
PENERAPAN KOMUNIKASI MASSA DI MTs NURUL ANWAR MUBTADIIN

¹Ilham Agustian Widia Yusuf, ²Huda Fitriyani, ³Heri Purnama, ⁴Syahrul Firmansyah, ⁵Listas Kuroany

^{1,2,3,4,5}STAI Darussalam Kunir, Indonesia

¹ilhamagustianwidiayusuf@staidarussalam.ac.id ^{2*}hudafitriyani76@gmail.com,

³herypermaan90@gmail.com, ⁴syahrulfirmansyah@gmail.com

⁵kuroainylista@gmail.com

ABSTRAK

Komunikasi massa adalah Komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan orang lain atau lebih melalui komunikasi yang luas. Baik media cetak maupun media canggih. Sedangkan atribut, Komunikasi massa lebih rumit dan bersifat satu arah, sehingga cenderung ditemukan dalam Komunikasi massa ini akan menemui berbagai hambatan dari berbagai sisi. Seiring dengan kemajuan kehidupan, Komunikasi massa memegang peranan penting, bahkan kegiatan-kegiatan pun dipisahkan berdasarkan Komunikasi massa ini. Respon komunikan atau penerima pesan terhadap pesan yang disampaikan. Melalui komunikasi yang luas, bagaimana keadaan dan keadaan komunikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi komunikasi massa di MTs Nurul anwar mubtadiin dan apa sajakah dampak dan juga faktor-faktor yang hambatan dalam implementasi tersebut. kami menggunakan metode gabungan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode kuantitatif. Ada beberapa media komunikasi massa yang sudah digunakan di MTs Nurul Anwar Muhtadiin yaitu diantaranya adalah media visual, audio, audio visual dan media luar ruangan. dengan adanya media-media tersebut MTs Nurul Anwar yang masih seumur jagung bisa memiliki siswa yang terhitung banyak dan mampu bersaing dengan sekolah lain.

Kata Kunci: *Komunikasi massa, Hambatan, dampak dan media*

ABSTRACT

Mass communication is a communication that is completed between one individual and another or more through the broad communications. Both print media and advanced media. Attributes all the while, Mass communication is more complicated and one-way, so it tends to be discovered in this Mass communication will encounter different hindrances from different sides. Alongside the improvement of life, mass correspondence assumes a significant part, even exercises are separated relying upon this Mass communication. The response of the communicant or beneficiary of the message to a message passed on. Through the broad communications, contingent upon how the circumstance and state of the communicant. The aim of this research is to find out how mass communication is implemented at MTs Nurul Anwar Muhtadiin and what are the impacts and factors that are obstacles to this implementation. We use a combined method in this research, namely descriptive methods and quantitative methods. There are several mass communication media that have been used at MTs Nurul Anwar Muhtadiin, namely visual media, audio, audio visual and outdoor media. With these media, MTs Nurul Anwar, which is still young, can have a large number of students and be able to compete. with other schools.

Keywords: *Mass communication, Barriers, Barriers, impacts and media*

PENDAHULUAN

Media utama surat menyurat yang digunakan pada zaman dahulu adalah asap dan surat. Berbeda sekali dengan z. Saat ini, aman sekarang.media surat menyurat yang kita gunakan sudah sangat berbeda dengan sebelumnya. Betapa sulitnya berkomunikasi di masa lalu antara orang-orang yang tinggal di berbagai negara khususnya di berbagai komunitas perkotaan, kini masyarakat telah menciptakan banyak sekali media komunikasi untuk mempermudah proses komunikasi mereka. Sehingga saat ini tidak ada kesulitan besar untuk melakukan kegiatan komunikasi di wilayah mana pun di dunia dan di titik mana pun.

Pada Saat ini, perkembangan dunia teknologi sudah semakin canggih dengan hadirnya media komunikasi massa yang begitu modern, maka manusia menggunakannya mulai dari hal yang penting sampai hal yang tidak penting sekalipun.

