

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Radio

1. Sejarah Radio di Indonesia

Pada jaman penjajahan Belanda, radio siaran di Indonesia merupakan radio swasta. Radio yang pertama didirikan pada 16 juni 1925 di Jakarta (Batavia) yaitu BRV (*Batavia Radio Vereniging*), lima tahun setelah Amerika Serikat, dan tiga tahun setelah Inggris dan Uni Soviet. Sejak adanya BRV muncullah badan-badan radio yang lain. *Nederlandsch Indiesche Radio Omroep Masstchapyj* (NIROM) di Jakarta, Bandung dan Medan, *Solossche Radio Vereniging* (SRV) di Solo, *Mataramse Verniging Voor Radio Omroep* (MAVRO) di Yogyakarta, *Verniging Oosterse Radio Luisteraashs* (VORL) di Bandung, *Vereniging Voor Oosterse Radio Omroep* (VORO) di Surakarta, *Chinese en Inheemse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java* (CIRVO) di Surabaya, *Eerste Madiunse Radio Omroep* (EMRO) di Madiun dan Radio Semarang di Semarang. Di Medan, selain NIROM, juga terdapat radio swasta *Meyers Omroep Voor Allen* (MOVA), yang di usahakan oleh tuan *Meyers*, dan *Algemeene Vereniging Radio Omroep Medan* (AVROM). Diantara banyaknya radio siaran, NIROM merupakan radio siaran yang terbesar dan terlengkap

karena mendapatkan bantuan dari pemerintah Hindia dan Belanda (Djamil dan Fachruddin, 2011:4).

Pada 1 April 1933 Indonesia meresmikan radio swasta SRV di Solo yang didirikan oleh pribumi, pendirinya yaitu Mangkunegoro VII dan Ir. Sarsito Mangunkusumo. Pada 29 Maret 1937 Ir. Sarsito Mangunkusumo dan M. Sutarjo Kartokusumo membentuk Perikatan Perkumpulan Radio Ketimuran (PPRK), dan memulai siaran pertamanya pada 1 November 1940

Dengan adanya forum PPRK yang tentu saja menyiarkan program yang bernuansa tentang kebangsaan, maka pemerintah Hindia Belanda menggunakan NIROM untuk menyebarkan doktrin “*etische politiek*” (etika politik) untuk mengimbangi meningkatnya pergerakan kebangsaan Indonesia.

Radio Republik Indonesia (RRI) resmi didirikan pada 11 September 1945 dan diperingati sebagai Hari radio yang diresmikan oleh para tokoh yang sebelumnya aktif mengoperasikan beberapa stasiun radio Jepang (*Hoso Kanri Kyoku*) di 6 Kota. Rapat utusan radio di rumah Adang Kadarusman menghasilkan keputusan mendirikan Radio Republik Indonesia dan memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama. Rapat tersebut juga menghasilkan sebuah deklarasi yang disebut piagam 11 September 1945, yang berisi tiga butir komitmen tugas dan fungsi RRI dan kemudian dikenal dengan piagam Tri Prasetya RRI. Piagam ini selalu dikumandangkan pada peringatan ulang tahun RRI yaitu 11 September setiap

tahunnya. Namun pada masa pemerintahan Orde Baru, piagam Tri Prasetya RRI ini selama bertahun-tahun tidak pernah diikrarkan pada peringatan hari radio, dikarenakan diganti dengan ikrar Tri Prasetya KOPRI. Setelah tumbang rezim Orde Baru, Tri Prasetya RRI kembali dikumandangkan seperti sediakala (Oramahi, 2012:124-125).

2. Revolusi Radio

Sejak pertama kali ditemukan, radio sudah mengalami banyak perubahan dan berevolusi dari masa ke masa. Seiring dengan perkembangan teknologi, radio berkembang menjadi penyiaran yang kompleks. Pada tahun 1920-an radio mengalami popularitas yang drastis dengan siaran musik, drama, berita, dan pidato yang mengudara secara luas. Pada saat itu radio menjadi satu-satunya informasi publik, terutama selama masa Perang Dunia II siaran radio menjadi alat yang penting untuk menyebarkan berita dan propaganda.

Pada saat masuknya era digitalisasi, radio kembali mengalami perubahan dan berevolusi. Radio mulai meningkatkan kualitas suara yang lebih jernih, mengurangi gangguan, dan memperluas jangkauan siaran. Radio satelit dan internet menjadikan radio bisa diakses oleh seluruh dunia. Podcast dan streaming mengubah cara orang mendengarkan radio. Berikut ini radio dari masa ke masa, diantaranya :

- a. Radio Marconi

Radio Marconi diproduksi pada tahun 1895 oleh perusahaan milik Guglielmo Marconi yang merupakan hal penting dalam sejarah teknologi. Radio Marconi merupakan radio yang berat dan sulit untuk dibawa kemana saja, Radio Marconi hanya mampu menjangkau pendengar dengan jarak 1,5 kilometer. Namun pada saat itu, teknologi ini merupakan sebuah pencapaian yang luar biasa, Marconi membuktikan bahwa sinyal bisa dikirim tanpa menggunakan kabel. Inovasi ini menjadi fondasi untuk memicu perkembangan selanjutnya dalam industri radio.

b. Radio Zaman Perang Dunia I

Pada zaman ini, radio merupakan barang mahal yang hanya kalangan mampu yang memilikinya dan mendengarkan siarannya. Pada masa ini, radio sudah mempunyai kemampuan yang canggih pada zamannya, bahkan bisa menyiarkan program-program radio dan opera. Pada masa Perang Dunia I, radio memiliki peran penting untuk menyebarkan informasi meskipun pengguna saat itu terbatas di kalangan elit. Radio pada masa ini menjadi awal dari revolusi komunikasi yang menjadi lebih terjangkau dan meluas ke seluruh dunia.

c. Radio *Casette*

Radio ini merupakan radio yang dibuat untuk menangkap frekuensi AM, sebuah teknologi yang populer pada masa itu. Dengan perkembangan teknologi listrik, radio ini dapat dihubungkan pada stop kontak untuk mendapatkan sumber daya. Listrik pada zaman itu sudah tersedia, dan itu memudahkan radio

hanya dengan menancapkan kabel pada stop kontak. Kemudahan ini memungkinkan radio berfungsi dengan baik. Teknologi pada zaman ini membuka jalan bagi penyebaran informasi dan hiburan kepada pendengar yang lebih luas.

d. Radio Zaman Perang Dunia II

Radio ini dikembangkan oleh Philips yang merupakan seseorang yang terkenal dalam industri elektronik. Pada zaman ini, radio memiliki peluang yang cukup besar dengan mencapai 18 kilogram, panjang 60 cm, dan tinggi 55 cm. Ukuran besar menunjukkan betapa canggihnya teknologi radio pada zaman itu. Pada masa kini, radio tersebut dapat dijual dengan harga sekitar 1,5 juta Rupiah berkat nilai historis.

e. Radio Mini

Radio mini merupakan radio yang masih populer pada awal millennium dikarenakan ukurannya yang kecil membuatnya menjadi lebih efisien dan praktis. Radio ini berjalan hanya dengan menggunakan dua baterai A2. Radio ini dilengkapi dengan kemampuan untuk menerima siaran dalam berbagai frekuensi, yaitu AM, FM, SW (*shortwave*), dan MW (*mediumwave*) serta memberikan fleksibilitas bagi penggunaannya untuk menikmati berbagai jenis program radio dari berbagai saluran. Kemampuan radio ini adalah menangkap berbagai frekuensi siaran bersama dengan desainnya yang mudah dibawa, menjadikannya pilihan yang populer.

f. Radio Zaman Internet

Pada masa ini, radio diakses melalui internet atau sering disebut dengan sebutan radio streaming. Dengan memanfaatkan teknologi streaming, radio ini dapat disiarkan secara langsung dari internet dan memungkinkan pendengar untuk mengakses siaran dari mana saja dan kapan saja. Pada radio ini, hanya diperlukan internet untuk mengakses, hal ini memungkinkan untuk menikmati berbagai program radio. Dengan adanya internet, radio streaming membuka peluang bagi pendengar untuk menikmati siaran radio dan menjadikannya semakin relevan dan mudah dijangkau di era digitalisasi ini.

3. Pengertian Radio

Radio merupakan salah satu media massa yang memiliki usia yang tua. Radio memiliki kekuatan besar, hal ini dikarenakan radio memiliki sifat-sifat berbeda dengan media massa yang lainnya. Pertama, radio mempunyai sifat langsung, artinya apa yang disiarkan oleh radio bisa dapat didengarkan dan diterima langsung oleh pendengar. Kedua, radio tidak terikat jarak dan waktu, sehingga sejauh apapun pendengar masih dapat terjangkau sesuai dengan batas penyiaran yang diizinkan oleh pemerintah. Ketiga, radio memiliki daya Tarik dan imajinasi yang tinggi. Hal ini dikarenakan suasana radio serba hidup (Kustiawan et.al 2022:86).

Radio merupakan anak pertama dunia penyiaran atau disebut *Radio is the birth of broadcasting*. Radio menghasilkan suara yang merupakan factor utama yang menyebarkan informasi kepada pendengar. Menurut Stanley R. Alten, suara merupakan efek dari gesekan sejumlah molekul yang ditransformasikan melalui medium elastis dalam suatu interaksi dinamis antara molekul dengan lingkungannya. Suara penyiar radio dapat menghasilkan komponen visual yang menciptakan gambar pada benak pendengar (Masduki, 2004:15).

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengar dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiarinya (Fiske, 2009:9).

Radio adalah media yang selektif melayani segmen pasar tertentu. Radio memiliki berbagai fungsi seperti penyalur berita, pendidikan, persuasi, dan hiburan. Saat mengirim pesan, radio dapat menangani komunikasi satu arah atau dua arah. Model satu sisi mengasumsikan bahwa radio merupakan komunikator tunggal yang menyampaikan pesan kepada khalayak pasif, sedangkan model dua sisi mengasumsikan bahwa radio merupakan interaksi dua arah dengan khalayak aktif (Astuti, 2008:39).

Radio sebagai alat untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Gelombang radio adalah suatu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik dimodulasi (dinaikkan frekuesinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam suatu spektrum elektromagnetik (Mufid, 2010:38).

