

DIFUSI INOVASI DALAM KONTEKS PERANAN KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM) SWARA RINGGIT KELURAHAN LEDUG GUNA MENINGKATKAN POTENSI LOKAL

Nur Azizah

Program Studi Ilmu Komunikasi. FISIP, Universitas Yudharta Pasuruan,
Indonsia

Puntir RT/RW: 01/20 Purwosari Pasuruan 67162

Aziz.ziza17@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang difusi inovasi dalam konteks peranan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui difusi inovasi dan peranan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit dalam meningkatkan potensi lokal menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis difusi inovasi Everett M. Rogers. Ada empat unsur utama dalam proses difusi inovasi, pertama, Inovasi merupakan segala ide, cara-cara, ataupun obyek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Kedua, cara dan saluran komunikasi yang dipergunakan dalam proses difusi inovasi, ada dua saluran komunikasi yang bisa digunakan yaitu saluran antarpribadi dan massa (media massa). Ketiga, dalam jangka waktu tertentu. Waktu yang diperlukan dalam proses difusi inovasi. Keempat, diantara para anggota sistem sosial (karakter individu-individu sebagai anggota sistem sosial yang menjadi sasaran kegiatan difusi inovasi). Hasil penelitian ini adalah inovasi memperkenalkan dan mempromosikan produk local melalui internet dalam upaya meningkatkan potensi local Kelurahan Ledug. Proses adopsi inovasinya meliputi lima tahap yakni *Knowledge* (pengetahuan), *persuasion* (bujukan/ajakan) *decision* (pengambilan keputusan) serta *implementation* (implementasi/pelaksanaan) dan *confirmation* (konfirmasi). Proses adopsi inovasi dalam penelitian ini berjalan lancar dan baik. Dan inovasi dapat diterima oleh masyarakat.

Kata kunci: Difusi inovasi, KIM Swara Ringgit, Potensi local

ABSTRACT

This study examines the diffusion of innovation in the context of the role of the Swara Ringgit Community Information Group (KIM). The purpose of this research is to know the diffusion of innovation and role of Swara Ringgit Community Information Group (KIM) in improving local potency using qualitative descriptive method. The approach used in this research is the diffusion analysis of Everett M. Rogers innovation. There are four main elements in the process of diffusion of innovation, first, Innovation is all the ideas, ways, or objects operated by someone as something new. Second, the ways and channels of communication used in the process of innovation diffusion, there are two channels of communication that can be used namely interpersonal channels and mass (mass media). Third, within a certain timeframe. Time required in the process of diffusion of innovation. Fourth, among members of the social system (character of individuals as members of the social system targeted by the diffusion of innovation). The result of this research is innovation to introduce and promote local product through internet in an effort to increase local potency of Ledug Sub-district. The innovation adoption process includes five stages: Knowledge, persuasion (decision) and implementation (implementation / implementation) and confirmation (confirmation). The innovation adoption process in this research went well and well. And innovation can be accepted by society.

Keywords: Innovation Diffusion, KIM Swara Ringgit, Local Potency

PENDAHULUAN

Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru inovasi. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi untuk mencapai pengertian bersama. Rogers (dalam Effendy, 2003: 284) mendefinisikan difusi sebagai suatu proses dimana

suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial (*the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system*).

Pada masyarakat yang sedang membangun seperti di negara-negara berkembang, penyebarserapan (difusi) inovasi

terjadi terus menerus, dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu waktu ke kurun waktu yang berikutnya, dan dari bidang tertentu ke bidang yang lainnya.