Dengan demikian juga pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan juga kebutuhan dalam sebuah organisasi bahkan Perusahaan mengenai komunikasi bukanlah menjadi hal yang perlu dikhawatirkan lagi .Untuk mendapatkan sumber data, banyak orang menggunakan ponsel, PC, dan jaringan web sebagai sumber data yang mereka cari dari jaringan metropolitan hingga provinsi dan di negara mana pun yang mereka butuhkan. Dahulu telepon seluler dan PC merupakan peralatan modern yang dikhususkan untuk keperluan komunikasi terbatas, misalnya berkirim pesan yang sangat memadai pada masanya. Namun pada saat ini, berkembangnya kemajuan teknologi serta dengan terbukanya jaringan internet, ponsel dan PC selain berfungsi untuk berkomunikasi atau berkirim pesan namun juga dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi tentang suatu hal yang memang kita perlukan. Semua itu bisa kita cari di web di ponsel dan PC kita.

Media komunikasi massa memiliki 2 jenis efek yang dihasilkan. Pertama efek positif dan juga efek negatif, dalam efek positif ini manusia akan lebih cerdas dalam melakukan komunikasi sehingga dapat mempermudah kegiatan komunikasi tersebut dan juga memberi manfaat kepada penggunanya (Yusuf at.al, 2022). Sedangkan untuk efek negatif, hal ini akan menjadikan manusia terjebak dalam tergantung untuk melakukan kegiatan komunikasi menggunakan media komunikasi massa.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keinginan penulis untuk memberikan informasi mengenai pentingnya media massa dalam berbagai bidang,terutama yang akan menjadi penelitian yaitu dalam bidang Pendidikan.

Dunia Pendidikan yang sangat identik dengan ilmu pengetahuan dari berbagai bidang menjadi tolak ukur dalam pemahaman ilmu komunikasi secara cetak maupun digital.media-media massa yang semakin luas dan canggih memiliki peran yang sangat krusial dalam penyebaran informasi ke berbagai pelosok negeri.

Alasan inilah yang seharusnya menjadi dorongan dan motivasi bagi Lembaga-lembaga Pendidikan untuk menjadi jalan promosi yang sangat efektif dan murah,mengingat sasaran promosi yang semakin luas dengan bantuan jaringan internet yang dapat dengan mudah dapat diakses di manapun dan kapanpun.

METODE

Dilihat dari objek dan hasil yang akan didapat maka penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian

deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan dan menghubungkan dengan variabel lain. Menurut **Indriantoro dan Supono (2012:26)** mendefinisikan penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu popularisasi.

Menurut **Moleong (2017:6)** penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian kualitatif menurut **Hendryadi, et. al, (2019:218)** merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya (Farihin, at,al. 2023). Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang didapat. Hal tersebut disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas jika diamati dalam proses.

Penelitian ini difokuskan pada implementasi dari komunikasi massa di MTs Nurul Anwar Muhtadiin, Subang. Fokus penelitiannya adalah untuk membuat suatu kesimpulan seperti apa penerapan dan juga dampak nyata yang dirasakan oleh MTs Nurul Anwar Muhtadiin terhadap media-media komunikasi massa. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk menganalisis keefektifitasan media komunikasi masa untuk kemajuan dan perkembangan Lembaga tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa terdiri dari dua kata dasar yaitu; komunikasi dan massa. beberapa ahli telah mengungkapkan definisi tentang komunikasi. salah satunya yaitu **Wilbur Schramm** yang menyatakan bahwa komunikasi itu berasal dari kata latin "communis" yang berarti "common" (sama).Maka dari itu jika kita berkomunikasi,kita harus mewujudkan persamaan pemahaman antara kita dengan orang lain yang diajak berkomunikasi.