4. Karakteristik Radio

Radio memiliki karakter yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Pemahaman tentang karakteristik radio merupakan pondasi bagi manajemen dan teknik siaran radio. Program-program yang dikelola harus sesuai dengan karakteristik radio sebagai berikut:

a. Auditori

Radio merupakan suatu alat komunikasi yang pada hakikatnya berfungsi sebagai “suara”, dimana transmisinya dirancang untuk didengar dan diproses oleh telinga pendengarnya. Sebagai media audio, radio menekankan pentingnya kejelasan dalam penyampaian informasi dan hiburan, karena tidak ada sarana visual untuk memperjelas pesan. Oleh karena itu, setiap unsur siaran radio – mulai dari suara penyiar, kualitas audio, hingga pilihan kata dan intonasi –

harus diproduksi dengan sangat hati-hati agar mudah dijangkau dan dipahami oleh pendengar. bahkan saat pertama kali mendengarkan.

b. Transmisi

Proses transmisi atau penyampaian informasi melalui penyiaran sangat penting untuk berfungsinya radio dan berbagai media komunikasi lainnya. Transmisi ini melibatkan pemancar telekomunikasi yang bertugas mengirimkan sinyal frekuensi radio, yang berisi sinyal informasi dalam bentuk audio. Pemancar ini mengubah informasi audio menjadi gelombang elektromagnetik yang dapat merambat melalui udara. Gelombang ini kemudian ditangkap oleh penerima, seperti radio atau perangkat lain yang kompatibel, yang mengubah sinyal menjadi suara yang dapat didengar oleh pendengar. Proses ini memungkinkan informasi, berita, musik, dan jenis konten lainnya didistribusikan secara luas kepada khalayak di berbagai tempat, tanpa dibatasi oleh jarak fisik. Dengan transmisi yang efisien, radio dapat menjangkau pendengar dari berbagai arah, baik di perkotaan maupun di daerah terpencil, sehingga pesan siaran dapat diterima dengan jelas dan tepat waktu.

c. Imajinatif

Penyiaran adalah seni unik yang melibatkan permainan imajinasi pendengar melalui kekuatan suara. Berbeda dengan media visual, radio mengandalkan suara untuk menyampaikan informasi dan cerita, sehingga mengharuskan pendengar menggunakan imajinasinya untuk membayangkan apa yang disampaikan oleh penyiar. Hal ini menciptakan pengalaman yang sangat

pribadi dan subjektif di mana setiap pendengar membentuk gambaran mentalnya sendiri berdasarkan apa yang didengarnya. Sifat radio yang heterogen mencerminkan keragaman khalayak yang dapat dijangkau, dari berbagai latar belakang dan preferensi. Selain itu, radio bersifat pribadi, karena setiap pendengar dapat mendengar seolah-olah penyiar sedang berbicara langsung kepada mereka. Pendengar juga aktif dalam proses ini, merefleksikan dan membuat interpretasi sendiri terhadap konten yang disajikan. Mereka mengevaluasi dan memilih acara atau saluran yang sesuai dengan selera dan minatnya, menjadikan radio sebagai media yang sangat selektif dan kaya akan pilihan, dimana setiap orang dapat menemukan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya.. (Romli, 2008:108).

5. Fungsi Radio

Sama seperti media yang lainnya, pada dasarnya radio juga mempunyai berbagai fungsi-fungsi penting dalam komunikasi massa, menurut effendy siaran radio mempunyai empat fungsi utama yang perlu diperhatikan (Effendy, 1993:137-138).

- a. Fungsi penerangan
- b. Fungsi pendidikan
- c. Fungsi hiburan
- d. Sarana propaganda

Meskipun radio bersifat auditif, bukan berarti radio tidak bisa menjalankan fungsinya sebagai media penerangan. Radio merupakan media yang mampu menyiarkan informasi dan dapat menjalankan dalam bentuk siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung, talkshow dan lain-lain (Astuti, 2013:42-43).

6. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Radio merupakan media massa yang penting karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara luas. Radio dijuluki sebagai *The Fifth Estate* (Kekuatan Kelima), hal itu menunjukkan bahwa pengaruh radio merupakan pengaruh dan kekuatannya bermasyarakat. Julukan ini diberikan karena radio memiliki sifat yang mampu menyampaikan informasi secara langsung tanpa mengenal jarak dan waktu. Radio juga memiliki daya tarik yang kuat melalui formatnya yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Adapun beberapa kelebihan Radio, sebagai berikut:

- a. Bersifat langsung, radio dapat menyampaikan pesan secara langsung kepada pendengar tanpa proses yang panjang. Hal ini dapat memberikan informasi, berita atau hiburan dapat segera diterima oleh pendengar karena memiliki sifat langsung. Hal itu dapat menjadikan media menjadi lebih efisien dan cepat dalam menyampaikan pesan. Kecepatan inilah yang menjadi kelebihan dari radio dibandingkan dengan media lainnya, karena penyiar langsung berkomunikasi dengan pendengar.

- b. Siaran radio tidak mengenal jarak, selain memiliki kelebihan bersifat langsung, radio juga memiliki kelebihan daya tembus yang luar biasa, yaitu mampu menjangkau segala arah tanpa terhalang oleh batasan tempat, ruang, jarak, atau waktu. Hal ini membuat radio menjadi kuat yang mampu menyampaikan pesan dengan luas, beragam dan efisien.
- c. Daya pengaruh, radio siaran memiliki daya pengaruh terhadap pendengar, suara penyiar yang karismatik dan berbagai program lainnya yang menarik. Musik yang dipilih dapat menciptakan suasana yang menyenangkan, menenangkan, bahkan menginspirasi, dengan suara penyiar yang khas dapat membangun koneksi emosional dengan pendengar (Syaifudin, 2005:13).

Adapun kelemahan yang dimiliki radio, sebagai berikut:

- a. Radio bersifat *einmalig* (sekali jalan), artinya radio hanya dapat memberikan informasi hanya sekali, informasi tersebut akan berlalu dan tidak dapat didengar kembali. Sifat ini menjadikan radio perlu disimak secara langsung oleh pendengar, hal itu dikarenakan informasi yang disiarkan, tidak bisa diulang kecuali dengan siaran ulang atau rekaman khusus.
- b. Terikat oleh waktu, artinya informasi yang disampaikan oleh radio langsung terlepas dari sumbernya dan tidak dapat dikoreksi atau diulang. Hal ini menunjukkan sifat sementara dan langsung radio (Arifin, 1984: 82).

B. Dakwah

1. Pengertian dakwah

Dakwah adalah sebuah aktivitas yang berkaitan langsung dengan umat manusia secara umum tanpa membedakan ras, suku, gender, usia, dan agama. Secara khusus, ibn Baz menambahkan bahwa praktik dakwah tidak boleh ditujukan hanya kepada pengikut mazhab atau golongan tertentu dan membedakannya dengan golongan atau penganut mazhab lain. Dengan kata lain, penyampaian dakwah tidak hanya ditujukan kepada muslim, tetapi kepada pemeluk agama lain dengan cara-cara yang etis sehingga ajaran islam dapat dipahami dengan baik (Ridwan, 2022:75).

Dakwah bersifat *persuasive*, yaitu mengajak manusia secara halus. Hal yang mengacu pada kekerasan, pemaksaan, intimidasi, ancaman, atau terror agar seseorang melaksanakan ajaran islam tidak bisa dikatakan dakwah. Hal ini dikarenakan makna dari dakwah yaitu mengajak, berdoa, mengadu, memanggi, meminta, dan mengundang. Dari arti dakwah tersebut bisa dipahami bahwa dakwah tidak menekankan hasil, tetapi mementingkan tugas dan proses dan juga tidak dituntut untuk berhasil. Umat islam hanya berkewajiban untuk menyampaikan ajaran agama islam dengan penuh kesungguhan (Aziz, 2024:8).

Menurut Muhammad Natsir, dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat konsepsi islam tentang

pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam peri kehidupan masyarakat dan prikehidupan bernegara (M. Natsir, 1978:17).

Menurut Enjang dan Aliyudin, dakwah adalah proses mengajak manusia kepada al-islam yang dilakukan dengan lisan (da'wah bi al-lisan) ataupun tulisan (da'wah bi al-qalam) juga dapat dilakukan dengan perbuatan (da'wah bi ahsan al-hal) atau aksi social (da'wah bi ahsan bi al-amal) (Enjang&Aliyudin,2009:12).

Dari berbagai definisi dakwah yang telah disampaikan, dapat dipahami bahwa dakwah merupakan upaya untuk bertujuan mengajak, menganjurkan, atau menyerukan kepada manusia agar menerima kebaikan dan petunjuk ajaran agama islam. Dengan kata lain, dakwah bertujuan mengarahkan manusia menuju jalan yang benar, sehingga umat islam dapat menerima kebaikan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

2. Tujuan Dakwah

Tujuan merupakan salah satu tujuan terpenting dan utama dalam konsep dakwah, karena semua aktivitas dakwah didasarkan pada tujuan tersebut. Tujuan dakwah tidak hanya untuk penentu arah, namun juga menjadi landasan dalam menentukan tujuan, strategi, pedoman dan cara pengelolaan yang akan dilakukan. Setiap kegiatan dakwah perlu direncanakan dan dilaksanakan sesuai

dengan tujuan yang telah ditetapkan, agar keseluruhan kegiatan terarah dan efisien. Tanpa mempunyai tujuan yang jelas, dakwah akan kehilangan arah dan menimbulkan hasil yang buruk. Oleh karena itu, misi dakwah harus tetap menjadi pedoman utama dalam seluruh tahapan pelaksanaan dan memastikan seluruh kegiatan selaras sepenuhnya dengan misi utama dakwah, yaitu menebar kebaikan, mengajak manusia dan membangun masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai islam. Menurut Shaleh tujuan dakwah terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Tujuan utama dakwah adalah memperoleh kebahagiaan dan kehidupan yang baik, di dunia dan di akhirat yang diridhai Allah. Tujuan Dakwah adalah membimbing manusia menuju kehidupan yang bermakna, dimana seluruh aspek kehidupan, mulai dari hubungan sosial, ekonomi, hingga spiritual, sesuai dengan ajaran Islam. Melalui Dakwah, manusia diajak untuk mengikuti jalan yang diridhai Allah, yang akan menuntunnya menuju kebahagiaan hakiki dan kebahagiaan abadi. Kebahagiaan ini tidak bersifat sementara atau bersifat materi, melainkan keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat, memastikan bahwa segala perbuatan dalam kehidupan ini akan berguna di kehidupan selanjutnya. Oleh karena itu, Dakwah menjadi pedoman untuk membimbing manusia menuju kehidupan yang berkah dimana nikmat Allah adalah puncak dari segala pencapaian.
- b. Tujuan departemental dakwah merupakan tujuan yang mendukung tercapainya tujuan utama dakwah. Sebagai tujuan perantara, tujuan departemental difokuskan untuk mencoba memperkenalkan nilai-nilai

Islam yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kebaikan yang diridhai Allah. Nilai-nilai tersebut mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti penguatan keimanan, peningkatan kualitas ibadah, pembentukan akhlak yang mulai, serta pengembian kepada masysrakat sebagai yang adil dan baik. Dakwah melalui tercapainya tujuan lembaga dapat menjamin bahwa setiap langkahnya benar untuk mencapai tujuan akhir, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, tujuan departemental dakwah bukan menjadi jembatan menuju kebahagiaan abadi, melainkan menjadi pilar yang memperkokoh landasan dakwah dalam segala aktivitas.. (Shaleh,1977:19-21).

3. Metode Dakwah

Menurut bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan, yang dalam bahasa arab artinya thariq dan sumber lainnya mengatakan bahwa metode berasal dari bahasa jerman yaitu *methodica* artinya ajaran tentang metode (Saputra,2011:242). Menurut bahasa metode dakwah berasal dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan cara). Dengan demikian, dapat diartikan metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai tujuan (Munir,2009:6).

Berdasarkan surah An-Nahl ayat 125, para ulama menyatakan bahwa metode dakwah yang diperintahkan di dalam al-quran meliputi:

- a) Metode dakwah bi al-hikmah (metode hikmah)

Secara etimologis, kata hikmah yang ditunjukkan oleh Al-Qahthany merujuk pada arti-arti seperti keadilan, ilmu, kearifan, kenabian, Al-quran, dan injil. Hikmah juga dimaknai sebagai suatu pengetahuan tentang keutamaan sesuatu dengan ilmu-ilmu yang mapan. Karena itu, dari kata hikmah akan menemui kata hakim yang berarti orang yang memutuskan perkara dengan pengetahuan dan keilmuannya.