Informasi merupakan kebutuhan penting bagi masyarakat. Di era digital saat ini, penyebaran informasi semakin cepat. Semua informasi dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Berbagai media telah hadir menyuguhkan informasi. Namun, tidak semua masyarakat peka terhadap informasi. Warga Pasuruan khususnya di desa masih dihadapkan pada berbagai permasalahan dasar untuk pemenuhan hidupnya. Untuk itu masyarakat Pasuruan perlu ditingkatkan kemampuannya sehingga berdaya untuk lingkungannya.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) merupakan suatu lembaga layanan public yang dibentuk dan dikelola oleh masyarakat yang secara khusus berorientasi pada layanan informasi dan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 08/PER/M.KOMINFO/6/2010 tentang Pedoman Pengembangan dan Pemberdayaan Lembaga Sosial, tanggal 1 juni 2010. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) adalah kelompok yang dibentuk oleh, dari, dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif yang aktifitasnya melakukan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di kabupaten Pasuruan berjumlah 139 KIM yang tersebar di 24 kecamatan. Salah satunya berlokasi di kecamatan Prigen yakni Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit bertempat di desa Ledug Kecamatan Prigen Pasuruan. Secara geografis Ledug berbatasan dengan Kelurahan Pecalukan di Barat, Desa Dayurejo di timur, Desa Sukolilo di utara, dan hutan di selatan. Swara Ringgit adalah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Ledug yang mana bertujuan untuk menyajikan informasi - informasi seputar perkembangan wilayah ledug, dan kondisi Ledug saat ini sehingga bisa memajukan masyarakat Ledug menjadi lebih baik.

Menurut Soleh (2017) Potensi adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan. Jadi potensi lokal (desa) adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kelurahan Ledug memiliki potensi lokal yang melimpah. Tak heran masyarakat Ledug

memanfaatkan sumber daya yang ada sebagai mata pencaharian masyarakat setempat. Ditinjau dari letak geografisnya, Ledug termasuk daerah dingin dan subur mengingat Kelurahan Ledug berada di kaki Gunung Ringgit.

Adapun Beberapa potensi lokal yang dimiliki Kelurahan Ledug diantaranya; kopi khas ledug, bunga krisan, tanaman hias, cengkeh, susu kambing, cemara papua, pupuk organik, air terjun granjangan dan beberapa situs bersejarah seperti pertapaan pandowo , watu tulis, dan lain sebagainya.

Dari sekian banyaknya Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di Kabupaten Pasuruan, tidak semuanya selalu aktif berperan sebagai agen informasi. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit merupakan salah satu KIM yang cukup aktif menyebarkan informasi. Mengenai hal tersebut tentunya memunculkan permasalahan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi KIM. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk menganalisa dan mengetahui lebih lanjut difusi inovasi dalam konteks peranan KIM Swara Ringgit guna meningkatkan potensi lokal.

KAJIAN PUSTAKA

DIFUSI INOVASI

Menurut Rogers (1971) dalam (Nasution, 2004:122) mengatakan bahwa studi difusi mengkaji pesan-pesan yang berupa ide-ide ataupun gagasan yang baru.

Unsur Utama dalam Difusi Inovasi

Dalam proses difusi inovasi terdapat unsur-unsur utama yang terdiri dari (Rogers dan Shoemaker, 1971) :

1. Inovasi

Segala sesuatu ide, cara-cara, ataupun obyek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, adalah inovasi. Baru disini tidaklah semata-mata dalam ukuran waktu sejak ditemukannya atau pertama kali digunakannya inovasi tersebut. Yang penting, menurut Rogers dan Shoemaker adalah kebaruan dalam persepsi, atau kebaruan dalam subyektif hal yang dimaksud bagi seseorang, yang menentukan reaksinya terhadap inovasi tersebut. Dengan kata lain, jika suatu hal dipandang baru bagi seseorang, maka hal itu merupakan inovasi. Havelock (1973) merumuskan inovasi sebagai segala perubahan yang dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh masyarakat yang mengalaminya.

Menurut Rogers (1971) terdapat lima karakter inovasi yaitu :

a. *Relative Advantages* (keuntungan relatif); yaitu apakah cara-cara atau gagasan baru ini memberikan sesuatu keuntungan relatif bagi mereka yang kelak menerimanya.

b. *Compatibility* (keserasian); yaitu apakah inovasi yang hendak disifusikan itu serasi dengan nilai-nilai, system kepercayaan, gagasan yang lebih dahulu diperkenalkan sebelumnya, kebutuhan, selera, adat-istiadat, dan sebagainya dari masyarakat yang bersangkutan.