Sedangkan kata "massa" seperti halnya yang dikatakan oleh **P.J. Bouman**, digunakan untuk suatu golongan penduduk yang besar,terkadang juga digunakan untuk menunjukkan jumlah pendengar yang luas.Dalam hal ini massa tidak tertuju pada organisasinya tetapi lebih tertuju pada ikatan dan persamaan jiwa.

Pengertian komunikasi massa menurut beberapa ahli yaitu:

1. Defleur serta MeQuail

Komunikasi massa ialah suatu proses dimana komunikator memakai media untuk menyebar pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus membangun makna-makna yang diperlukan bisa mempengaruhi khlayak-khalayak yang besar serta tidak sama dengan melalui berbagai cara.

2. M.O. Palapah

Komunikasi massa ialah pernyataan manusia yang ditujukan kepada massa. Bentuk- bentuk komunikasi massa adalah seperti : jurnalistik, public relation, penjelasan, propaganda, agitasi, dan komunikasi internasional.

3. Bittner

Komunikasi massa ialah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Pengertian komunikasi massa bisa dibagi menjadi 2, yaitu secara luas dan secara sempit. Komunikasi massa secara luas adalah suatu kegiatan yang dilakukan satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik atau digital dengan mengharapkan adanya timbal balik. Sedangkan komunikasi massa secara sempit merupakan komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak.

Media masa ini menjadi ciri khas yangn menjadi pembeda antara komunikasi massa dengan komunikasi lainnya. Pihak yang menjadi penerima pesan pada komunikasi massa ini tidak harus selalu ada pada posisi atau daerah yang sama.

Komunikasi massa adalah komunikasi yang terfokus pada khalayak luas atau masyarakat secara keseluruhan dengan sifat komunikasi yang heterogen. Komunikasi massa dapat terjadi dengan melibatkan berbagai komunikasi luas sebagai ide untuk membantu komunikasi tersebut. Komunikasi luas yang digunakan dalam surat menyurat massal dapat berupa media suara, media umum, media cetak, atau media terbuka.

B. Jenis-Jenis Media massa

1. Media Visual

Media visual adalah media yang mengandalkan indra penglihatan. Biasanya memanfaatkan alat proyeksi atau proyektor sebagai perantara. Pesan yang akan disampaikan dituangkan ke dalam bentuk visual. Jenis media visual dibedakan menjadi dua yaitu media visual diam dan media visual gerak. Keduanya bisa dikombinasikan atau digunakan salah satunya. Selain itu, fungsi media visual juga berguna untuk menarik perhatian, memperjelas materi yang disajikan, menggambarkan fakta yang mungkin dapat dengan mudah dicerna dan diingat dalam bentuk visual.

2. Media Audio

Media audio dapat digunakan untuk menyalurkan pesan audio dari sumber pesan ke penerima pesan. Media audio berkaitan erat dengan indra pendengaran. Dilihat dari sifat pesan yang diterima, media audio dapat menyampaikan pesan verbal (bahasa lisan atau kata-kata) maupun non verbal (bunyi-bunyian dan vokalisasi). Contoh media audio antara lain radio, tape recorder, telepon, laboratorium bahasa, dan lain-lain.

3. Media Audio Visual Media

Audio visual dapat menampilkan suara dan gambar. Jenis media ini lebih menarik dibanding visual saja atau audio saja. Kombinasi untuk merangsang indra pendengaran dan penglihatan. Adapun media audio visual dibedakan menjadi dua jenis, yaitu media audio visual diam dan gerak. Salah satu contoh dari media audio visual diam ialah TV diam, buku bersuara, dan

halaman bersuara. Sementara untuk contoh media audio visual gerak ialah film, TV, gambar bersuara, dan lain sebagainya.