Berdasarkan pengertian etimologis tersebut, dakwah dengan menggunakan metode hikmah bisa diartikan sebagai penyeruan, pengajakan, atau penyiaran ajaran agama islam dengan cara yang bijak, filosofis, argumentative, dan dilakukan dengan adil, sabar, tabah, serta selaras dengan Al-qur'an dan sunnah. Dakwah menggunakan metode ini adalah representasi dakwah secara kontekstual, yang memberikan perhatian kepada setiap situasi, kondisi dan suasana serta keadaan mad'u lalu menyelaraskan dengan kebutuhan bahkan latar belakang sosiokultural mad'u (Ridwan, 2022: 79-80).

b) Metode dakwah bi al-mau'idza al-hasanah (metode nasihat yang baik)

Secara etimologis, Mau'izhah berarti nasihat, wejangan, petunjuk atau perkataan yang bisa melembutkan hati orang yang mendengarkannya sehingga ia bisa tergerak untuk melakukan kebaikan. Sementara itu, kata hasanah memiliki arti baik kebaikan, santun, sopan, tertib.

Dakwah dengan metode dakwah al-mau'izhah bi al hasanah artinya menyampaikan ajaran Allah dan mengajak manusia kepada kebaikan dengan cara memberikan nasihat, wejangan atau perkataan yang baik. Secara spesifik metode dakwah menurut Abdullah ibn hamid penyampaian dengan nasihat yang baik dilakukan dengan cara penyampaian dakwah-dakwah yang disertai dengan unsur motivasi dan ancaman melalui ucapan yang halus dan dapat melebutkan hati, menggugah kesadaran, menyentuh jiwa, dan menguatkan iman (Ridwan, 2022: 81).

c) Metode debat yang terpuji

Secara etimologis, kata jadal berarti berdebat dengan menggunakan penalaran untuk mendebat seseorang dengan menunjukkan kelemahan pada perkataan atau pendapatnya.

Metode debat yang terpuji merupakan bagian dari metode hikmah, namun lebih menekankan pada sisi argumentasi rasional dari penyampaian dakwah. Metode ini umumnya digunakan dalam format dialog, Tanya jawab, atau diskusi. Metode ini berguna untuk masyarakat yang berpendidikan (Ridwan, 2022 : 83).

4. Media Dakwah

Media dakwah baerasal dari bahasa latin *median* yang berarti alat, perantara, penyambung dan penghubung antara dua aspek, yang artinya sesuatu bisa menjadi alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Penggunaan beragam sarana dan media dakwah menunjukkan bahwa dakwah di dalam agama islam bersifat fleksibel serta bisa dilakukan dengan cara-cara yang bisa disesuaikan dengan konteks kebutuhan masyarakat sebagai objek dakwah. Ajaran islam tidak membatasi sarana dan media berdakwah (Ridwan, 2022: 84).

Secara lebih sistematis media-media dakwah dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Lisan merupakan media dakwah yang paling sederhana namun sangat efektif, menggunakan lisan merupakan alat utama untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dakwah lisan seperti pidato, ceramah, dan khotbah dan semua bertujuan untuk menyampaikan ajaran agama islam kepada khalayak. Melalui lisan, pesan dakwah dapat disampaikan dengan lebih emosional, hal ini karena pendakwah berinteraksi langsung dengan khalayak. merespon pertanyaan dan memberikan penekanan sesuai dengan kebutuhan khalayak.
- b. Tulisan adalah media dakwah yang menggunakan kata-kata tertulis untuk menyebarkan pengetahuan Islam dan nilai-nilai keagamaan. Media ini mencakup berbagai bentuk seperti buku, artikel, artikel, dan lain-lain, yang

semuanya merupakan cara untuk menjangkau khalayak yang mengundang. Melalui tulisan, isi dakwah dapat disampaikan secara mendalam dan kreatif, sehingga pembaca dapat merefleksikan dan memahami ajaran Islam secara lebih luas dan mendalam.

- c. Lukisan merupakan alat dakwah yang menggunakan unsur visual seperti gambar, karikatur, dan bentuk seni lainnya untuk menyampaikan pesan keagamaan. Melalui seni lukis, dakwah dapat disampaikan dengan cara yang kreatif dan menarik sehingga pesan-pesan Islam lebih mudah dipahami dan diingat oleh berbagai kalangan.
- d. *Audio Visual* merupakan sarana dakwah yang menggunakan gabungan antara mendengarkan dan menonton untuk menyampaikan pesan-pesan Islam, melalui platform seperti televisi, radio, bioskop, YouTube dan media lainnya. Dengan memadukan suara, gambar, dan gerak, media *audiovisual* mampu menyampaikan dakwah secara dinamis dan menarik, sehingga pesan-pesan keagamaan menjadi lebih hidup dan mudah diingat.
- e. Akhlak merupakan media dakwah yang ditularkan melalui tindakan dan perbuatan yang mencerminkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Melalui akhlak yang mulia, seorang muslim dapat menjadi teladan hidup bagi orang lain, menunjukkan nilai-nilai Islam seperti kejujuran, kesabaran, kasih sayang dan keadilan dalam berinteraksi dengan orang lain.

Abdul Latif Hamzah mengungkapkan bahwa dakwah tidak hanya berbentuk seruan konvensional saja yang terdapat pada tempat-tempat tertentu, tetapi mulai berkembang menjadi bentuk penyiaran yang melibatkan berbagai teknologi kontemporer, seperti Radio dan televisi. Metode penyiaran dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu metode klasik dan metode kontemporer. Metode klasik adalah dakwah dengan menggunakan penggunaan indrawi, seperti retorika, syair, ajakan, tawaran verbal. Sedangkan metode kontemporer menggunakan alat pendukung seperti lembaran kertas, radio, televisi, dan berbagai alat komunikasi lainnya (Ridwan, 2022: 85)

Selain itu media dakwah menurut Amin (2009), dalam kajian ilmu dakwah, media-media dakwah dapat dikelompokkan menjadi, sebagai berikut:

a) Media Visual

Merupakan media yang bisa diakses dengan indra penglihatan, seperti film slide, transparansi, overhead projector, gambar, atau bloh serta situs web.

b) Media Audio

Merupakan media yang diakses melalui indra pendengaran, seperti radio, tape recorder, dan lainnya.

c) Media Audio Visual

Merupakan media gambar dan suara secara bersamaan, seperti televisi dan video di youtube

d) Media Cetak

Merupakan tulisan seperti surat kabar, buku, majalah, dan bulletin.

Banyaknya bentuk media dakwah yang dapat dioperasikan tidak saja memudahkan para da'I tetapi juga menjadi tantangan untuk para da'I memilih media yang paling efektif dalam melakukan dakwah. Pemilihan media dakwah yang tepat dilakukan dengan mempertimbangkan sasaran objek dakwah (Ridwan, 2022: 86)

5. Radio sebagai Media Dakwah

Radio sangat berperan dalam menyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat karena melalui radio pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif dan efisien. Radio memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak luas di kota-kota dan daerah terpencil, selalu tersedia, dan Anda dapat membaca pesan-pesan keagamaan kapan saja, di mana saja. Selain itu, radio juga memungkinkan adanya komunikasi langsung antara penyiar dan penontonnya, sehingga dapat meningkatkan penyajian resepsi dan lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiensnya. Karena kesederhanaannya dan jangkauannya yang luas, radio menjadi sarana komunikasi yang sangat efektif, membawa nilai-nilai Islam ke dalam kehidupan sehari-hari pendengarnya dimanapun berada (Syukur, 2013:104).

Selain itu, radio juga berperan sebagai media dakwah dengan menyajikan program-program yang memuat khotbah, diskusi, dan tanya jawab tentang agama Islam. Program-program ini dirancang khusus untuk memperkenalkan masyarakat umum pada pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek Islam. Melalui ceramah, pendengar dapat memperoleh nasehat dan bimbingan untuk memotivasi mereka dalam kehidupan sehari-hari. Percakapan memberikan kesempatan kepada pendengar untuk mengeksplorasi permasalahan agama dari sudut pandang yang berbeda, sedangkan sesi tanya jawab memberikan kesempatan kepada pendengar untuk bertanya secara langsung dan mendapatkan jawaban dari para ahli agama. Melalui program-program tersebut, radio tidak hanya menyebarkan dakwah, tetapi juga menjadi sumber ilmu agama yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat (Muzakki, 2018:89).

Menurut Nur al-Hidayah dalam bukunya yang berjudul Hidayah, Teknologi dan Dakwah: Membangun Umat di Era Digital, pemanfaatan radio sebagai media komunikasi dinilai sangat efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Hal ini disebabkan sifat radio yang mudah diakses di tingkat masyarakat, termasuk di daerah terpencil. Radio memungkinkan pesan undangan menjangkau khalayak luas, tanpa dibatasi oleh lokasi geografis atau ketersediaan teknologi canggih. Oleh karena itu, radio menjadi sarana penting

untuk menciptakan dan memperkuat nilai-nilai keagamaan di kalangan masyarakat.. (Hidayah, 2020:112).

Dakwah melalui radio adalah upaya memanfaatkan media yang paling di dunia ini sebagai saluran untuk mencapai tujuan dakwah. Program dakwah di radio tidak semata-mata pada ceramah dan obrolan islam (*talkshow*), tetapi juga mencakup materi seperti definisi hadis, ayat Al-Quran, ungkapan sahabat Nabi SAW, petuah ulama, dan mutiara istilah Islami. Dengan demikian, di tengah asyiknya mendengarkan lagu pop Indonesia, pendengar dapat "didakwahi" secara tidak sadar. Para mubalig dan lembaga dakwah wajib memanfaatkan radio menjelang untuk menyebarkan pemikiran Islam. Pilihannya adalah mendirikan radio dakwah atau berdakwah menelusuri radio yang sudah ada. Jika memilih berdakwah menelusuri radio, maka seorang mubalig harus dibekali dengan ilmu dan teknik siaran (*announcing skill*) agar mampu tampil seperti penyiar profesional (Efendi et.al 2023:838).

C. Adaptasi

1. Pengertian Adaptasi

Adaptasi adalah suatu proses penyesuaian diri terhadap lingkungan, melalui dua cara: mengubah diri agar sesuai dengan lingkungan atau sebaliknya mengubah lingkungan agar lebih sesuai dengan kebutuhan. Proses ini memungkinkan orang untuk bekerja lebih baik dengan lingkungannya, dengan

mengubah sikap dan perilaku terhadap situasi saat ini dan mempengaruhi lingkungan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pribadi. Adaptasi adalah kunci kelangsungan hidup dan perkembangan di lingkungan yang berbeda.

Adaptasi adalah proses adaptasi terhadap lingkungan, pekerjaan dan segala situasi lain yang mungkin dihadapi seseorang selama tinggal di tempat baru. Menurut Marzali dalam bukunya, sebagian besar strategi adaptasi merupakan upaya manusia untuk menemukan cara adaptasi yang tepat melalui tindakan dan keputusan yang diambil. Dengan strategi ini, masyarakat dapat mengalokasikan sumber dayanya untuk menghadapi berbagai tantangan guna beradaptasi dengan lingkungan sosial, budaya, dan ekologi tempat tinggalnya. Adaptasi yang tepat adalah kunci keberhasilan berinteraksi dengan lingkungan baru dan mengatasi berbagai kendala (Agapa, 2023:82).

