahap ini menegaskan bahwa *Customer relations* bukan aktivitas statis, melainkan proses dinamis yang terus disesuaikan dengan kebutuhan publik. Melalui penerapan model RACE sebagai pisau analisis, penelitian ini memperoleh kerangka teoritis yang sistematis untuk menelaah kegiatan *Customer relations* Pondok Pesantren Al-Ma'tuq secara utuh. Model ini relevan karena mampu menggambarkan proses pengelolaan hubungan eksternal yang berorientasi pada pemahaman publik, perencanaan strategis, pelaksanaan komunikasi, serta evaluasi berkelanjutan, tanpa menempatkan pesantren dalam kerangka komersial atau hardselling. Pendekatan tersebut sejalan dengan karakter lembaga pendidikan keagamaan yang menempatkan kepercayaan dan hubungan sosial sebagai fondasi utama keberlanjutan.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 *Customer relations*

Customer relations dipahami sebagai aktivitas organisasi dalam mengelola hubungan dengan pengguna layanan melalui komunikasi yang terencana, pelayanan yang konsisten, serta perhatian terhadap kebutuhan publik. Payne (2017) menjelaskan bahwa *Customer relations* menitikberatkan pada penciptaan nilai bagi pelanggan. Konsep ini berlandaskan gagasan bahwa hubungan yang baik tidak

terbentuk secara spontan, melainkan melalui interaksi komunikatif yang mengutamakan kualitas dan kontinuitas.

Konsep *Customer relations* meliputi penyampaian informasi yang akurat, penanganan keluhan, penyediaan layanan yang responsif, serta penguatan interaksi interpersonal yang menghargai pengguna layanan. Konsep tersebut relevan dengan penelitian di Pondok Pesantren Al Ma'tuq karena kegiatan layanan pesantren kepada santri dan wali santri melibatkan proses komunikasi yang harus terjaga kualitasnya. Kaitan ini tampak pada cara pesantren menerima aspirasi, menanggapi kebutuhan administratif, serta membangun hubungan edukatif dengan publik internal sehingga pola hubungan dapat dianalisis melalui kerangka *Customer relations*.

Fungsi *Customer relations* mencakup peningkatan kepuasan publik, pembentukan persepsi positif, serta pemeliharaan hubungan jangka panjang. Fungsi tersebut berpengaruh terhadap penelitian karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi seberapa efektif pesantren memenuhi kebutuhan komunikasi dan layanan pendidikannya. *Customer relation* berfungsi sebagai indikator untuk memahami bagaimana pesantren mempertahankan kepercayaan santri dan wali santri melalui pelayanan yang terarah dan komunikatif, sehingga penelitian dapat memetakan kualitas hubungan yang terbangun.

1.6.2 Pondok Pesantren

Pondok pesantren dipahami sebagai lembaga pendidikan keagamaan yang menjalankan fungsi pembinaan ilmu, moral, dan sosial secara terintegrasi dalam

kehidupan berasrama. Zamakhsyari Dhofier (2011) menjelaskan bahwa pesantren memiliki ciri utama berupa keberadaan kyai, santri, masjid, dan sistem pendidikan berbasis nilai keislaman yang berkelanjutan. Pesantren tidak hanya berperan sebagai institusi pendidikan formal, tetapi juga sebagai ruang pembentukan karakter dan pusat relasi sosial yang melibatkan santri, wali santri, serta masyarakat sekitar. Posisi tersebut menjadikan pesantren sebagai lembaga yang sangat bergantung pada legitimasi sosial dan kepercayaan publik.

Konsep pondok pesantren relevan dalam penelitian ini karena Pondok Pesantren Al-Ma'tuq Menjalankan fungsi pelayanan pendidikan dan pengasuhan yang menuntut pengelolaan hubungan intens dengan wali santri (Dhofier, Z. 2011). Interaksi antara pesantren dan wali santri tidak bersifat transaksional, melainkan berbasis amanah, nilai religius, dan tanggung jawab jangka panjang. Pola komunikasi yang dijalankan pesantren dalam menyampaikan kebijakan, perkembangan santri, serta informasi kelembagaan menjadi bagian penting dalam menjaga hubungan tersebut.