4. Media Luar ruangan

Media luar ruangan adalah media yang berukuran besar dipasang ditempat-tempat terbuka seperti dipinggir jalan, dipusat keramaian atau tempat-tempat khusus lainnya, seperti di dalam bus kota, gedung, pagar tembok dan sebagainya, (Tjiptono, 2008). Media luar ruangan juga biasanya disebut dengan reklame. Contoh iklan luar ruangan dapat Anda lihat dalam bentuk di spanduk, baliho atau iklan billboard, poster, neon box, wall painting, videotron, dan masih banyak lagi. MTs Nurul Anwar Muhtadiin menggunakan beberapa media komunikasi massa sebagai sarana iklan ataupun promosi untuk memperkenalkan sekolah tersebut ke khalayak yang lebih luas lagi.

Sekolah ini berdiri di bawah naungan Yayasan nurul anwar muhtadiin dengan didasari oleh kekhawatiran pengasuh pondok pesantren Nurul anwar muhtadiin terhadap para santri yang bersekolah formal di luar area pesantren. sehingga pada tahun 2022 beliau memutuskan untuk mendirikan sekolah formal yang berbasis kepesantrenan di area pesantren.

Maksud dan tujuan pengasuh yaitu bapak kiai Zainal Mufid S, Sos .I dalam pendirian MTs Nurul Anwar muhtadiin adalah demi menjaga kemurnian akhlak dan pribadi santri agar tidak terpengaruh dengan dunia luar. Terutama di Zaman yang sangat modern ini pergaulan yang terlalu bebas akan merusak dan mempengaruhi moral santri.

Beberapa media masa yang digunakan oleh MTs Nurul A nwar Muhtadiin ini yaitu diantaranya:

1. Media visual: proyektor, blog/website

Proyektor Digunakan Ketika para santri menonton Bersama dihari-hari tertentu sedangkan blog dan website digunakan Ketika pendaftaran santri via online

2. Media audio : radio

Sebagai bentuk promosi pernah mengisi acara disalah satu radio lokal yaitu radio "*benpas subang*". Beberapa pengurus diundang dan diwawancarai untuk menceritakan kegiatan yang ada di sana.

3. Media audio visual: Televisi, film dan internet

Di setiap asrama disediakan televisi untuk hiburan santri Ketika tidak dalam kegiatan. Media internet dipakai untuk menyebarluaskan hal-hal yang berkenaan dengan pendaftaran, promosi juga kegiatan yang ada

4. Media luar ruangan: baligo, brosur dan pamphlet.

Media ini digunakan saat mempromosikan ke lingkungan yang lebih luas. Selain media komunikasi di atas, MTs Nurul Anwar Muhtadiin juga memiliki beberapa akun di media social. Berikut ini ada beberapa akun yang dimiliki :

You tube: nurul anwar

Instagram: @nurul anwar

Tiktok: #nurul anwar

Website: www.nurulanwarmuhtadiin.com

C. Karakteristik Komunikasi Massa

Hafied Cangara berpendapat bahwa komunikasi massa adalah salah satu dari jenis komunikasi yang memiliki perbedaan secara signifikan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Komunikasi massa mempunyai pesan-pesan yang tersedia bagi kelompok masyarakat yang berpindah-pindah, seperti perbedaan usia, kebangsaan, agama, pekerjaan, dan kebutuhan.

1. Komunikator Institusi

Komunikasi massa mempunyai ciri khas bahwa komunikator dalam komunikasi massa dapat bergerak dalam perkumpulan yang kompleks namun bersifat institusional. Organisasi penyampaian pesan korespondensi massal ini menyampaikan pesan mereka melalui berbagai komunikasi luas seperti surat kabar, web, radio, TV, buku, majalah, dll. Pesan yang disampaikan memiliki sifat keseluruhan. Berbeda dengan jenis surat menyurat antar manusia atau orang, pesan yang disampaikan melalui surat menyurat massal mempunyai sifat keseluruhan. Dengan demikian, pesan tersebut tidak hanya ditujukan kepada satu individu atau beberapa orang dan tidak bersifat pribadi.