Menurut Adimiharja, adaptasi adalah upaya yang dilakukan oleh manusia untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan tertentu, di mana individu berusaha menggunakan sumber daya yang tersedia untuk menghadapi berbagai masalah yang mendesak. Adaptasi bukan hanya tentang bertahan dalam situasi yang sulit, tetapi juga tentang menemukan cara yang paling efektif dan efisien untuk berkembang dalam kondisi yang ada. Proses ini melibatkan pemahaman mendalam tentang lingkungan, baik dari segi sosial, budaya, maupun ekologis, sehingga individu dapat membuat keputusan yang tepat dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Dengan adaptasi, seseorang mampu

menyesuaikan diri dengan perubahan atau tantangan yang muncul, memastikan bahwa mereka tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkembang di tengah berbagai situasi. Adaptasi menjadi komponen kunci dalam kemampuan manusia untuk menghadapi dan mengatasi tantangan yang terus berubah, memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan produktif dalam lingkungan yang dinamis (Agapa, 2023:82).

2. Bentuk-bentuk adaptasi

Menurut Robert K. Marton adaptasi memiliki beberapa bentuk adaptasi, hal itu disampaikan, sebagai berikut :

a. Konformitas (*comformity*)

Konformitas atau konformitas adalah proses dimana seseorang atau kelompok menerima lingkungan baru yang dihadapinya. Proses ini melibatkan penerimaan nilai, norma, dan perilaku yang dipraktikkan dalam budaya tersebut. Konformitas bukan hanya tentang menerima tujuan-tujuan budaya baru, namun juga tentang menyesuaikan cara-cara yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Dalam lingkungan sosial, adaptasi sering kali terjadi karena tekanan sosial atau kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok baru. Masyarakat cenderung mengikuti pola perilaku yang dianggap pantas oleh masyarakat atau kelompok disekitarnya. Hal ini dapat terjadi secara

sadar atau tidak sadar karena kebutuhan akan rasa aman, identitas atau pengakuan social.

Konformitas juga dapat menjadi alat penting untuk memfasilitasi integrasi ke dalam masyarakat baru, di mana masyarakat berusaha memahami dan beradaptasi dengan budaya yang berbeda dari budaya asalnya. Meskipun kesetaraan dapat dilihat sebagai hal yang baik karena membantu membangun hubungan sosial, ada sisi penting lainnya. Terlalu banyak konformitas dapat menyebabkan hilangnya identitas pribadi atau identitas budaya, karena orang cenderung menekan atau mengubah aspek-aspek tertentu dari diri mereka agar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh budaya baru. Oleh karena itu, konformitas merupakan suatu proses kompleks di mana masyarakat harus menyeimbangkan adaptasi terhadap lingkungan baru dengan tetap mempertahankan identitas dan nilai-nilai yang diturunkan dari budayanya.

b. Inovasi (Innovation)

Inovasi merupakan konsep yang merujuk pada penerimaan suatu yang baru dari aspek tujuan, dengan pendekatan berbeda terhadap cara-cara yang lazim digunakan. Inovasi terjadi ketika individu atau kelompok yang bertujuan dari budaya yang baru dan dianggap sama atau menguntungkan, tetapi tidak sepenuhnya menerima metode metode

tradisional yang digunakan untuk mencapai tujuan, dan memilih mengembangkan cara-cara yang dianggap lebih efektif dan efisien.

Dalam konteks sosial, perubahan lebih mungkin terjadi karena peluang-peluang baru muncul sebagai model atau inspirasi bagi masyarakat lainnya untuk berpikir di luar batas-batas tradisional. Namun, inovasi juga dapat menghadapi tantangan, terutama ketika pendekatan baru bertentangan dengan norma dan praktik yang sudah ada. Dalam situasi seperti itu, penata gaya baru mungkin menghadapi tantangan atau penolakan dari mereka yang menyukai gaya tersebut. Meski demikian, kreativitas masih menjadi salah satu penggerak utama perkembangan kebudayaan, mendorong masyarakat untuk terus berkembang dan beradaptasi terhadap perubahan zaman. Dengan mempertahankan tujuan-tujuan penting budaya modern, dan meninggalkan praktik-praktik lama yang dianggap kurang efektif, inovasi terus membawa kemajuan dan perubahan.

c. Ritualisme (*Ritualism*)

Ritualisme adalah sebuah konsep yang mengacu pada situasi di mana seseorang atau kelompok menolak tujuan yang ditetapkan oleh budaya baru, namun menerima dan menerapkan norma atau praktik yang memiliki makna yang sama. Dalam ritual, orang mungkin tidak setuju dengan nilai, tujuan, dan hasil yang diharapkan dari budaya baru, namun

malah menerapkan atau mengikuti adat istiadat, tradisi, dan praktik yang ada tanpa mempertanyakan esensi maknanya.

Ritualisme biasanya terjadi ketika seseorang terjebak dalam suatu sistem yang memaksa mereka untuk mematuhi norma-norma tertentu, meskipun masyarakat tidak lagi percaya pada tujuan di balik norma-norma tersebut. Dalam situasi seperti itu, masyarakat tetap melakukan ritual atau mengikuti adat istiadat tertentu hanya karena masyarakat memaksanya, karena adat istiadat tersebut sudah tertanam dalam metode tersebut.

Meskipun ritualisme dapat menciptakan keharmonisan dan stabilitas dalam kehidupan sosial, namun juga dapat menimbulkan masalah atau konflik internal, terutama ketika masyarakat merasa bahwa aktivitasnya tidak lagi bermakna atau berhubungan atau keyakinan dan tujuannya. Seiring berjalannya waktu, ritual dapat menghalangi emosi dan membuat orang merasa “hanya berjalan” tanpa jalan yang jelas dan bermakna. Namun bagi sebagian orang, mengikuti tradisi masa lalu tetap memberikan rasa aman dan terhubung dengan masyarakat, meski mereka menolak tujuan budaya modern. Ritual mencerminkan kompleksitas hubungan antara manusia dan budaya, dan tetap berkomitmen pada praktik publik meskipun tujuannya ditolak.

d. *Retreatisme (Retreatism)*

Retreatisme adalah suatu sikap dimana seseorang atau kelompok menolak sama sekali pengaruh budaya baru, baik dari segi tujuan maupun cara yang digunakan. Mereka tidak hanya tidak setuju dengan nilai dan tujuan yang dihadirkan oleh budaya baru tersebut, namun mereka juga menolak cara dan praktik yang mendasarinya. Orang yang menganut sikap abstrak merasa senang dan puas dengan budaya yang dimilikinya saat ini, meskipun budaya tersebut sudah ketinggalan zaman atau kurang berdampak pada masyarakat sekitar.

Bagi mereka, budaya lama yang lebih dihargai dan sesuai dengan identitas dan pandangan dunia mereka. Artinya, mereka lebih memilih untuk mempertahankan adat istiadat, adat istiadat, dan adat istiadat dunia yang telah diwariskan secara turun-temurun, dibandingkan mengikuti gelombang perubahan yang dibawa oleh kebudayaan modern. Sekalipun suatu budaya baru menawarkan teknologi baru, cara hidup baru, atau peluang ekonomi, orang-orang yang memilih untuk mundur melihat perubahan-perubahan ini sebagai ancaman terhadap keaslian dan integritas budaya tersebut.

Retreatisme sering terjadi pada masyarakat yang sangat protektif terhadap identitas budayanya, terutama ketika budaya baru dianggap mengancam nilai-nilai fundamental yang sudah lama dianut. Dalam konteks ini, alienasi merupakan salah satu bentuk perlawanan terhadap asimilasi atau asimilasi budaya, dimana individu atau kelompok

memilih menjauhkan diri dari perubahan yang dianggap merugikan atau bertentangan dengan keyakinannya.

e. Pemberontakan (*Rebellion*)

Pemberontakan adalah suatu sikap dimana individu atau kelompok menolak norma-norma yang ada atau yang sudah mapan di lingkungannya dan berusaha menggantinya dengan norma baru yang menurut mereka lebih disukai dengan ide atau cara mereka sendiri. Perlawanan bukan sekadar penolakan atau perlawanan pasif terhadap beberapa aspek kebudayaan yang ada, melainkan suatu tindakan yang dilatarbelakangi oleh keinginan kuat untuk mereformasi atau menggulingkan tatanan budaya yang ada, kemudian memasukkan sistem adat, tata krama, dan adat istiadat yang baru. itu lebih akurat. terkait atau progresif.

Individu atau kelompok yang melakukan kekerasan sering kali merasa bahwa budaya yang ada saat ini korup, tidak memadai, atau tidak lagi mencerminkan kepentingan dan identitas mereka. Mereka dapat membatasi budaya yang sedang berkembang, membatasi kebebasan, atau merugikan masyarakat secara luas. Dalam banyak kasus, kekerasan berasal dari ketidakpuasan nyata terhadap cara hidup, dan keinginan

untuk melakukan perubahan yang dapat mengubah sifat masyarakat (Yani, 2021:94).

D. Digitalisasi

1. Pengertian digitalisasi

Digitalisasi radio memiliki banyak keunggulan dibandingkan sistem analog. Salah satu keunggulan utamanya adalah kemampuan menggunakan frekuensi. Dalam sistem analog, saluran frekuensi hanya dapat digunakan untuk satu program, sehingga mengurangi kapasitas transmisi. Namun dengan digitalisasi melalui teknologi multiplexing, frekuensi tersebut dapat digunakan untuk menyiarkan 12 saluran program atau lebih. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, namun membuka peluang bagi pendengar untuk terlibat dengan konten. Selain itu, kualitas suara yang dihasilkan radio digital lebih unggul dibandingkan sistem analog. Dengan menggunakan teknologi digital, sinyal yang diterima pendengar tetap jernih dan bebas dari masalah yang timbul pada radio FM analog, seperti noise atau distorsi. Hal ini menjadikan radio digital ideal untuk streaming musik, yang mengutamakan kejernihan dan kualitas suara. Selain itu, digitalisasi juga memudahkan dalam

menjangkau pendengar. Dengan sistem digital, pendengar dapat menikmati kualitas suara yang lebih baik tanpa perlu khawatir dengan masalah yang timbul pada sistem analog. Secara umum, digitalisasi radio tidak hanya meningkatkan kualitas siarannya, tetapi juga membuatnya lebih mudah diakses oleh pendengarnya, karena hal ini penting untuk perkembangan teknologi penyiaran (Rohanudin, 2014:10).