c. *Complexity* (kerumitan) ; yaitu apakah inovasi tersebut dirasakan rumit. Pada umumnya masyarakat tidak atau kurang berminat pada hal-hal yang rumit, sebab selain sukar untuk dipahami, juga cenderung dirasakan merupakan tambahan beban yang baru.

d. *Trialability* (dapat dicobakan); yaitu bahwa suatu inovasi akan lebih cepat diterima, bila dapat dicobakan dulu dalam ukuran kecil sebelum orang terlanjur menerimanya secara menyeluruh. Ini adalah cerminan prinsip manusia yang selalu ingin menghindari suatu resiko besar dari perbuatannya.

e. *Observability* (dapat dilihat); jika suatu inovasi dapat disaksikan dengan mata, data terlihat langsung hasilnya, maka orang akan lebih mudah untuk mempertimbangkan untuk menerimanya, ketimbang bila inovasi itu berupa sesuatu yang abstrak, yang hanya dapat diwujudkan dalam pikiran, atau hanya dapat dibayangkan.

2. Cara dan saluran komunikasi yang dipergunakan

Komunikasi adalah proses dimana pelaku yang terlibat membuat dan menyampaikan pesan kepada satu sama lain dengan tujuan untuk mencapai pemahaman yang sama. Sedangkan saluran komunikasi adalah sarana atau perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran komunikasi sering disebut dengan media komunikasi.

3. Dalam jangka waktu tertentu

Innovations rate of adoption adalah kecepatan relative dengan mana suatu inovasi diadopsi oleh anggota-anggota suatu system sosial. *Rate of adoption* atau tingkat adopsi biasanya dapat diukur dengan waktu yang diperlukan untuk presentasi tertentu dari para anggota system untuk mengadopsi suatu inovasi.

4. Diantara para anggota suatu system sosial (karakter individu-individu sebagai anggota system sosial yang menjadi sasaran kegiatan difusi inovasi)

Dalam sistem sosial ada struktur sosial yang memberikan tingkatan-tingkatan status sosial kepada anggotanya. Berdasarkan tingkatan yang didudukinya, maka mereka dituntut juga peranan yang sesuai. Misalnya sebagai pemuka masyarakat mempunyai tingkatan yang lebih tinggi dibanding anggota masyarakat biasa. Tentunya peranannya juga lain. Difusi inovasi juga dipengaruhi oleh

struktur sosial ini, sebaliknya difusi inovasi dapat mempengaruhi pulan struktur sosial dalam suatu sistem sosial.

B. Proses Adopsi Inovasi

Keputusan individu terhadap suatu inovasi merupakan proses yang terjadi dari waktu ke waktu dan terdiri serangkaian tindakan. Dalam teori "*innovation-decision process*" yang dikemukakan oleh Rogers, terdapat lima tahap kegiatan dimana seorang adopter akan melaluinya sebelum memutuskan untuk menerima suatu inovasi seperti berikut ini;

1. *Knowledge* (tahap pengetahuan) Tahap dimana seseorang sadar, tahu, bahwa ada sesuatu inovasi. Serta bagaimana fungsi atau inovasi tersebut.

2. *Persuasion* (tahap persuasi/bujukan) Tahap ketika seseorang sedang mempertimbangkan, atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tadi, apakah ia menyukainya atau tidak.

3. *Decision* (tahap pengambilan keputusan) tahap dimana seseorang membuat putusan apakah menerima atau menolak inovasi yang dimaksud.

4. *Implementation* (tahap implementasi) Tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya mengenai sesuatu inovasi.

5. *Confirmation* (tahap pemastian) Tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang telah diambilnya tersebut.

C. Kategori Adopter

Masyarakat yang menghadapi suatu penyebar serapan inovasi (difusi inovasi), oleh Rogers dan Shoemaker (1971) dikelompokkan dalam golongan-golongan sebagai berikut :

1. *Inovator*, yakni mereka yang memang sudah pada dasarnya menyenangi hal-hal baru, dan rajin melakukan percobaan-percobaan.

2. Penerima dini (*early adopters*), yaitu orang-orang yang berpengaruh, tempat teman-teman sekelilingnya memperoleh informasi, dan merupakan orang-orang yang lebih maju dibanding orang sekitarnya.