Kerangka ini memungkinkan penelitian menempatkan pesantren sebagai organisasi pendidikan non profit yang memerlukan strategi komunikasi relasional untuk mempertahankan kepercayaan publik. Fungsi pesantren dalam konteks hubungan eksternal tercermin melalui perannya sebagai penyedia layanan pendidikan, pembina moral, serta mediator komunikasi antara nilai keagamaan dan kebutuhan sosial wali santri.

Keberhasilan pesantren dalam menjalankan fungsi tersebut bergantung pada kemampuan lembaga mengelola komunikasi yang terbuka, konsisten, dan bertanggung jawab. Pondok pesantren menjadi elemen konseptual penting dalam penelitian karena karakter kelembagaannya mempengaruhi bentuk, pola, dan dinamika *Customer relations* yang terbangun dengan santri dan wali santri.

1.6.3 Murid

Murid dipahami sebagai individu yang menjadi subjek utama dalam proses pendidikan serta penerima langsung layanan pembelajaran dan pembinaan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa peserta didik merupakan anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu. Dalam konteks pesantren, murid atau santri tidak hanya berperan sebagai peserta didik, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang hidup dalam sistem pendidikan berasrama dengan nilai-nilai religius dan kedisiplinan yang kuat.

Konsep murid relevan dalam penelitian ini karena Pondok Pesantren Al-Ma'tuq menjalankan fungsi pelayanan pendidikan yang berorientasi pada pembinaan akademik, moral, dan sosial santri (Republik Indonesia. 2003). Interaksi yang terbangun antara pesantren dan murid mencerminkan kualitas pelayanan serta efektivitas komunikasi internal lembaga. Pengelolaan kegiatan pendidikan, pembinaan harian, serta penyampaian aturan dan kebijakan menjadi bagian dari

proses komunikasi yang membentuk pengalaman santri selama berada di lingkungan pesantren.

Pengalaman tersebut berkontribusi terhadap persepsi santri dan wali murid terhadap kualitas layanan pesantren. Peran murid dalam penelitian ini menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan praktik *Customer relations* yang diterapkan lembaga. Tingkat kenyamanan, kepatuhan, dan partisipasi santri dalam kegiatan pesantren mencerminkan efektivitas pengelolaan hubungan antara lembaga dan penggunanya. Pemahaman terhadap posisi murid memungkinkan peneliti menilai sejauh mana pesantren mampu menciptakan lingkungan komunikasi yang mendukung proses pendidikan dan pembinaan secara berkelanjutan.

1.6.4 Wali Murid

Wali murid dipahami sebagai pihak yang memiliki tanggung jawab langsung terhadap keberlangsungan pendidikan dan pengasuhan peserta didik, sekaligus menjadi publik eksternal utama bagi lembaga pendidikan. Epstein (2018) menjelaskan bahwa keterlibatan wali murid dalam pendidikan berperan penting dalam mendukung perkembangan akademik, sosial, dan moral anak. Dalam konteks pesantren, wali murid tidak hanya berfungsi sebagai pendukung administratif, tetapi juga sebagai pihak yang memberikan amanah dan kepercayaan penuh kepada lembaga untuk membina anak dalam lingkungan berasrama.

Konsep wali murid memiliki relevansi kuat dalam penelitian ini karena Pondok Pesantren Al-Ma'tuq membangun relasi berkelanjutan dengan wali santri

melalui berbagai bentuk komunikasi kelembagaan (Epstein, J. L. 2018). Hubungan tersebut tercermin dalam penyampaian informasi mengenai kebijakan pesantren, perkembangan santri, serta mekanisme pelayanan dan pengaduan. Interaksi yang terkelola secara komunikatif memungkinkan wali murid memahami proses pendidikan yang dijalankan pesantren, sekaligus memperkuat rasa keterlibatan dan kedekatan

emosional terhadap lembaga. Relasi ini menjadi dasar penting dalam analisis kegiatan *Customer relations* di lingkungan pesantren. Fungsi wali murid dalam penelitian ini dipahami sebagai indikator keberhasilan pengelolaan hubungan eksternal pesantren. Tingkat kepercayaan, kepuasan, dan keterlibatan wali murid mencerminkan kualitas komunikasi dan pelayanan yang diberikan lembaga. Peran wali murid menjadi signifikan karena persepsi dan penilaian mereka berpengaruh langsung terhadap reputasi pesantren serta keberlanjutan hubungan jangka panjang. Pemahaman terhadap posisi wali murid membantu peneliti menilai efektivitas praktik *Customer relations* yang dijalankan Pondok Pesantren Al-Ma'tuq.