Era penyiaran digital dimulai pada tahun 1998 di Inggris dan Amerika Serikat, pelopor dalam adopsi teknologi yang merevolusi cara khalayak mengakses siaran televisi dan radio. Negara-negara ini, bersama dengan negara-negara maju lainnya, segera melakukan modernisasi sistem transmisi mereka, menyadari manfaat signifikan digitalisasi dalam meningkatkan kualitas transmisi dan efisiensi penggunaan spektrum frekuensi. Penyebaran siaran digital lebih merata di Eropa dan Asia Timur, dimana pemerintah negara-negara tersebut secara proaktif mengambil langkah serius dengan menggunakan kebijakan pro-digitalisasi. Kebijakan ini tidak hanya mencerminkan komitmen terhadap kemajuan teknologi, namun juga kemampuan untuk beradaptasi terhadap kebutuhan industri penyiaran yang terus berubah. Di wilayah ini, respon cepat industri terhadap teknologi transmisi digital, seperti penerapan multiplexing dan peningkatan kualitas transmisi, menunjukkan kolaborasi yang efektif antara pemerintah dan sektor swasta. Salah satu faktor yang memfasilitasi transisi ke era digital di negara-

negara tersebut adalah struktur pasar media mereka. Di banyak kota di Eropa dan Asia Timur, hanya terdapat empat hingga tujuh saluran televisi utama, sehingga pemerintah dapat mengalokasikan saluran frekuensi yang lebih efisien. Dengan jumlah stasiun yang relatif sedikit, pemerintah dapat dengan cepat memberikan izin dan merealokasi spektrum untuk mendukung siaran digital, dibandingkan dengan negara-negara dengan pasar media yang lebih padat. Selain itu, fokus pada kualitas transmisi dan efisiensi frekuensi menunjukkan bahwa negara-negara tersebut memiliki visi jangka panjang untuk memajukan teknologi transmisi, memastikan bahwa setiap keluarga dapat menikmati siaran berkualitas tinggi dengan stabilitas yang lebih baik dan lebih mudah diakses. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman menonton dan mendengarkan pemirsa, namun juga memperkuat posisi negara-negara tersebut sebagai pemimpin dalam inovasi global dalam teknologi penyiaran.. (Jamal dan Fachrudin,2011 :320-321).

Digitalisasi penyiaran tidak hanya sekedar pemanfaatan spektrum frekuensi radio untuk mentransmisikan siaran, namun juga membuka peluang konvergensi media melalui pemanfaatan internet dan teknologi lainnya. Di era digital, aktivitas penyiaran menjadi semakin kompleks dan beragam, tidak hanya mencakup proses pendistribusian siaran kepada khalayak, namun juga transmisi dan transmisi konten siaran melalui berbagai platform teknologi. Teknologi yang mendukung transmisi digital mencakup berbagai cara, mulai

dari transmisi terestrial dengan menggunakan spektrum frekuensi radio hingga penggunaan tabung transmisi dan transmisi melalui jaringan kabel, satelit, dan Internet. Hal ini memungkinkan lembaga penyiaran menjangkau khalayaknya dengan cara yang lebih fleksibel dan adaptif, beradaptasi dengan kebutuhan konsumsi media dan preferensi masyarakat modern.

Di era digital, konten siaran tidak lagi sebatas siaran tradisional yang hanya berupa audio atau video. Sebaliknya, konten kini menyertakan kombinasi siaran langsung dan data, yang dapat mencakup informasi tambahan seperti metadata, subtitle, dan interaktivitas yang memungkinkan pemirsa untuk berpartisipasi langsung dalam program tersebut. Selain itu, cara menerima dan mengakses konten streaming juga mengalami transformasi yang signifikan. Dulu, siaran umumnya diterima secara bersamaan oleh penonton tanpa biaya tambahan, namun saat ini, pola konsumsi media telah berkembang dan semakin beragam. Selain streaming gratis yang selalu tersedia, masyarakat juga dapat memilih untuk mengakses konten berbayar, baik melalui layanan berlangganan atau melalui konten on-demand.

Konvergensi media ini telah meningkatkan jangkauan dan fleksibilitas penyiaran, sehingga memungkinkan penyedia konten menawarkan pilihan berbeda kepada khalayak. Dengan model yang lebih dinamis ini, tidak hanya satu streaming saja, namun interaktif, di mana pemirsa memiliki kontrol lebih besar terhadap apa yang mereka tonton atau dengarkan, kapan dan di mana.

Digitalisasi memberikan peluang bagi lembaga penyiaran untuk berintegrasi dengan platform lain dan menciptakan pengalaman media yang lebih beragam. Oleh karena itu, dunia digital ini mengharuskan industri penyiaran untuk terus berinovasi dan beradaptasi, menggabungkan teknologi baru dan model bisnis yang lebih sederhana agar tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan media dunia yang berubah dengan cepat.. (Budiman,2015: 116).

2. Dampak positif digitalisasi

Dalam perkembangan teknologi digital ini tentu banyak dampak yang dirasakan dalam era digital ini, baik dampak positif maupun dampak negatifnya. Dampak positif era digital antara lain:

- a. Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara kita mengakses dan menerima informasi, menjadikannya lebih cepat dan mudah dibandingkan sebelumnya. Dulu, mencari informasi membutuhkan banyak waktu dan tenaga, seperti pergi ke perpustakaan, membaca buku, atau mencari di perpustakaan. Namun dengan maraknya Internet dan perangkat digital, informasi hanya berjarak beberapa jari saja. Pencarian yang biasanya memakan waktu berjam-jam atau berhari-hari kini diselesaikan dalam hitungan detik berkat mesin pencari, database digital, dan program yang menyediakan akses cepat ke berbagai sumber informasi dari seluruh dunia.

Selain kecepatan, kemudahan akses informasi didukung oleh keterjangkauan dan semakin banyaknya perangkat teknologi. Dengan smartphone, tablet atau komputer, masyarakat dapat terhubung ke Internet dimana saja dan kapan saja, sehingga mereka bisa mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tepat waktu, baik untuk bekerja, belajar atau hiburan. Teknologi digital juga menyediakan akses terhadap informasi yang terstruktur dan terorganisir. Pengguna dapat menyaring informasi berdasarkan kebutuhan spesifiknya menggunakan filter, kata kunci, atau kategori yang disediakan oleh platform digital.

- b. Tumbuhnya inovasi di berbagai bidang yang berorientasi digital telah membawa perubahan signifikan yang memudahkan proses kerja di banyak sektor. Inovasi tersebut meliputi pengembangan perangkat lunak, aplikasi, dan alat digital yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan efektivitas pekerjaan sehari-hari. Misalnya saja di bidang bisnis, teknologi digital dapat mengotomatiskan berbagai aktivitas administratif, seperti pengelolaan data, akuntansi, dan komunikasi, sehingga karyawan dapat fokus pada fungsi yang lebih strategis dan kreatif. Di bidang manufaktur, inovasi seperti robotika dan otomasi proses industri telah mengurangi kesalahan manusia dan mempercepat produksi, sementara di bidang kesehatan, telemedis dan perangkat medis digital telah memungkinkan diagnosis dan pemantauan lebih cepat.

Secara umum, inovasi berbasis teknologi digital telah mempercepat proses kerja di berbagai bidang, sehingga memberikan kita alat dan metode baru untuk menjalankan aktivitas dengan lebih efisien dan efektif. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, namun juga mendorong pertumbuhan dan pembangunan di berbagai sektor, menjadikan digital sebagai pilar penting dalam kemajuan dunia kerja modern.

- c. Kemunculan media digital khususnya media elektronik telah menjadi salah satu sumber utama pengetahuan dan informasi bagi masyarakat di era modern. Dengan berkembangnya teknologi internet dan perangkat digital, akses terhadap berita, informasi, dan konten pendidikan menjadi lebih cepat, lebih luas, dan interaktif. Media digital seperti portal berita online, platform jejaring sosial, dan aplikasi streaming memungkinkan pengguna mendapatkan informasi terkini dalam hitungan detik, di mana saja dan kapan saja. Berbeda dengan media tradisional yang mempunyai keterbatasan dari segi waktu dan tempat. Media digital juga menawarkan format konten berbeda mulai dari artikel, video, podcast hingga infografis, dapat diakses dan dikurasi berdasarkan preferensi pengguna.

Selain itu, media digital memungkinkan partisipasi aktif penggunanya, yang dapat berkontribusi melalui komentar, diskusi, atau bahkan membuat konten sendiri, sehingga menciptakan ekosistem informasi yang lebih dinamis dan demokratis. Melalui algoritma dan personalisasi yang canggih, media digital juga dapat menyesuaikan konten yang disajikan dengan minat

dan kebutuhan setiap individu, menjadikannya sumber pengetahuan yang lebih relevan dan mudah diakses. Namun di balik kemudahan dan skalanya, muncul pula tantangan baru, seperti penyebaran informasi palsu atau bias yang harus diwaspadai. Oleh karena itu, meskipun media digital telah membuka pintu penyebaran pengetahuan dan informasi yang lebih luas, penting bagi masyarakat untuk tetap kritis dan selektif dalam menerima informasi dari berbagai sumber digital tersebut.

- d. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di era digital sangat dipengaruhi oleh perkembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Teknologi ini menjadi pendorong utama peningkatan keterampilan, produktivitas, dan kemampuan individu di berbagai bidang. Dengan akses informasi, pelatihan, dan pendidikan digital yang lebih mudah dan luas, individu dapat terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilannya tanpa batasan ruang dan waktu. Misalnya, kursus online, webinar, dan platform e-learning memungkinkan pekerja dan pelajar mempelajari keterampilan baru atau memperdalam keterampilan yang sudah ada, sesuai dengan perubahan kebutuhan pasar.

Selain itu, teknologi informasi dan komunikasi juga memfasilitasi kolaborasi dan inovasi, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Alat kolaborasi digital, seperti platform manajemen proyek dan komunikasi online, memungkinkan tim bekerja secara efektif, bahkan ketika mereka berada di lokasi berbeda. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja,

namun juga mendukung pertukaran ide dan inovasi yang lebih cepat. Di sektor bisnis, penggunaan ICT dalam analisis data dan otomatisasi proses bisnis telah membantu HR untuk mengambil keputusan strategis yang lebih baik, sehingga meningkatkan persaingan di pasar global.

Selain itu, teknologi ini memungkinkan terjadinya personalisasi pengembangan sumber daya manusia, dimana program pelatihan dan pengembangan dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik individu atau organisasi, sehingga hasilnya lebih optimal. Dengan demikian, pemanfaatan TIK tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia, namun juga menjadikan mereka lebih mudah beradaptasi, inovatif, dan siap menghadapi tantangan era digital. Keseluruhan proses ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia, yang pada akhirnya mengarah pada pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial yang lebih inklusif. \N. (Setiawan, 2017: 4).

3. Manfaat Digitalisasi terhadap Radio

Digitalisasi telah membawa perubahan besar pada industri radio, memungkinkan media menjadi relevan dan kompetitif dalam konteks perubahan teknologi yang cepat. Di era yang didominasi oleh berbagai bentuk media digital, digitalisasi memberikan stasiun radio kemampuan untuk tidak hanya bertahan, namun juga berkembang dengan cara yang sebelumnya tidak

mungkin dilakukan. Salah satu dampak terpenting digitalisasi adalah kemampuannya memperluas jangkauan siaran radio. Melalui platform digital seperti situs web, aplikasi seluler, dan podcast, stasiun radio kini dapat menjangkau pendengar di seluruh dunia, mengatasi batas-batas geografis yang dulu membatasi siaran analog tradisional. Hal ini membuka peluang baru bagi stasiun radio untuk memperluas jangkauan pemirsanya, menarik pendengar dari berbagai latar belakang dan wilayah yang sebelumnya tidak dapat diakses.