Komunikasi massa menyampaikan pesan yang luas dan terfokus pada khalayak luas. Dengan demikian, jalannya surat menyurat massal berjalan lancar. Hal ini dapat terjadi karena surat menyurat dari surat massal tersebar di berbagai tempat, selain itu pesan-pesan yang disampaikan juga mengandung berita dan mempunyai unsur-unsur realitas yang penting dan menarik bagi seluruh lapisan masyarakat dari berbagai lapisan.

2. Komunikasi dari komunikasi massa bersifat heterogen dan tidak diketahui.

Komunikasi atau penerima data dalam komunikasi massa bersifat heterogen dan tidak diketahui. Hal ini karena surat menyurat massal menyampaikan pesan-pesan dari komunikator secara menyeluruh kepada seluruh wilayah setempat atau masyarakat secara keseluruhan, dengan kondisi di mata masyarakat yang berbeda-beda dan tidak mempunyai petunjuk satu sama lain. Tanpa kualifikasi orientasi, usia, adat istiadat, budaya, ras, lapisan sosial dan lain-lain, pesan korespondensi massal disampaikan kepada masyarakat secara keseluruhan dan transparan.

3. Mempunyai sifat serempak.

Sebagaimana dikemukakan Effendy, surat menyurat massal mempunyai sifat yang bersifat serempak. Komunikasi massa disampaikan kepada banyak individu, suatu kumpulan massa dengan jumlah orang yang sangat banyak dan komunikasi dalam jarak yang jauh. Pesan disampaikan dengan memanfaatkan komunikasi luas secara bersamaan dan cepat.

4. Pesan yang disampaikan bersifat satu arah

Ciri kelima dari surat menyurat massal adalah bersifat satu arah. Artinya, korespondensi massal terjadi antara komunikasi dan komunikator secara lugas, namun komunikasi dan komunikator tidak saling bertemu dan tidak dapat menjawab pesan yang disampaikan secara lugas. Bersifat satu arah, komunikator dalam komunikasi massa mempunyai kendali atas komunikasinya.

5. Terjadi penundaan kritik atau masukan yang diberikan ditunda.

Ciri ke-6 surat menyurat massal ini ada hubungannya dengan merek dagang yang kelima. Karena komunikator dan komunikasi tidak menyampaikan

secara lugas dan korespondensi bersifat satu arah, maka masukan akan ditunda. Komunikator dan komunikan dalam surat menyurat massal sama sekali tidak mempunyai gambaran yang samar-samar mengenai tanggapan masyarakat secara keseluruhan ketika pesan tersebut disampaikan. Jadi ada kritik yang ditanggungkan dalam korespondensi massal.

D. Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa dapat diartikan sebagai perubahan perilaku insan setelah diterpa pesan media massa. Menurut **Keith R. Stamm & Jhon E. Bowes**, efek komunikasi massa dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Efek Utama

Efek utama yang terdiri atas serangan, perhatian, serta pemahaman dari media massa. Efek ini akan menggunakan Media massa untuk pesan yang disampaikan, efek dari Terpaan media massa ini mengenai audiences misalnya ketika menyampaikan program acara yang disiarkan TV.

2. Efek Sekunder

Efek sekunder yang terdiri dari perubahan tingkat verba dan perubahan sikap. Efek ini lebih menjelaskan pengalaman nyata yang terjadi pada masyarakat. Salah satu bentuk efek sekunder terkait yaitu pengukuran kegunaan dan kepuasan audience dalam memanfaatkan media massa. Fokus utama dari efek ini tak hanya bagaimana media memengaruhi penonton, namun bagaimana mereka bereaksi terhadap pesan media yang disampaikan.

Terkait dengan menggunakan jenis pengaruh komunikasi massa diatas, **Steven M. Chaffe** membagi efek kehadiran media massa menjadi lima, yaitu :

1. Efek Ekonomi

Efek ini berkaitan dengan kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi jasa media. misalnya kehadiran radio membuka lapangan kerja untuk penyiar, peluang jasa periklanan, juga penyediaan sarana promosi lagu (peluang bagi para penyanyi).