1.6.5 Kepercayaan

Kepercayaan dipahami sebagai keyakinan publik terhadap kompetensi, integritas, dan itikad baik suatu lembaga dalam menjalankan perannya. Morgan dan Hunt (1994) memaknai trust sebagai kondisi ketika satu pihak memiliki keyakinan terhadap reliabilitas dan komitmen pihak lain dalam suatu hubungan. Kepercayaan tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang melalui pengalaman interaksi

yang konsisten, keterbukaan informasi, serta pemenuhan tanggung jawab secara berkelanjutan. Dalam konteks lembaga pendidikan, kepercayaan menjadi pondasi utama yang menentukan keberlanjutan hubungan antara institusi dan publiknya.

Konsep kepercayaan relevan dalam penelitian Pondok Pesantren Al-Ma'tuq karena hubungan antara pesantren, santri, dan wali santri berada dalam struktur relasi jangka panjang yang sarat dengan tanggung jawab moral dan sosial. Penitipan santri kepada pesantren mencerminkan adanya keyakinan wali santri terhadap sistem pendidikan, pola pengasuhan, serta nilai-nilai yang diterapkan lembaga. Kepercayaan tersebut dipelihara melalui komunikasi yang jelas, pelayanan administratif yang tertib, serta sikap institusi dalam menanggapi kebutuhan dan kekhawatiran wali santri.

Kerangka ini memungkinkan penelitian menganalisis bagaimana praktik komunikasi pesantren berperan dalam menjaga keyakinan publik terhadap lembaga. Fungsi kepercayaan tercermin dalam terciptanya rasa aman, loyalitas, serta dukungan berkelanjutan dari wali santri terhadap pesantren (Payne, A. 2017). Kepercayaan berpengaruh langsung terhadap stabilitas hubungan kelembagaan karena menentukan tingkat penerimaan publik terhadap kebijakan dan program pendidikan yang dijalankan. Kepercayaan juga berfungsi sebagai indikator kualitas hubungan antara pesantren dan wali santri, sehingga penelitian dapat menilai sejauh mana praktik pengelolaan komunikasi dan pelayanan berkontribusi dalam mempertahankan legitimasi sosial Pondok Pesantren Al-Ma'tuq.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok pesantren Al-Ma'tuq yang berlokasi di Jl. Kadudampit No. Km. 3, Rt. 16 Rw. 03, Gunungjaya, Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Tempat ini dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki karakter lembaga yang menjalankan pendidikan berbasis asrama dengan tingkat intensitas interaksi yang tinggi antara pesantren, santri, dan wali santri. Sistem pendidikan yang terpusat di lingkungan pesantren menuntut adanya mekanisme komunikasi yang terstruktur, mulai dari penyampaian informasi akademik hingga pelayanan administratif harian. Kondisi tersebut menjadikan pesantren ini relevan sebagai objek penelitian karena menyediakan konteks alami untuk mengamati bagaimana sebuah lembaga pendidikan mengelola relasi dengan publiknya melalui aktivitas pelayanan, penyediaan informasi, serta pengelolaan kebutuhan dan keluhan. Kompleksitas struktur komunikasi internal dan eksternal memberikan ruang bagi peneliti untuk menilai dinamika hubungan antara lembaga dan para pengguna layanannya secara langsung.