Selain memperluas jangkauan, digitalisasi juga meningkatkan kualitas interaksi antara lembaga penyiaran dan pendengar. Platform digital memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dan real-time, misalnya melalui jejaring sosial, ruang obrolan, dan aplikasi interaktif, di mana pendengar dapat langsung memberikan komentar, mengirim pesan, atau bahkan berpartisipasi dalam acara radio. Hal ini menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih pribadi dan menarik di mana pendengar merasa lebih dekat dan memiliki hubungan yang lebih dalam dengan penyiar favorit mereka. Pendengar tidak lagi sekedar konsumen pasif, namun menjadi anggota aktif komunitas radio, berkontribusi terhadap konten dan arahan program.

Digitalisasi juga memberikan stasiun radio alat untuk mengumpulkan dan menganalisis data pendengar, memungkinkan mereka untuk lebih memahami audiens dengan menyesuaikan konten berdasarkan preferensi dan kebiasaan mendengarkan mereka. Dengan cara ini program radio dapat menjadi

lebih relevan, menarik dan disesuaikan dengan kebutuhan pendengar, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pendengar dan menarik sponsor atau pengiklan. Inovasi dalam konten seperti podcast tematik dan siaran video langsung juga menawarkan lebih banyak variasi kepada pendengar, menjadikan radio tidak hanya sebagai sumber informasi dan hiburan, tetapi juga platform multimedia yang kaya dan serbaguna

Secara umum, digitalisasi tidak hanya mengubah cara kerja radio, tetapi juga memperkaya pengalaman pendengar, sehingga menjaga relevansi sektor ini dalam persaingan yang semakin ketat dengan media digital lainnya. Dengan menggunakan teknologi digital secara efektif, stasiun radio dapat terus berkembang, mempertahankan relevansinya, dan memainkan peran penting dalam lanskap media modern (Dubber, 2013:56).

Digitalisasi telah membawa perubahan mendasar dalam cara radio beroperasi, mulai dari manajemen konten dan program hingga interaksi antara penyiar dan pendengar. Dengan teknologi digital, stasiun radio kini dapat mengelola dan mendistribusikan kontennya dengan lebih efisien, memungkinkan mereka merencanakan dan menyesuaikan programnya dengan lebih fleksibel berdasarkan preferensi pendengar. Penggunaan perangkat lunak otomatisasi juga memudahkan lembaga penyiaran untuk mengatur acaranya, menyiapkan daftar putar, dan lebih mudah mengintegrasikan elemen seperti iklan atau segmen berita. Selain itu, digitalisasi memungkinkan lembaga

penyiaran untuk berinteraksi lebih dekat dengan pendengar melalui berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi radio, dan live streaming. Interaksi ini menciptakan pengalaman yang lebih personal dan interaktif di mana pendengar dapat berpartisipasi langsung, memberikan umpan balik, dan mempengaruhi konten yang disajikan. Hasilnya adalah peningkatan efisiensi operasional dan terciptanya program yang lebih dinamis dan relevan yang tidak hanya memenuhi harapan pendengar, namun juga membangun komunitas yang lebih kuat dan terhubung (Connelly, 2017:88).

D. Teori Mediamorfosis

1. Pengertian Teori Mediamorfosis

Roger Fidler adalah direktur Knight Ridder dan diakui secara internasional sebagai pionir media baru dan seorang visioner yang berpengaruh. Fidler mempunyai visi yang melampaui masanya, termasuk memprediksi masa depan media dan bagaimana masyarakat akan mengonsumsi informasi. Pada tahun 1981, ia sudah dikenal dengan visi revolusionernya terhadap surat kabar digital dan perangkat membaca seluler, sebuah konsep yang masih sangat futuristik pada saat itu. Visi ini tidak hanya berbicara tentang digitalisasi konten, namun juga bagaimana perangkat seluler kelak akan menjadi platform utama masyarakat dalam mengakses berita dan informasi.

Pada tahun 1994, *Fidler* dan tim penelitiannya di *Knight Rider* memperkuat visi ini dengan membuat video berjudul "*Tablet Newspapers: A Vision for the Future.*" Dalam video tersebut, *Fiedler* menjelaskan bagaimana suatu hari orang akan membaca koran dan majalah melalui tablet, sebuah prediksi yang kini menjadi kenyataan berkat penggunaan tablet seperti iPad dan media lainnya. Video tersebut menunjukkan skenario di mana surat kabar dan majalah tradisional akan digantikan dengan layar digital yang tipis dan portabel, yang memungkinkan pengguna mengakses berita, artikel, dan informasi lainnya dengan cepat di mana pun mereka berada.

Fidler tidak hanya melihat perubahan teknologi, namun juga konsekuensi sosial dan budaya. Ia mengetahui bahwa transisi dari media cetak ke media digital akan membawa perubahan signifikan dalam cara kita menggunakan informasi, berinteraksi dengan konten, dan bahkan cara kerja media. Karyanya di *Knight Ridder* merupakan bagian penting dari sejarah perkembangan media digital, dan visinya tentang masa depan media sangat akurat dan menunjukkan pemahamannya yang mendalam tentang kekuatan teknologi dan tren konsumen baru.

Pengaruh *Fiedler* terhadap dunia media baru tidak bisa dianggap remeh. Ia adalah salah satu pemikir pertama yang melihat potensi besar teknologi digital dalam mentransformasi industri media. Visi surat kabar digital dan perangkat seluler yang ia rintis pada awal tahun 1980an telah menjadi bagian

integral dari kehidupan kita sehari-hari, menunjukkan bahwa prediksi dan inovasinya tidak hanya merupakan hal yang benar, namun juga penting untuk menciptakan masa depan media hari ini (Achmad, 2020:72).

Mediamorfosis pertama kali diperkenalkan oleh *Roger Fidler* dalam bukunya *Mediamorphosis: Understanding New Media* (2003). Dalam karyanya, Fidler memperkenalkan konsep mediamorfosis sebagai proses transformasi media dari satu bentuk ke bentuk lain yang terjadi sebagai respons terhadap kombinasi perubahan budaya dan kemajuan teknologi. Fidler menjelaskan bahwa mediamorfosis bukan hanya perubahan dangkal dalam cara media disajikan, namun perubahan mendalam yang melibatkan evolusi cara masyarakat memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi. Fenomena ini mencerminkan bagaimana media terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan khlayak yang terus bertambah dalam perubahan sosial dan teknologi yang pesat

Dalam konteks ini, mediamorfosis dapat dilihat sebagai proses yang dinamis dan berkesinambungan, di mana media lama diubah menjadi bentuk yang lebih baru dan relevan. Proses ini sering kali melibatkan penerapan teknologi baru yang memungkinkan media menjangkau khlayak dengan cara yang lebih efektif dan interaktif. Misalnya, peralihan dari media cetak ke media digital menunjukkan bagaimana media tradisional beradaptasi dengan kemajuan teknologi Internet agar tetap relevan di era digital. Fidler juga

menekankan bahwa mediamorfosis tidak hanya terjadi secara linier, namun juga melalui interaksi kompleks antara teknologi, budaya, dan ekonomi yang mendorong inovasi dalam media baru.

Dalam arti yang lebih luas, mediamorfosis melibatkan transformasi media yang tidak hanya mengubah format atau media, namun juga cara komunikasi dan interaksi antara penyedia konten dan konsumen. Proses ini menciptakan lanskap media yang lebih beragam, di mana berbagai bentuk media, baik yang lama maupun yang baru, dapat hidup berdampingan, saling mempengaruhi, dan membentuk ekosistem media yang lebih kaya dan kompleks. Dengan demikian, konsep mediamorfosis memberikan kerangka penting untuk memahami bagaimana media terus berkembang dalam perubahan zaman, serta bagaimana media baru terus muncul dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan dan peluang yang dibawa oleh teknologi dan perubahan sosial. (Suryanto,2015:605).

Penyebab terjadinya mediamorfosis erat kaitannya dengan perubahan zaman, dimana setiap perubahan dalam kehidupan sosial, teknologi dan komunikasi menyebabkan terjadinya transformasi pada media secara keseluruhan. Mediamorfosis bukan sekadar fenomena perubahan sederhana, namun merupakan proses evolusi yang kompleks di mana media lama dan media baru saling berinteraksi, membentuk sistem yang terus berkembang. Dalam proses ini, media masa lalu tidak tiba-tiba hilang atau hilang; sebaliknya,

mereka mulai beradaptasi dengan lingkungan baru yang dibentuk oleh teknologi dan kebutuhan komunikasi modern. Misalnya, media cetak seperti surat kabar dan majalah yang dulu mendominasi, kini menghadapi tantangan media digital, namun bukannya menghilang, mereka mulai mengembangkan versi digital dan mencari cara baru agar tetap relevan dengan internet.

Mediamorfosis mencerminkan kemampuan setiap bentuk media untuk berubah dan beradaptasi, tidak hanya untuk bertahan hidup, namun juga untuk terus memainkan peran penting dalam ekosistem komunikasi global. Transformasi ini disebabkan oleh tekanan berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi seperti Internet, perangkat seluler, dan media sosial, yang mengubah cara informasi didistribusikan dan dikonsumsi. Namun, meskipun media baru terus muncul dan berkembang, bentuk-bentuk media lama belum sepenuhnya terhapuskan. Sebaliknya, mereka berevolusi, mengadopsi teknologi baru, dan sering kali menemukan ceruk pasar baru di mana mereka masih dapat beroperasi dan memberikan nilai

Hubungan antara bentuk media masa lalu dan masa kini juga menunjukkan bahwa mediamorfosis adalah proses berkelanjutan yang didorong oleh inovasi dan kebutuhan umat manusia akan komunikasi yang lebih efektif. Media lama mungkin mengalami penurunan popularitas, namun mereka sering kali menemukan cara untuk berintegrasi dengan media baru, menciptakan format dan model distribusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan

khalayak modern. Misalnya, radio tradisional kini tersedia untuk streaming online, memungkinkan pendengar mengakses program favorit mereka kapan saja, di mana saja, sementara buku cetak kini bersaing dengan e-book yang mudah diakses untuk perangkat digital.

Dengan demikian, mediamorfosis menggambarkan bagaimana media terus berkembang sebagai respons terhadap perubahan zaman, dengan setiap bentuk media baru dan lama saling melengkapi dan memperkaya lanskap komunikasi global. Ini adalah proses yang tidak hanya melibatkan perubahan teknologi, tetapi juga perubahan mentalitas, budaya, dan cara masyarakat berinteraksi dengan informasi. Dalam ekosistem ini, media masa lalu dan masa kini tidak berkonflik, namun saling mendukung dan berkontribusi terhadap diversifikasi dan dinamisme dunia media yang kita kenal saat ini (Szalabila et.al, 2018:57).

2. Konsep Teori Mediamorfosis

Berkaitan dengan mediamorfosis, Roger fiddler memiliki tiga konsep dalam mediamorfosis, yaitu :

a. Koevolusi

Koevolusi adalah sebuah konsep yang menggambarkan bagaimana berbagai bentuk komunikasi berkembang secara bersamaan dalam sistem komunikasi manusia yang kompleks dan saling bergantung. Sistem-sistem ini tidak dapat

dipisahkan satu sama lain, karena masing-masing unsurnya mempengaruhi unsur lainnya dan merupakan bagian integral dari kebudayaan yang lebih besar. Ketika suatu bentuk komunikasi baru muncul dan berkembang dalam kurun waktu tertentu, hal tersebut tidak hanya berdampak pada dirinya sendiri, tetapi juga berdampak pada keseluruhan ekosistem komunikasi yang ada.