2. Efek Sosial

Dalam hal ini efek social berkaitan perubahan struktur dan interaksi sosial sebagai akibat dari media massa. Sebagai contoh dengan adanya kehadiran koran masuk desa (KMD), maka akan memudahkan pada pengguna informasi lewat berbagai program hiburan serta tak lupa tentunya yang bernuansa informasi.

3. Efek Penjadwalan kegiatan Sehari-hari

Pada hal ini mengonsumsi media sebagai salah satu kewajiban yang diagendakan oleh penonton. Sehingga kegiatan menggunakan media menjadi suatu rutinitas yang biasa dijalani oleh penonton dalam kehidupan sehari-hari.

4. Efek Hilangnya Perasaan tak Nyaman

Contohnya ketika kita mendengarkan lagu di radio atau menonton konser secara live atau pada televisi bisa mengusir perasaan jenuh. Hal ini secara otomatis akan menghilangkan rasa tidak nyaman pada diri seseorang dalam menggunakan media atau bahkan bisa mendatangkan rasa bahagia.

5. Efek Menumbuhkan Perasaan eksklusif

Dicontohkan yaitu kecenderungan seseorang dalam menentukan dan memilih majalah (kalangan ibu-ibu biasanya lebih senang membaca majalah

“Kartini, Nova dan Ayah bunda”, sementara kalangan remaja lebih senang membaca majalah “Hai.” Dan majalah “Gaul”)

Efek yang dirasakan oleh MTs Nurul Anwar Mubtadiin selama mengenal media komunikasi massa tentunya adalah mempermudah promosi juga pengenalan sekolah kepada Masyarakat luas, hal ini secara langsung akan berdampak pada efek ekonomi sekolah dengan semakin banyaknya santri yang mendaftar untuk bersekolah di sana. Dimana pada saat ini sudah tercatat sebanyak 78 siswa yang terdiri dari kelas VII dan VIII dikarenakan sekolah ini baru berdiri selama 1,5 tahun.



Sumber : Data Induk sekolah

Komunikasi media massa juga mempermudah dalam mengakses informasi yang dibutuhkan oleh para wali santri dimana MTs Nurul Anwar menyediakan grup whatsapp yang beranggotakan seluruh pengurus dan seluruh wali santri untuk mempermudah informasi.

Efek lain dari media massa di sana yaitu Pembangunan infrastruktur di MTs Nurul Anwar terhutang pesat karna sudah memiliki 6 kelas utama dan sanitasi, UKS, kantor serta masjid. pembangunan yang terhutang pesat ini juga tidak lepas karna danya sumbangsih dari media massa yang menarik banyak donatur untuk membantu Pembangunan di sana.

E. Hambatan Komunikasi Massa

Setiap proses komunikasi sudah dapat dipastikan akan menghadapi banyak sekali kendala. Baik itu komunikasi antar pribadi, kelompok, organisasi serta komunikasi lainnya. Dalam perjalanannya MTs Nurul Anwar pun banyak mengalami hambatan dalam pelaksanaan komunikasi massa tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam penggunaan website masih banyak wali santri yang kurang faham
2. Minimnya jumlah follower pada akun media social milik sekolah karna kurang pedulinya santri dan wali santri untuk membangun jaringan di dunia maya
3. Kurangnya fasilitas yang memadai mengingat masih barunya sekolah berdiri,
4. Banyaknya saingan dalam ruang lingkup yang sama
5. Kurangnya tenaga ahli dalam pembuatan konten yang menarik untuk menarik audiens

Dengan berbagai hambatan di atas sekolah MTs Nurul anwar muftadiin saat ini tetap berusaha memberikan pelayanan dan juga sarana terbaik yang bisa diberikan, dengan harapan ke depannya MTs Nurul Anwar mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lain dalam menghasilkan lulusan-lulusan berkualitas dengan pondasi agama dan akhlak yang mulia untuk menghadapi dunia modern ini.