Pesantren memiliki kanal komunikasi resmi, titik layanan informasi, serta aktivitas rutin yang menuntut transparansi dan konsistensi pelayanan sehingga memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap praktik hubungan lembaga dan publik. Lingkungan tersebut memperlihatkan bagaimana strategi pelayanan dibangun, dijalankan, dan diterima oleh santri maupun wali santri, sehingga memberikan dasar empiris yang kuat untuk menilai efektivitas relasi dan kualitas pengelolaan komunikasi lembaga. Relevansi ini memastikan bahwa penelitian

dapat menghasilkan temuan yang bermakna mengenai bentuk, fungsi, serta konsekuensi praktik *Customer relations* dalam konteks lembaga pendidikan Islam.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivisme memberikan landasan filosofis yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi individu berdasarkan pengalaman dan proses interaksi. Creswell (2018) menjelaskan bahwa pengetahuan dalam paradigma konstruktivisme tidak bersifat objektif atau tunggal, karena setiap individu membangun pemahamannya sendiri melalui interaksi dengan lingkungan sosial, budaya, serta pengalaman personal yang melekat pada dirinya. Pandangan ini menegaskan bahwa makna tidak melekat pada suatu peristiwa, melainkan dibentuk melalui proses interpretif yang berjalan secara terus-menerus dalam konteks sosial tertentu.

Pengetahuan dipahami sebagai sebuah proses yang dinamis, bukan entitas yang statis, sehingga penelitian yang menggunakan paradigma ini berupaya menangkap beragam penafsiran yang muncul dari subjek penelitian. Kerangka filosofis tersebut menempatkan subjek sebagai agen yang aktif memproduksi makna, bukan sebagai entitas pasif yang hanya menerima realitas eksternal. Penekanan terhadap proses interpretasi ini membuat paradigma konstruktivisme penting untuk memahami fenomena yang melibatkan dinamika komunikasi, persepsi, dan pengalaman interaksi.

Penerapan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini mengarahkan peneliti untuk menelaah bagaimana santri, wali santri, serta pengelola pesantren

membentuk pemaknaan terhadap praktik *customer relation* yang berlangsung di Pondok Pesantren Al-Ma'tuq. Creswell (2016) menekankan bahwa penelitian berparadigma konstruktivisme bertujuan menggali beragam perspektif, sehingga setiap pendapat informan diperlakukan sebagai representasi valid dari realitas yang mereka pahami. Realitas mengenai kualitas hubungan, transparansi informasi, dan mutu pelayanan dipahami sebagai konstruksi yang bergantung pada pengalaman dan interaksi masing-masing aktor sosial. Peneliti tidak mencari satu kebenaran tunggal, tetapi berusaha menyusun pemahaman komprehensif mengenai bagaimana hubungan pesantren dengan publiknya dipersepsi, dijalankan, dan dimaknai oleh berbagai pihak. Penempatan konstruktivisme sebagai paradigma penelitian menjadikan analisis lebih sensitif terhadap konteks budaya pesantren, praktik komunikasi yang dijalankan, serta pengalaman sosial para informan, sehingga penelitian mampu menghasilkan gambaran relasional yang lebih utuh dan bermakna.

Pendekatan kualitatif digunakan sebagai strategi penelitian karena memberikan ruang yang luas untuk menggali fenomena secara kontekstual, mendalam, dan berorientasi pada pemaknaan subjek. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memasuki lingkungan sosial pesantren sebagaimana adanya sehingga dinamika komunikasi dan relasi yang terjadi dapat diamati secara langsung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumen yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi pesantren.

Setiap temuan tidak dianalisis melalui kerangka yang kaku, tetapi melalui pembacaan induktif yang menuntun peneliti pada identifikasi tema, pola, dan konstruksi makna yang muncul dari data. Pendekatan kualitatif mendukung pemahaman yang lebih komprehensif karena mampu menggambarkan nuansa interaksi yang tidak selalu tampak dalam data kuantitatif, seperti ekspresi nonverbal, pengalaman emosional, tingkat kenyamanan saat berkomunikasi dengan pihak pesantren, serta persepsi tentang transparansi lembaga. Relevansi pendekatan ini sangat kuat bagi penelitian *Customer relations* di Pondok Pesantren Al-Ma'tuq karena kualitas hubungan antara lembaga dan publiknya tidak dapat diukur hanya melalui indikator numerik, tetapi perlu dipahami melalui pengalaman subjektif yang dirasakan langsung oleh para informan.