Koevolusi juga menunjukkan bahwa tidak ada bentuk komunikasi yang hilang sama sekali; sebaliknya, mereka beradaptasi dan berkembang sesuai dengan konteks baru yang disebabkan oleh kemajuan teknologi dan perubahan budaya. Artinya, setiap inovasi dalam komunikasi akan mempunyai dampak yang signifikan terhadap keseluruhan sistem, baik dalam bentuk penguatan, modifikasi, atau bahkan tantangan terhadap bentuk komunikasi yang sudah ada. Akibatnya, sistem komunikasi manusia merupakan entitas yang dinamis dan terus berkembang, dimana setiap elemen saling bergantung dan berevolusi bersama dalam proses yang mempengaruhi dan memperkaya elemen lainnya.

b. Konvergensi

Konvergensi media adalah suatu proses yang menggabungkan berbagai bentuk media yang ada dengan industri dan budaya komunikasi untuk menciptakan cara-cara baru dan lebih efektif untuk memfasilitasi proses komunikasi manusia. Di era digital, konvergensi tidak hanya sekedar kombinasi teknologi, namun juga kombinasi berbagai platform media (seperti televisi, radio, internet, dan media cetak) dengan industri kreatif lainnya seperti musik, sinema, dan seni visual. Hasil dari konvergensi ini adalah terciptanya bentuk-bentuk media

campuran yang menawarkan pengalaman komunikasi yang lebih kaya, lebih interaktif, dan mendalam kepada pengguna. Misalnya, informasi yang sebelumnya hanya dapat diakses melalui surat kabar cetak, kini dapat dibaca secara online, disertai dengan video, grafik interaktif, dan link ke sumber tambahan, sehingga memberikan informasi yang lebih lengkap dan kontekstual. Konvergensi media juga mengacu pada titik temu di mana berbagai bentuk media bertemu dan berinteraksi satu sama lain, yang menyebabkan perubahan signifikan dalam cara kerja media dan penyampaian konten kepada khalayak. Proses ini seringkali melibatkan integrasi teknologi digital dengan media tradisional, sehingga menciptakan media baru yang lebih sesuai dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Misalnya, televisi konvensional yang digabungkan dengan Internet kini memungkinkan siaran langsung dapat diakses di seluruh dunia melalui platform streaming, sehingga memberikan kebebasan kepada pemirsa untuk menonton kapan saja, di mana saja. Hal ini tidak hanya memperluas jumlah penonton, tetapi juga memungkinkan interaksi langsung antara lembaga penyiaran dan pemirsa, yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan di media tradisional.

Dengan demikian, konvergensi media merupakan fenomena dinamis yang terus berkembang, menciptakan peluang baru bagi inovasi dan ekspresi dalam dunia komunikasi. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan efektivitas transmisi informasi, tetapi juga memperkaya pengalaman komunikasi manusia dengan menyediakan media yang lebih fleksibel, interaktif dan multifungsi.

Hasilnya, konvergensi media telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi dalam lanskap media global, yang terus memengaruhi cara kita berkomunikasi, mengonsumsi informasi, dan berpartisipasi dalam budaya digital.

c. Kompleksitas

Kompleksitas dalam dunia media penyiaran merupakan suatu kondisi yang muncul ketika banyak faktor, seperti kemajuan teknologi, perubahan budaya, dan dinamika pasar berinteraksi dan menciptakan kebutuhan akan perubahan signifikan pada bentuk dan operasional media yang ada. Dalam konteks ini, kompleksitas tidak hanya mengacu pada kompleksitas teknis atau operasional, namun juga mencakup tantangan yang dihadapi media dalam menghadapi tekanan dari luar dan dalam organisasinya. Salah satu contoh paling nyata dari kompleksitas ini adalah digitalisasi, sebuah fenomena yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang pesat, yang memerlukan media audiovisual untuk beradaptasi dan berkembang secara terus menerus agar relevan dan kompetitif.

Digitalisasi merupakan kompleksitas baru yang memerlukan media audiovisual, seperti radio, untuk mengubah cara pengoperasiannya, mulai dari produksi konten hingga distribusi dan interaksi audiens. Dorongan untuk beralih ke digital tidak hanya mengadopsi teknologi baru, namun juga mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam struktur operasional dan model bisnis yang ada. Hal ini melibatkan perubahan mendasar dalam cara konten

radio diproduksi, ditransmisikan, dan dikonsumsi oleh pendengar. Misalnya, radio tradisional yang sebelumnya hanya mengandalkan siaran FM kini beradaptasi dengan platform digital seperti webcasting, podcast, dan aplikasi seluler, sehingga memungkinkan khalayak mengakses konten kapan saja, di mana saja.

Digitalisasi tidak hanya berpengaruh pada aspek teknis dan operasional media penyiaran, namun juga berpengaruh pada aspek internal dan eksternal organisasi. Secara internal, media harus berinvestasi dalam pelatihan karyawan, memperbarui infrastruktur teknis, dan mengembangkan strategi konten yang merespons tuntutan digital. Dari luar, media menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan munculnya platform digital baru yang menawarkan layanan serupa, seperti streaming musik, podcast, dan layanan berita digital. Kompleksitas ini menuntut media untuk tidak hanya beradaptasi namun juga berinovasi agar tetap relevan di era digital yang terus berubah (Fatini dan Safari ,2020:122).

3. Prinsip-prinsip mediamorfosis

Dari ketiga konsep yang dikemukakan oleh Roger fiddler, kemudian fiddler mengemukakan 6 prinsip dasar mediamorfosis, yaitu:

a. Koevolusi dan koeksistensi

Segala bentuk media komunikasi ada dan berkembang dalam suatu sistem yang adaptif dan kompleks, dimana setiap unsurnya berinteraksi dan

mempengaruhi secara dinamis. Sistem ini tidak statis; sebaliknya, ia terus berkembang seiring perkembangan waktu dan teknologi. Ketika suatu bentuk media baru muncul dan mulai berkembang, media tersebut tidak terisolasi, namun menjadi bagian dari ekosistem media yang lebih besar. Dalam prosesnya, media baru ini akan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh bentuk media lain yang sudah ada, sehingga menciptakan efek domino yang mempercepat evolusi dan transformasi seluruh sistem komunikasi. Setiap inovasi, baik kecil maupun besar, mempunyai dampak yang menyebar ke berbagai tingkat dan aspek sistem komunikasi, yang mengarah pada perubahan dan adaptasi yang diperlukan agar media menjadi relevan dan efektif dalam memenuhi kebutuhan komunikasi manusia. Hal ini menjadikan sistem media komunikasi sebagai entitas yang terus berkembang, di mana setiap bentuk media berkontribusi terhadap perkembangan dan evolusi bentuk media lainnya, menciptakan lingkungan yang kaya akan interaksi dan inovasi.

Seiring berjalannya waktu, setiap bentuk media baru menambah lapisan kompleksitas pada ekosistem komunikasi, memperkenalkan cara-cara baru untuk menyampaikan informasi, berinteraksi dengan khalayak, dan membuat konten. Misalnya, munculnya Internet tidak hanya mengubah cara kita mengakses informasi, namun juga mempengaruhi televisi, radio, surat kabar, dan bahkan buku. Media tradisional harus beradaptasi dengan kehadiran Internet dengan mengintegrasikan elemen digital, seperti penyiaran online, media sosial, dan konten interaktif, agar tetap relevan dan kompetitif.

Perkembangan ini juga menciptakan efek umpan balik yang kuat, dimana setiap inovasi pada satu bentuk media dapat memicu perubahan pada bentuk media lainnya. Televisi, yang awalnya berfungsi sebagai media siaran satu arah, misalnya, kini menawarkan pengalaman interaktif dan sesuai permintaan yang terinspirasi oleh model Internet. Demikian pula surat kabar, yang sebelumnya hanya terbatas pada versi cetak harian, kini tersedia secara real time dan di seluruh dunia melalui platform digital. Bahkan radio, yang dikenal sebagai media audio, kini menggunakan podcast dan siaran untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan lebih terlibat.

Adaptasi dan interaksi ini terjadi tidak hanya pada tataran teknologi, namun juga pada tataran konten dan budaya. Konten yang awalnya dibuat untuk satu media sering kali diadaptasi atau diintegrasikan ke dalam media lain, sehingga menciptakan bentuk hiburan, pendidikan, dan informasi baru. Misalnya, film dan acara TV kini dapat ditonton di perangkat seluler, sedangkan berita dan artikel surat kabar dapat dibaca melalui aplikasi dan media sosial. Proses ini menunjukkan bagaimana masing-masing bentuk media, meskipun berbeda, saling bergantung dan mempengaruhi bentuk media lainnya dengan cara yang kompleks dan adaptif.

Dengan demikian, sistem pendukung komunikasi tidak pernah statis. Setiap inovasi atau perubahan dalam suatu bentuk media berkontribusi terhadap evolusi sistem secara keseluruhan. Ini adalah ekosistem yang terus berkembang dan berkembang, di mana setiap elemen baru memperkaya pengalaman

komunikasi manusia dan mendorong perkembangan lebih lanjut. Dalam lingkungan yang adaptif dan kompleks ini, kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi adalah kunci bagi kelangsungan dan keberhasilan segala bentuk media, serta keberlanjutan sistem komunikasi global yang semakin terhubung.

b. Metamorfosis

Media baru tidak pernah muncul secara tiba-tiba atau terpisah dari media yang sudah ada sebelumnya; sebaliknya, mereka berkembang secara bertahap melalui proses metamorfosis media terlebih dahulu. Sepanjang sejarah media, setiap inovasi dan bentuk media baru sering kali merupakan hasil evolusi teknologi, format, dan gagasan yang sudah ada sebelumnya. Ketika bentuk media baru mulai muncul, media tersebut tidak sepenuhnya menggantikan media lama, namun beradaptasi dan berinteraksi dengannya, sehingga menciptakan proses evolusi yang dinamis. Media lama belum mati; sebaliknya, mereka cenderung beradaptasi dengan perubahan zaman, menemukan cara baru untuk tetap relevan dan memenuhi perubahan kebutuhan audiens mereka.

Selain itu, adaptasi media lama ke media baru sering kali mengarah pada inovasi dalam format dan penyampaian konten. Surat kabar yang dulunya hanya tersedia dalam bentuk cetak kini menawarkan versi digital dengan fitur interaktif, video, dan tautan langsung ke sumber daya tambahan. Radio yang sebelumnya hanya dapat diakses melalui siaran FM, kini dapat didengarkan melalui webcasting dan podcast yang dapat diakses kapan saja. Hal ini

menunjukkan bahwa media tradisional tidak hanya bertahan, namun juga berkembang dengan menggunakan teknologi baru untuk menjangkau khalayak yang lebih besar dan lebih terlibat.

Proses metamorfosis ini juga mencerminkan dinamika yang lebih luas dalam dunia komunikasi, dimana tidak ada media yang hilang, namun terus bertransformasi untuk memenuhi kebutuhan yang terus berubah. Media lama dan media baru saling mempengaruhi, menciptakan ekosistem yang kaya dan beragam di mana berbagai bentuk media dapat berkembang bersama. Dengan demikian, evolusi media bukan tentang menggantikan atau mematikan bentuk-bentuk lama, melainkan tentang adaptasi dan perkembangan berkelanjutan yang memungkinkan semua bentuk media, baik yang lama maupun yang baru, tetap relevan dan berperan penting dalam kehidupan.

c. Pewarisan

Bentuk media komunikasi baru yang muncul seringkali mewarisi karakteristik dominan dari media sebelumnya, sehingga menciptakan kesinambungan dalam cara kita berkomunikasi dan mengirimkan informasi. Ciri-ciri tersebut, baik dalam bentuk penyajian, gaya penuturan, maupun cara pendistribusiannya, tidak hilang seiring berkembangnya media baru, namun terus berlanjut dan menyebar, beradaptasi dengan konteks baru akibat evolusi teknologi dan budaya. Media baru tidak sepenuhnya mengubah roda

komunikasi, namun mengembangkan dan memperkaya tradisi komunikasi yang sudah ada sebelumnya, mengubah unsur-unsur kuno menjadi bentuk yang lebih modern dan relevan.