3. Mayoritas dini (*early majority*), yaitu orang-orang yang menerima suatu inovasi selangkah lebih dahulu dari rata-rata kebanyakan orang lainnya.

4. Mayoritas belakangan (*late majority*), yakni orang-orang yang baru bersedia menerima suatu inovasi apabila menurut penilaiannya semua orang sekelilingnya sudah menerima.

5. *Laggards*, yaitu lapisan yang paling akhir dalam menerima suatu inovasi.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) adalah suatu lembaga layanan publik yang dibentuk dan dikelola dari, oleh dan untuk masyarakat yang secara khusus berorientasi pada

layanan informasi dan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan kebutuhannya (<http://kominfo.malangkota.go.id/>)

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit bertempat di desa Ledug kecamatan prigen pasuruan, desa ledug menjadi perhatian oleh dinas kominfo karna desa tersebut mempunyai potensi yang melimpah.

Swara Ringgit adalah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Ledug yang mana bertujuan untuk menyajikan informasi - informasi seputar perkembangan wilayah ledug, dan kondisi Ledug saat ini sehingga bisa memajukan masyarakat Ledug menjadi lebih baik. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit berlokasi di Kelurahan Ledug yang sebelumnya bernama Desa Ledug, terletak di lereng Gunung Ringgit dan Arjuno.

Potensi Lokal

Menurut Soleh (2017) Potensi adalah daya, kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan. Jadi potensi lokal (desa) adalah daya,kekuatan, kesanggupan dan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dapat dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Berikut gambaran kerangka konseptual yang telah diolah oleh peneliti :



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif. Menurut Ardial (2014: 262) Metode deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi

mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.

Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian analisis penelitian ini yaitu difusi inovasi dalam konteks peranan KIM Swara Ringgit guna meningkatkan potensi lokal.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Desa Ledug, Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subyek penelitian (Kriyantono, 2014: 41).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk-bentuk seperti table,grafik,diagram, gambar dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dalam riset kualitatif, yang disebut sebagai wawancara mendalam(depth interview) atau wawancara secara intensif (intensive-interview) dan kebanyakan tak berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam (Kriyantono,2014: 100).

2. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa dokumen dan arsip, jurnal-jurnal komunikasi,dan website serta situs-situs resmi, Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono,2014: 120).

Teknik Analisis Data

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Dalam reduksi data ini peneliti mengumpulkan semua data yang telah diperoleh. Kemudian semua data yang telah terkumpul diseleksi dan dikelompokkan sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah dipisah-pisahkan tersebut lalu diseleksi mana yang relevan dan mana yang tidak relevan. Data yang relevan dianalisis dan yang tidak relevan dibuang.

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Menyajikan data dilakukan dengan caramengorganisasikan informasi yang sudah direduksi. Data tersebut mula-mula disajikan terpisah, tetapi setelah tindakan terakhir direduksi, keseluruhan data tindakan dirangkum dan disajikan secara terpadu sehingga diperoleh sajian tanggal berdasarkan pendekatan model difusi inovasi.

3. Verification / Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Difusi inovasi peranan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit guna meningkatkan potensi lokal

Dalam proses difusi inovasi terdapat unsur-unsur utama yang terdiri dari :

1. Inovasi

Dari hasil penelitian lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti adanya inovasi dari KIM dalam meningkatkan potensi lokal. Dalam upaya meningkatkan potensi lokal, KIM Swara Ringgit menyadari berbagai macam potensi Kelurahan Ledug yang melimpah. KIM yang merupakan kelompok masyarakat yang berada di bawah naungan KOMINFO yang berfungsi dan berperan sebagai agen informasi. Dari tugas dan fungsi tersebut, KIM ingin mengangkat dan meningkatkan potensi lokal Kelurahan Ledug dengan cara memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal melalui internet. Pada zaman milenial seperti saat ini internet mempunyai pengaruh besar di Indonesia maupun dunia. Sehingga internet dirasa efektif untuk memperkenalkan potensi lokal Kelurahan Ledug kepada masyarakat luas. Memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal melalui internet merupakan sebuah inovasi yang dilakukan KIM Swara Ringgit. Telah disebutkan diatas bahwasanya segala ide-ide, cara-cara, ataupun obyek yang dioperasikan dan yang dianggap baru oleh individu atau anggota masyarakat merupakan sebuah inovasi.