“Sebagai pendatang baru dalam dunia Pendidikan formal hal ini sudah termasuk sebuah pencapaian yang membanggakan, dengan minimnya fasilitas yang kita miliki tetapi mampu memberikan kepercayaan kepada para orang tua untuk menitipkan anak-anak mereka di sekolah ini,” begitu menurut penuturan dari pengasuh Yayasan Nurul anwar.

Pesantren sendiri sudah berdiri sejak tahun 2009 dengan total jumlah santri mencapai 250 santri yang terdiri dari santri SD, MTs Dan MA. Dalam prosesnya Yayasan ini juga akan mendirikan sekolah dengan basis pesantren tingkat MA (Madrasah Aliyah) yang sedang dalam proses ijin operasional.

KESIMPULAN

Komunikasi massa adalah kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik atau pun digital. Media komunikasi massa yang digunakan di MTs Nurul Anwar Muftadiin adalah media visual, audio, audio visual dan luar ruangan

Karakteristik dari komunikasi media massa adalah: komunikator terlembaga, penyebaran bersifat heterogen dan serempak, bersifat satu arah dan feedback yang tertunda. Efek yang nyata dirasakan oleh MTs Nurul Anwar Muftadiin dari komunikasi media massa adalah efek ekonomi dan juga efek social yaitu ditandai dengan lebih luasnya jaringan social dan juga banyaknya siswa yang mendaftar di sekolah tersebut.

Hambatan yang di alami dalam pelaksanaan komunikasi media massa yaitu: Dalam penggunaan website masih banyak wali santri yang kurang faham, Minimnya jumlah follower pada akun media social milik sekolah, Kurangnya fasilitas yang memadai, Banyaknya saingan dalam ruang lingkup yang sama, Kurangnya tenaga ahli dalam pembuatan konten yang menarik untuk menarik audiens

DAFTAR PUSTAKA

- A. Halik, Komunikasi Massa, (Repostori UIN Alauddin Makassar) Dikutip pada laman <https://repostori.uin-alauddin.ac.id>.
- AB, Wardani, Karakteristik Komunikasi Massa, Dikutip pada laman <http://ejournal.uajy.ac.id>.
- Dr. 1 Nyoman Jampel, M.Pd. M.pd.dkk. Komunikasi Massa. (Singaraja, November 2016, Hal. 1-3). Dilansir pada laman <https://www.researchgate.net.ac.id>.
- Farihin, A., Prahardik, S. E., Dasuki, A., Kusumadewi, R. A., & Anggraeni, P. (2021). Motivasi belajar lansia dalam mengikuti pengajian rutin AHADAN di Majelis Taklim Darussalam Kunir. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(02), 439-446.
- Gushevinalti.dkk. Transformasi Karakteristik Manap Solihat, Komunikasi Massa dan Sosialisasi (Mediator, Vol 9 No. 1 Juni 2008) Dilansir pada laman <https://ejournal.unisha.ac.id/index.php/mediator/articel/download/1143/>

706.

Komunikasi Di Era Konvergensi Media. (Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, ISSN: 2502- 0935. Vo. 6. No. 1. Tahun 2020). Dikutip pada laman <http://journal.ubm.ac.id/>.

Manap Solihat, Komunikasi Massa dan Sosialisasi (Mediator, Vol. 9 No. 1 Juni 2008) Dilansir pada laman <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/articel/download/1143/706>

Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Yusuf, I. A. W., Farihin, A., Budianto, C., Zulfa, F., & Safitri, L. (2022, October). Pengembangan SDM Dosen Untuk Meningkatkan Kemampuan Digital Di Era Society 5.0: Studi Kasus di STIT AL IHSAN BALEENDAH. In *ICoIS: International Conference on Islamic Studies* (Vol. 3, No. 1, pp. 314-321).