1.7.3 Metode penelitian

Metode pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang diterapkan dalam penelitian ini sebagai pendekatan untuk menelaah, menggambarkan, dan memahami makna dari suatu fenomena berdasarkan perspektif para subjek yang terlibat. Creswell (2014) menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif berfungsi untuk menggali pesan, pengalaman, serta konstruksi makna yang muncul dari individu maupun kelompok melalui proses interpretif yang sensitif terhadap konteks sosial. Data yang dikumpulkan berupa teks, ungkapan verbal, maupun temuan visual disajikan dalam bentuk deskripsi yang menggambarkan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan ini mengutamakan keakuratan dalam menangkap fenomena sebagaimana adanya, tanpa intervensi atau

manipulasi, sehingga setiap temuan merefleksikan situasi yang dialami informan secara otentik. Penelitian dengan metode ini memungkinkan peneliti memahami dinamika komunikasi dan pengalaman relasional yang terbentuk di lingkungan pesantren secara mendalam.

Pemahaman lebih lanjut mengenai metode deskriptif kualitatif dikemukakan oleh Alfatih (2017) yang menyatakan bahwa penelitian jenis ini menghasilkan data melalui teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi pendukung. Data yang diperoleh kemudian diolah, dianalisis, dan disajikan dalam bentuk narasi yang sistematis dan argumentatif. Proses analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pola, tema, serta hubungan antarkomponen data untuk membangun pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Penilaian data dipadukan dengan teori relevan untuk memberikan landasan akademik yang kuat dalam memverifikasi temuan serta mempertajam interpretasi peneliti. Penerapan pendekatan ini menjadikan penelitian mampu menghasilkan gambaran deskriptif yang mendalam mengenai praktik *customer relation* Pondok Pesantren Al Ma'tuq dengan tetap mempertahankan keaslian pengalaman informan.

Fokus penelitian ini adalah menganalisis kegiatan *Customer relations* Pondok Pesantren Al-Ma'tuq. Data yang dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk deskriptif yang menjadikan 4 aspek sebagai pisau analisis dari penelitian ini yakni, *research, action planning, communication, dan evaluation* dalam pelaksanaannya dalam kegiatan *Customer relations*. Metode deskriptif ini memberikan keleluasaan

untuk peneliti dalam menghadirkan pemahaman serta gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

1.7.4 Jenis dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data deskriptif kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk uraian kata-kata, gambar, dan simbol visual, bukan dalam bentuk angka atau perhitungan statistik. Data kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh mengenai objek penelitian berdasarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara detail dan kontekstual sesuai dengan tujuan penelitian.

Data penelitian diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas, peristiwa, atau fenomena yang berkaitan dengan objek penelitian. Wawancara digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dari narasumber yang relevan dengan fokus penelitian. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara lisan maupun tertulis dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis.

Data kualitatif juga diperoleh melalui teknik dokumentasi. Dokumentasi tersebut berupa data visual seperti foto dan tangkapan layar (*screenshot*) yang dikumpulkan selama proses penelitian berlangsung. Data dokumentasi berfungsi

sebagai bukti pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara serta meningkatkan keabsahan data penelitian.

1.7.4.2 Sumber Data

1) Data Primer

Data primer menjadi sumber utama dalam penelitian ini karena memberikan informasi langsung dari individu yang terlibat dalam aktivitas komunikasi dan pelayanan di Pondok Pesantren Al Ma'tuq. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa data primer merupakan informasi autentik yang dikumpulkan peneliti secara langsung melalui teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi lapangan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Data primer dipahami sebagai data yang diperoleh secara langsung melalui proses interaksi peneliti dengan subjek penelitian tanpa perantara pihak lain. Penggunaan data primer memungkinkan peneliti menangkap pengalaman, persepsi, serta interpretasi informan secara utuh sehingga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika hubungan antara pesantren dan publiknya. Jenis data yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data mengenai proses pondok pesantren dalam melakukan *research* sebagai cara pondok pesantren melaksanakan dalam kegiatan *Customer relations*.
- b. Data mengenai proses pondok pesantren dalam melakukan *action planing* sebagai cara pondok pesantren melaksanakan dalam

kegiatan *Customer relations*.