Bahkan bahasa sebagai kode komunikasi memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan tersebut. Dalam setiap transformasi media, bahasa beradaptasi menjadi relevan, baik dalam bentuk bahasa tekstual yang berkembang menjadi emoji dan meme di media sosial, maupun dalam bentuk bahasa visual yang beradaptasi dari gambar cetak ke video digital. Sifat-sifat bahasa ini memungkinkan media baru untuk tetap terhubung dengan akar komunikatifnya sekaligus membuka pintu bagi inovasi dan ekspresi baru yang disesuaikan dengan kebutuhan khalayak modern.

Oleh karena itu, setiap kali media baru muncul, media tersebut juga membawa warisan media lama, memastikan bahwa aspek komunikasi yang dominan tetap hidup dan berkembang dalam bentuk-bentuk baru. Proses ini tidak hanya menjaga kelangsungan tradisi komunikasi, namun juga memperkaya ekosistem media secara keseluruhan, memungkinkan berbagai bentuk media berkembang bersama, saling mempengaruhi, dan terus beradaptasi dengan perkembangan zaman. Media baru tidak muncul dalam ruang hampa; mereka adalah bagian dari evolusi berkelanjutan yang menghubungkan komunikasi manusia di masa lalu, masa kini, dan masa depan.

d. Kemampuan bertahan

Di dunia yang terus berkembang pesat, segala bentuk media komunikasi dan perusahaan media menghadapi tekanan yang sangat besar untuk beradaptasi dan berkembang agar tetap relevan dan bertahan. Teknologi, preferensi audiens, dan dinamika pasar yang terus berubah menciptakan lingkungan yang sangat kompetitif sehingga stagnasi bukanlah suatu pilihan. Media yang tidak mampu berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman akan ditinggalkan masyarakat dan akhirnya punah. Adaptasi bukan hanya tentang memperkenalkan teknologi baru atau mengubah format konten, namun juga melibatkan perubahan besar dalam strategi, struktur organisasi, dan cara berinteraksi dengan audiens.

Di era digital, media tradisional seperti surat kabar, televisi, dan radio terpaksa berevolusi dari model lama yang hanya bersifat sepihak menjadi platform yang lebih interaktif dan menarik. Surat kabar yang sebelumnya hanya tersedia dalam bentuk cetak kini tersedia dalam format digital dengan fitur-fitur seperti komentar pembaca, artikel interaktif dan multimedia yang memperkaya pengalaman membaca. Televisi dan radio juga telah bertransformasi, dengan banyak stasiun yang menawarkan streaming online, podcast, dan layanan on-demand, yang memungkinkan pemirsa mengakses konten kapan saja, di mana saja. Adaptasi ini memungkinkan media tidak hanya bertahan, namun juga

berkembang dan menemukan cara baru untuk menjangkau dan melibatkan khalayak.

Namun proses adaptasi ini tidak selalu mudah. Banyak perusahaan media menghadapi tantangan besar dalam memikirkan kembali model bisnis mereka, mengadopsi teknologi baru, dan mengubah budaya kerja yang sudah lama ada. Namun, kegagalan beradaptasi akan menimbulkan konsekuensi yang serius. Media yang tidak mampu mengikuti perubahan akan menjadi tidak relevan, kehilangan khalayak, dan akhirnya harus menutup pintunya. Sejarah industri media telah menunjukkan bahwa hanya pemain yang paling adaptif dan inovatif yang dapat bertahan dalam konteks perubahan yang cepat dan tidak dapat diprediksi.

Dalam konteks ini, evolusi dan adaptasi bukanlah pilihan yang mudah; itu adalah kebutuhan untuk bertahan hidup. Media yang berhasil beradaptasi tidak hanya mampu bertahan, namun seringkali menjadi pemimpin di industrinya, memimpin dalam inovasi dan tren baru. Sebaliknya, mereka yang gagal berinovasi menghadapi risiko eksistensial yang tinggi. Dalam lingkungan media yang selalu berubah, kemampuan beradaptasi adalah kunci untuk bertahan hidup, sementara stagnasi hanya akan menyebabkan kematian yang lambat namun pasti bagi perusahaan media yang gagal untuk bergerak maju.

e. Peluang dan kebutuhan

Media baru seringkali tidak diterima saat pertama kali muncul karena keterbatasan teknologi yang melekat pada tahap awal perkembangannya. Hambatan-hambatan ini dapat berupa infrastruktur yang tidak memadai, biaya yang tinggi, atau kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai teknologi. Namun, teknologi media baru tidak berkembang secara terpisah; Berbagai faktor sosial, politik dan ekonomi memainkan peran penting dalam adopsi dan pertumbuhannya.

Dari sudut pandang sosial, perubahan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat seringkali menjadi penyebab utama adopsi media baru. Misalnya, peningkatan mobilitas dan gaya hidup yang semakin sibuk mendorong kebutuhan akan akses informasi yang cepat dan mudah, yang kemudian menjadi pendorong utama Internet dan adopsi media digital. Masyarakat mulai mencari cara yang lebih efisien untuk mengakses berita, hiburan, dan informasi lainnya, dan media baru yang memenuhi kebutuhan ini mendapatkan tempatnya di masyarakat.

Secara politis, kebijakan dan peraturan pemerintah dapat memainkan peran penting dalam memfasilitasi atau menghambat pertumbuhan teknologi media baru. Pemerintah yang proaktif dalam mendorong infrastruktur digital, misalnya menyediakan akses Internet yang lebih luas dan lebih mudah diakses, akan menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan media baru. Selain itu, dalam beberapa kasus, teknologi media baru juga didorong oleh

kebutuhan politik untuk mengontrol atau menyebarkan informasi, seperti yang terlihat dalam kampanye atau propaganda digital di berbagai negara.

Dari sudut pandang ekonomi, permintaan pasar dan insentif bisnis merupakan pendorong penting lainnya dalam adopsi media baru. Perusahaan teknologi yang melihat potensi keuntungan dari media baru akan berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan, menciptakan produk yang lebih canggih dan terjangkau bagi konsumen. Persaingan pasar juga mendorong inovasi, memaksa perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan teknologinya agar tetap relevan dan kompetitif. Pertumbuhan ekonomi digital juga memperkuat kebutuhan akan media baru, seiring konsumen dan dunia usaha mencari cara yang lebih efisien untuk berkomunikasi, bertransaksi, dan beroperasi di dunia yang semakin terhubung.

Oleh karena itu, meskipun teknologi media baru mungkin menghadapi tantangan sebelum berkembang, kekuatan sosial, politik, dan ekonomi yang kuat sering kali menjadi katalis yang memungkinkan teknologi tersebut mengatasi keterbatasannya dan menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Kombinasi dari faktor-faktor ini menciptakan dinamika yang menggerakkan media baru dari pinggiran ke arus utama, yang pada akhirnya memungkinkan media tersebut diadopsi secara luas dan membawa perubahan signifikan dalam cara kita berkomunikasi, bekerja, dan hidup.

f. Pengadopsian yang tertunda

Teknologi media baru seringkali memerlukan lebih dari yang diharapkan untuk mencapai kesuksesan komersial yang signifikan. Proses ini tidak hanya memerlukan inovasi teknis, namun juga melibatkan perubahan besar dalam perilaku manusia, adaptasi sosial, dan integrasi ekonomi. Meskipun konsep-konsep baru sering kali tampak revolusioner dan penuh potensi, kenyataannya teknologi ini cenderung membutuhkan setidaknya satu generasi manusia – sekitar 20 hingga 30 tahun – untuk benar-benar berpindah dari tahap perencanaan konsep hingga adopsi. Selama periode ini, teknologi mengalami berbagai tahap perkembangan, mulai dari penelitian dan pengujian awal hingga pengenalan pasar dan, akhirnya, perluasan penggunaannya secara luas.

Pada tahap awal, teknologi media baru sering kali menghadapi tantangan besar, seperti keterbatasan teknis, biaya produksi yang tinggi, dan kurangnya infrastruktur pendukung. Selain itu, mungkin diperlukan waktu bagi masyarakat dan industri untuk memahami dan menerima teknologi baru ini, yang seringkali memerlukan perubahan signifikan dalam kebiasaan dan mentalitas. Inovasi teknologi yang mendobrak batasan-batasan lama sering kali bertentangan dengan status quo, sehingga menimbulkan penolakan dari mereka yang merasa nyaman dengan cara-cara lama atau yang melihat teknologi baru sebagai ancaman terhadap model bisnis yang sudah ada.

Pada dekade pertama, teknologi ini hanya dapat diadopsi oleh sebagian kecil masyarakat, seperti penggemar teknologi, akademisi, atau industri tertentu

yang melihat manfaat langsung dari inovasi tersebut. Namun seiring berjalannya waktu, teknologi media baru ini mulai menyebar ke khalayak yang lebih luas, terutama seiring dengan tumbuhnya generasi muda yang lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan dan mulai mendominasi pasar. Pemanfaatan teknologi oleh generasi muda yang sudah terbiasa berinovasi sejak dini, berperan penting dalam mempercepat adopsi teknologi.

Selain itu, kemajuan dalam teknologi pendukung, seperti peningkatan akses Internet, pengurangan biaya produksi, dan kemajuan perangkat keras dan perangkat lunak, juga mempercepat penerapan teknologi media baru. Industri ini mulai melihat potensi komersial yang lebih besar dan berinvestasi dalam pengembangan produk dan layanan berdasarkan teknologi baru ini, yang pada gilirannya memperluas cakupannya ke pasar yang lebih luas.

Namun, keberhasilan teknologi media baru tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis dan ekonomi; Perubahan sosial dan budaya juga memainkan peran penting. Seiring berjalannya waktu, masyarakat mulai menerima teknologi baru dalam kehidupan sehari-hari, sehingga memerlukan penyesuaian dalam cara berpikir, bekerja, dan berkomunikasi. Generasi yang tumbuh dengan teknologi ini cenderung lebih terbuka terhadap perubahan dan lebih bersedia mengintegrasikannya ke dalam kehidupan mereka, yang pada akhirnya mengarah pada adopsi massal dan kesuksesan komersial.

Jadi, walaupun teknologi media baru tampaknya lambat untuk berhasil, perjalanan panjang ini sering kali diperlukan untuk memastikan bahwa teknologi tersebut tidak hanya inovatif, namun juga diterima dan diadopsi secara luas oleh masyarakat. Proses ini mencerminkan sifat teknologi yang terus berkembang yang membutuhkan waktu dan upaya untuk mencapai potensi maksimalnya, sehingga menciptakan perubahan yang berdampak mendalam dan bertahan lama pada berbagai aspek kehidupan manusia (Achmad, 2020:74-75).