2. Cara dan saluran komunikasi yang dipergunakan

Dalam proses difusi inovasi KIM Swara Ringgit memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal melalui media tentunya membutuhkan cara dan saluran komunikasi demi tercapainya kesamaan pengertian. Cara dan saluran komunikasi yang digunakan ialah :

a. Saluran Massa (Media Massa)

Media massa yang digunakan oleh KIM Swara Ringgit adalah blogger dengan alamat sebagai berikut www.kimswararinggit.blogspot.com dan juga facebook @kimswararinggit. Dengan kedua media tersebut KIM memperkenalkan berbagai macam potensi lokal yang ada di Kelurahan Ledug, berbagai macam produk mulai dari tanaman hias, kopi, pupuk, olahan susu kambing dan sebagainya. Tidak hanya itu, dalam web KIM Swara Ringgit tersebut tidak hanya memperkenalkan produk unggulannya saja, namun kegiatan-kegiatan warga juga diposting di web tersebut. Hal ini bertujuan agar masyarakat luas bisa mengenal Kelurahan Ledug dengan berbagai potensinya.

b. Saluran Antar Pribadi

Saluran komunikasi antar pribadi yang digunakan KIM Swara Ringgit melalui kegiatan atau pertemuan rutin yang ada di Kelurahan Ledug. Salah satu dari kegiatan tersebut adalah jamaah tahlil, jamaah diba'an dan pertemuan-pertemuan lainnya, yang biasanya dilaksanakan 1 minggu dan 1 bulan sekali. Melalui kegiatan atau perkumpulan tersebut KIM Swara Ringgit masuk didalamnya mensosialisasikan apa itu KIM, apa itu web KIM, bagaimana fungsi dan tugas KIM, serta yang paling utama adalah bagaimana cara memperkenalkan dan mempromosikan produk atau potensi lokal melalui internet dengan menggunakan media web blogger dan facebook. Siregar (1990) dalam Shinta (2013), juga menekankan bahwa saluran komunikasi antar pribadi ternyata efektif dalam menyampaikan pesan-pesan kepada anggota masyarakat karena sifatnya tatap muka dan dua arah sehingga tercapai kesamaan pengertian.

3. Dalam jangka waktu tertentu

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa KIM Swara Ringgit menggunakan saluran media massa dan saluran antar pribadi. Pada saluran media massa menggunakan blog dan facebook. Dan mensosialisasikannya melalui kegiatan dan pertemuan rutin di Kelurahan Ledug. Tingkat adopsinya beragam tidak ditentukan waktunya. Waktu yang dibutuhkan masyarakat Ledug untuk bisa menerima inovasi tersebut adalah 2 minggu hingga 1 bulan lamanya. Dari rentang waktu yang digunakan oleh adopter untuk memahami hingga menerima suatu inovasi tergolong cepat dan efektif dalam penerapannya.

4. Diantara para anggota sistem sosial (karakter individu-individu sebagai anggota sistem sosial yang menjadi sasaran kegiatan difusi inovasi)

Pada proses difusi inovasi tidak akan berhasil apabila tidak ada individu anggota sistem sosial yang menjadi target sasaran yang hendak mengadopsi inovasi tersebut. Seperti halnya difusi inovasi KIM Swara Ringgit, juga memerlukan

sasaran atau target agar suatu inovasi bisa berhasil dan diadopsi oleh individu atau anggota masyarakat dalam sistem sosial. Menurut hasil penelitian yang peneliti peroleh di lapangan, bahwa target atau sasaran difusi inovasi KIM Swara Ringgit dalam sistem sosial ialah semua elemen struktur sosial didalam sistem sosial, yaitu pemerintahan Kelurahan Ledug, beserta ormas yang ada di Kelurahan Ledug, pelaku usaha atau pengusaha, kelompok tani dan anggota masyarakat yang lainnya. Sebagai bagian dari sebuah sistem sosial masing-masing individu dapat saling mempengaruhi dalam kaitannya dengan proses difusi inovasi. Kesadaran pada tingkat kelompok atau komunitas diartikan sebagai kekuatan masyarakat dan keyakinan akan keberlanjutan partisipasi mereka Kwiatkowski (2005) dalam (Shinta, 2013).