c. Data mengenai proses pondok pesantren dalam melakukan *communication* sebagai cara pondok pesantren melaksanakan dalam kegiatan *Customer relations*.

d. Data mengenai proses pondok pesantren dalam melakukan *evaluation* sebagai cara pondok pesantren melaksanakan dalam kegiatan *Customer relations*.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah tersedia. Sulung dan Muspawi (2024) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang didapat melalui media perantara, seperti laporan berita, artikel, kajian literatur, buku, serta platform media sosial. Pemanfaatan data tersebut memberi peluang bagi peneliti untuk menggunakan informasi yang telah dihimpun pihak lain sehingga dapat memperkaya data primer yang dikumpulkan sendiri.

1.7.5 Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini Adalah kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan dan mengolah informasi verbal serta tekstual guna memahami fenomena secara mendalam. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dengan pihak terkait di Pondok Pesantren Al-Ma'tuq. Wawancara dilaksanakan untuk menggali penjelasan mengenai pelaksanaan kegiatan *Customer relations* di Pondok Pesantren Al-

Ma'tuq. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menangkap konteks, fenomena, serta persepsi informan, sekaligus memperoleh pengalaman langsung selama proses penelitian. Pemaknaan yang muncul memberikan ruang eksplorasi yang luas dan mendalam terhadap objek yang dikaji.

1.7.6 Teknik Pemilihan Informan

Data diperoleh melalui para informan sehingga penentuan informan menjadi bagian penting dalam mendukung keberhasilan pengumpulan data dan pencapaian tujuan penelitian. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa sumber penelitian kualitatif berupa informan atau pihak yang memiliki keterkaitan dengan fenomena yang diteliti serta mampu memberikan informasi relevan sesuai kondisi di lapangan.

Pemilihan informan merupakan cara untuk menentukan sumber data berdasarkan kriteria yang selaras dengan tujuan penelitian. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa informan yang tepat ialah individu yang memahami topik penelitian atau memiliki posisi strategis dalam konteks penelitian sehingga dapat memberi akses, informasi komprehensif, dan perspektif yang bermakna terhadap objek yang dikaji. Peneliti memilih informan dalam penelitian ini adalah pihak dari Pondok Pesantren Al-Ma'tuq dengan kriteria sebagai berikut :

1. Staf humas Pondok Pesantren Al-Ma'tuq, karena informasi yang diperlukan peneliti merupakan proses pelaksanaan kegiatan *Customer relations* di pondok pesantren.
2. Staf bidang kesarifan yang berhubungan langsung dengan wali santri.

3. Staf bidang media yang berhubungan langsung dengan publik melalui media digital.

1.7.7 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara Mendalam

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai teknik utama. Ardiansyah (2023:4) menjelaskan bahwa wawancara merupakan teknik dalam penelitian kualitatif yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan partisipan melalui proses tanya jawab terstruktur maupun tidak terstruktur. Teknik ini memberi kesempatan bagi peneliti untuk menggali informasi secara mendalam melalui dialog yang memungkinkan partisipan menyampaikan pandangan, pengalaman, serta pemikiran mereka terhadap fenomena yang dikaji.

Pelaksanaan wawancara dalam penelitian ini diarahkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai perspektif informan, situasi yang mereka alami, serta dinamika yang melatarbelakangi tindakan maupun pandangan mereka. Teknik ini memberi ruang bagi peneliti untuk menelusuri detail-detail yang tidak dapat diperoleh melalui dokumen atau observasi sehingga mendukung interpretasi menyeluruh terhadap fenomena yang menjadi fokus penelitian.

Penelitian melakukan wawancara mendalam secara individual dengan sejumlah pihak kunci di Pondok Pesantren Al-Ma'tuq, diantaranya Staf Humas, Staf Kesatrian, dan Staf Media Digital yang berinteraksi langsung dengan publik. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif dan

mendalam mengenai 4 elemen utama yang pisau analisis dalam penelitian ini dalam analisis kegiatan *Customer relations* pondok pesantren Al-Ma'tuq yaitu *research*, *action planning*, *communication*, dan *evaluation*.