A. Proses adopsi inovasi

Dalam proses tahap pertama individu atau anggota masyarakat Kelurahan Ledug mengetahui dan sadar akan adanya inovasi melalui sosialisasi KIM Swara Ringgit pada berbagai kegiatan rutin seperti jamaah tahlil dan diba' yang dilaksanakan 1 minggu sekali. Yang kedua yaitu persuasi (tahap persuasi atau bujukan) upaya KIM Swara Ringgit dalam komunikasi persuasi mensosialisasikan inovasinya tersebut untuk mempengaruhi dan mengajak individu atau anggota masyarakat agar mempertimbangkan dan memahami inovasi yang disampaikan oleh KIM. Sekiranya individu bisa menyukainya ataupun tidak. Yang ketiga adalah decision (tahap pengambilan keputusan) setelah individu atau anggota masyarakat Ledug mengetahui dan mempertimbangkan, kemudian mereka akan membuat keputusan menerima atau menolaknya.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan bisa disimpulkan bahwa masyarakat Ledug menerima inovasi yang digagas oleh KIM Swara Ringgit yaitu memperkenalkan potensi lokal melalui internet. Selanjutnya adalah implementation (tahap implementasi) adalah tahap dimana individu atau anggota masyarakat mengimplementasikan atau melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya tersebut. Implementasi berarti melaksanakan, artinya masyarakat Ledug setelah menerima sebuah inovasi kemudian melaksanakan dan mempraktikkannya.

Dari penelitian yang peneliti lakukan tahap implementasi yang dilakukan ialah dengan ikut memperkenalkan produk-produk mereka lewat internet yaitu blogger dan facebook. Yang terakhir adalah confirmation (tahap pemastian) pada tahap ini masyarakat memastikan dan mengkonfirmasi keputusan yang telah diambilnya tersebut.

B. Kategori Adopter

Masyarakat yang menghadapi suatu penyebaran inovasi (difusi inovasi), oleh Rogers dan Shoemaker (1971) dikelompokkan dalam beberapa golongan sebagai berikut :

1. *Inovator*, yakni mereka yang pada dasarnya menyenangi hal-hal baru. Dalam penelitian ini juga terdapat inovator yang menggagas suatu inovasi. Inovasi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) adalah memperkenalkan dan memasarkan produk lokal melalui internet. Ide atau gagasan tersebut muncul dari Ketua KIM Swara Ringgit yakni Bapak Roikhan Wirda, beliau berharap dengan adanya inovasi tersebut, bisa meningkatkan penjualan produk lokal dan potensinya.
2. *Penerima dini (early adopters)*, yakni orang-orang yang berpengaruh, yang pertama kali menerima inovasi dan mempraktikkannya. Dalam penelitian ini anggota KIM Swara Ringgit merupakan penerima dini (*early adopters*).
3. *Mayoritas dini (early majority)*, yaitu masyarakat yang menerima inovasi selangkah lebih dahulu dari masyarakat Ledug lainnya. Pada proses difusi inovasi yang dilakukan oleh KIM Swara Ringgit terdapat sasaran kegiatan difusi inovasi dalam suatu sistem sosial. Sasaran ini lah yang merupakan mayoritas dini, antara lain pemerintah Kelurahan Ledug, organisasi masyarakat (ormas) Kelurahan Ledug, pelaku usaha (pengusaha), dan kelompok tani.
4. *Mayoritas belakangan (late majority)*, yakni masyarakat yang bersedia menerima suatu inovasi apabila semua orang sudah menerima. Dalam kategori ini yang termasuk mayoritas belakangan di Kelurahan Ledug ialah masyarakat umum yang tidak mengikuti suatu organisasi didalam sistem sosial.
5. *Laggards*, yaitu lapisan paling akhir dalam menerima suatu inovasi. Di Kelurahan Ledug anggota masyarakat yang paling akhir menerima suatu inovasi ialah masyarakat yang tidak ikut berperan aktif dalam meningkatkan potensi lokal dan juga tingkat pendidikan yang rendah yang membuat mereka lambat menerima suatu inovasi.