Pendekatan ini memberikan peluang bagi peneliti untuk mengumpulkan data yang bernilai, tinggi, relevan, dan kontekstual yang berperan krusial dalam pelaksanaan analisis kualitatif secara mendalam.

2. Observasi Non-partisipatoris

Observasi non-participation menempatkan peneliti sebagai pengamat murni. Moleong (2017) menjelaskan bahwa observasi non-participation merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan terhadap proses, aktivitas, serta perilaku subjek tanpa keterlibatan peneliti dalam kegiatan yang berlangsung. Teknik ini memungkinkan peneliti melihat fenomena secara utuh sesuai kondisi sebenarnya karena posisi peneliti tidak memengaruhi dinamika maupun interaksi yang terjadi di lingkungan penelitian.

Pelaksanaan teknik observasi *non-partisipatif* dilakukan dengan cara peneliti datang ke tempat objek penelitian yaitu Pondok Pesantren Al-Ma'tuq namun tidak terlibat dalam pelaksanaannya, dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada kegiatan observasi dengan mengamati dan mencatat deskripsi kegiatan yang dilakukan subjek penelitian dalam melaksanakan tugasnya. Alasan utama peneliti melakukan observasi secara langsung adalah untuk menyajikan deskripsi realistik mengenai suatu proses kerja, situasi sosial dan peristiwa. Pada penelitian ini, peneliti mengobservasi secara langsung namun bersifat pasif mengenai analisis kegiatan *Customer relations* pondok pesantren Al- Ma'tuq yang menjadikan 4

elemen menjadi patokan kegiatan tersebut diantaranya *research*, *action planning*, *communication*, dan *evaluation*. peneliti mencermati proses, pola komunikasi, dan SOP yang diterapkan dalam kegiatan *Customer relations* sehingga peneliti memperoleh gambaran realistis dan kontekstual mengenai kegiatan *Customer relations* pondok pesantren Al-Ma'tuq.

1.8 Teknik Analisis Data

1.8.1 Mengolah dan Mempersiapkan Data untuk Dianalisis

Proses analisis data dimulai dengan tahap penyiapan serta pengorganisasian data. Peneliti menyimpan seluruh data yang diperoleh melalui dokumentasi, kemudian menyeleksi serta mengelompokkan informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan topik penelitian. Data yang telah dipilah disusun ke dalam bagian yang relevan agar memudahkan pemetaan persoalan dan menjaga kesinambungan analisis.

1.8.2 Mengklasifikasikan Data yang Telah Terkumpul

Tahap selanjutnya dilakukan dengan membaca serta menelaah seluruh data secara menyeluruh. Setiap informasi yang telah terkumpul ditafsirkan maknanya, termasuk pesan yang terkandung dalam gambar atau materi visual. Peneliti menilai kredibilitas, keandalan, serta kesesuaian sumber literatur yang digunakan agar seluruh data yang dianalisis mampu mendukung tujuan penelitian secara tepat.

1.8.3 Mendeskripsikan Data

Tahap berikutnya berupa penyajian deskripsi dan temuan dalam bentuk naratif kualitatif. Peneliti memaparkan hasil analisis melalui uraian bahasa yang terstruktur dan saling berhubungan. Data yang telah dikelompokkan sebelumnya

dijelaskan secara mendalam untuk menunjukkan pola, kecenderungan, atau hubungan yang muncul dari proses penelitian.

1.8.4 Menginterpretasi Makna dari Data

Tahap akhir analisis data kualitatif dilakukan melalui proses interpretasi untuk memberikan makna terhadap temuan yang telah diolah. Creswell (2014) menjelaskan bahwa interpretasi merupakan upaya peneliti dalam menafsirkan data dengan mengaitkannya pada pengalaman penelitian, kerangka teori, serta konteks yang melatarbelakangi fenomena yang dikaji. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian tidak hanya disajikan secara deskriptif, tetapi juga dianalisis secara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Proses ini memungkinkan peneliti menghubungkan temuan dengan literatur relevan serta membandingkannya dengan penelitian terdahulu, sehingga menghasilkan pembacaan yang lebih kritis dan mampu menjawab pertanyaan penelitian secara menyeluruh.