Kesimpulan

Inovasi KIM Swara Ringgit dalam upaya meningkatkan potensi lokal ialah memperkenalkan potensi lokal melalui internet. Maksud dari inovasi tersebut ialah ingin memperkenalkan potensi yang ada di Kelurahan ledug diketahui dan dikenal masyarakat luas. Masyarakat bisa memasarkan produk-produk nya melalui internet. Cara dan saluran komunikasi yang digunakan ada dua yaitu media massa dan saluran antarpribadi. Inovasi tersebut disosialisasikan kepada masyarakat

Kelurahan Ledug melalui pertemuan-pertemuan rutin yang dilaksanakan satu bulan sekali. Saluran komunikasi antar pribadi cukup efektif karena komunikasi dua arah dan jarang sekali terjadi miskomunikasi.

Dengan jangka waktu yang berbeda-beda dalam penerimaan inovasi tersebut. Kurang lebih masyarakat Ledug membutuhkan waktu 2 minggu-1 bulan untuk menerima suatu inovasi, masyarakat Ledug tergolong cepat dalam penerimaan suatu inovasi. dan sistem sosial juga mendukung dalam proses Difusi inovasi. sasaran atau target KIM agar terlaksananya inovasi tersebut adalah pemerintahan Kelurahan Ledug, pengusaha ,serta organisasi masyarakat Kelurahan Ledug.

Proses adopsi inovasi dalam penelitian ini melalui lima tahap. Tahap tersebut meliputi *knowledge* (tahap pengetahuan) pada tahap pertama, masyarakat mengetahui dan sadar akan adanya inovasi melalui sosialisasi KIM Swara Ringgit pada berbagai kegiatan rutin masyarakat Ledug, *persuasion* (tahap persuasi) yaitu upaya KIM Swara Ringgit mengajak masyarakat Ledug untuk mempertimbangkan dan memahami inovasi tersebut melalui sosialisasi KIM Swara Ringgit, *decision* (tahap pengambilan keputusan) yaitu tahap pengambilan keputusan, setelah mengetahui dan mempertimbangkan, masyarakat membuat keputusan menerima inovasi tersebut, *implementation* (tahap implementasi) tahap dimana masyarakat melaksanakan inovasi tersebut, masyarakat mulai memasarkan produk-produk nya pada web KIM Swara Ringgit, dan *confirmation* (tahap konfirmasi) pada tahap ini masyarakat memastikan dan mengkonfirmasi keputusan yang telah dibuat pada KIM Swara Ringgit. Proses adopsi inovasi dalam penelitian ini berjalan lancar dan baik. Dan inovasi dapat diterima oleh masyarakat.

Pada proses adopsi inovasi terdapat beberapa kategori adopter dalam menerima suatu inovasi baik cepat maupun lambat. Adapun kategorinya adalah inovator , dalam penelitian ini Ketua KIM Swara Ringgit sebagai inovatornya. Bapak Roikhan berperan aktif dalam menyampaikan inovasinya kepada anggota KIM dan juga masyarakat Kelurahan Ledug. Sedangkan, anggota KIM Swara Ringgit sebagai penerima dini juga berperan aktif menyampaikan inovasi tersebut kepada masyarakat Ledug, melalui berbagai pertemuan rutin. Jadi, dalam proses adopsi inovasi memperkenalkan potensi lokal melalui internet inovator dan penerima dini merupakan adopter utama dan juga yang menyampaikan inovasi tersebut pada masyarakat. Sedangkan, mayoritas dini, mayoritas belakangan, dan *laggards*

merupakan sasaran difusi inovasi dalam suatu sistem sosial yakni masyarakat Kelurahan Ledug.

Dan dapat disimpulkan bahwa peranan KIM Swara Ringgit adalah sebagai penghubung (difusi inovasi sentralistik), yang mana menghubungkan antara pemerintah dan masyarakat, pelaku usaha dengan calon pembeli. Dengan inovasinya memperkenalkan dan mempromosikan produk lokal melalui internet yang berguna untuk meningkatkan potensi lokal Kelurahan Ledug.

Saran

Berkaitan dengan penelitian tentang Difusi inovasi dalam konteks peranan KIM Swara Ringgit, ada beberapa hal yang peneliti sarankan antara lain :

1. Dinas Kominfo Kabupaten Pasuruan :
 - 1) Melakukan Pelatihan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dalam bidang administrasi.
 - 2) Membentuk tim khusus sebagai pendamping dan pembina Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) di setiap Desa/Kelurahan Kabupaten Pasuruan.
2. Kepada KIM Swara Ringgit :
 - 1) Meningkatkan kerjasama dalam memasarkan produk unggulan Kelurahan Ledug.
 - 2) Membuat program kerja KIM Swara Ringgit dan evaluasi secara periodik.
3. Kepada Peneliti Selanjutnya :

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur untuk penelitian selanjutnya serta melihat dari sudut pandang yang berbeda. Dan juga dapat menjadi pedoman dalam pengembangan penelitian mengenai difusi inovasi. Serta diharapkan dapat memperbaiki kekurangan yang ada pada skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial, H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. (2014) *.Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Nasution, Zulkarimen. (2004) *.Komunikasi Pembangunan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nurudin . (2003) *.Komunikasi Massa*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Onong Uchjana Effendy. (2004). *Ilmu komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung:Remadja Karya.

Soekartawi. (2005). *Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press).

Sugiyono.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Skripsi

Istiati, Fuandani. (2016). *Difusi Inovasi Dalam Kegiatan Komunikasi Pembangunan*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tesis

Ordika, Bagus D. (2012). *Difusi Inovasi Posyandu Peduli Tumbuh Aktif Tanggap Pleh Pt. Nestle Indonesia-Dancow Batita Bekerjasama Dengan Tim Penggerak Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga Di Kota Malang Tahun 2012*.Universitas Indonesia.

Jurnal

Pratama H.W. (2016). *Difusi Inovasi dan Adopsi Jaminan Kesehatan Nasional*. h. 15-16.

Sucahya, Media dan Surahman, Sigit. (2017). *DIFUSI INOVASI PROGRAM BANK SAMPAH (model difusi inovasi pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan bank sampah alam lestari di kota serang provinsi banten)*.

Soleh, Ahmad. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI DESA*.

Prastyanti, Shinta. (2013).*DIFUSI INOVASI DALAM KONTEKS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT*.

Sahin, Ismail. (2006). *Tinjauan Lengkap Dari Difusi Inovasi Teori Dan Teknologi Pendidikan Berkaitan Dengan Teori Rogers*. Jurnal online teknologi pendidikan turki. Volume 5 edisi 2.

Artikel lain

Dinas Kominfo Support Penuh KIM. Diakses pada 20 maret 2018, dari www.pasuruankab.go.id [https://id.wikipedia.org/wiki/Ledug, Prigen, Pasuruan](https://id.wikipedia.org/wiki/Ledug,_Prigen,_Pasuruan)

Kelompok informasi masyarakat. Diakses pada 20 maret 2018, dari <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/data-kominfo/data-kelompok-informasi-masyarakat>

Kelurahan Ledug, Prigen, Pasuruan. Diakses pada 19 maret 2018, dari

KIM Swara Ringgit. Diakses pada 19 maret 2018, dari <https://swararinggit.blogspot.com>

Panduan KIM. Diakses pada 20 maret 2018, dari <http://panduan-kim.blogspot.co.id/2012/05/panduan-kim.html>

Peraturan Menteri Kominfo . Diakses pada 20 maret 2018, dari https://jdih.kominfo.go.id/produk_hukum/view/id/254/t/peraturan+menteri+kominikasi+dan+informatika+nomor+08p_ermkominfo062010+tanggal+01+juni+2010