

Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi

Neca Gemelia Muntaha¹, Alfauzan Amin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno, Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Bengkulu
Email : necagemelia58@gmail.com¹, muntaha@gmail.com²

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui hakikat pengertian Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, serta Elemen Difusi Inovasi. Metode penelitian ini menggunakan literature research atau penelitian kepustakaan yang akan dianalisis dan disimpulkan. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan studi pustaka yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menggunakan data-data yang berkaitan dengan proses keputusan inovasi dari jurnal, internet, buku, dan sumber lainnya yang relevan. Hasil penelitian ini berupa: Individu mungkin mengembangkan kebutuhan ketika dia mempelajari bahwa inovasi itu muncul. Oleh karena itu, inovasi dapat menuntun pada kebutuhan dan juga sebaliknya. Beberapa agen perubahan menciptakan kebutuhan diantara klien-klien mereka dengan menunjukkan keberadaan gagasan-gagasan baru yang diinginkan. Pengetahuan keberadaan inovasi ini dapat menciptakan motivasi untuk pengambilannya. Jenis-Jenis Pengetahuan mengenai Inovasi. Inovasi terdiri dari jenis-jenis pengetahuan yang berbeda. Inovasi secara khusus mengandung informasi software, yang berada dalam inovasi dan berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian mengenai hubungan sebab-akibat yang terlibat dalam mencapai hasil yang diinginkan.

Kata Kunci: *Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, serta Elemen Difusi Inovasi*

Abstract

This paper purposes to find out the nature and model of the innovation decision process. This research method uses literature research or library research to be analyzed and concluded. In collecting data, the author uses literature study, namely research conducted by using data related to the innovation decision process from journals, the internet, books, and other relevant sources. The results of this study are: Individuals may develop a need when he learns that innovation occurs. Therefore, innovation can lead to needs and vice versa. Some change agents create need among their clients by demonstrating the existence of desirable new ideas. Knowledge of the existence of this innovation can create motivation for its adoption. Types of Knowledge about Innovation. Innovation consists of different types of knowledge. Innovations typically contain software information, which resides in the innovation and serves to reduce uncertainty about the cause-and-effect relationships involved in achieving the desired result.

Keywords: *Innovation Diffusion, Innovation Dissemination, and Elements of Innovation Diffusion*

PENDAHULUAN

Inovasi sering dikaitkan dengan perubahan, tetapi tidak setiap perubahan dapat dikategorikan sebagai inovasi. Menurut Rogers, inovasi adalah suatu gagasan, praktik, atau objek benda yang dipandang baru oleh seseorang atau kelompok adopter lain. Kata "baru" bersifat sangat relatif, bisa karena seseorang baru mengetahui, atau bisa juga karena baru mau menerima meskipun sudah lama tahu. Lahirnya inovasi karena ada permasalahan yang harus diatasi, dan upaya mengatasi permasalahan tersebut melalui inovasi atau pembaharuan. Inovasi ini harus merupakan hasil pemikiran yang original, kreatif, dan tidak konvensional. Penerapannya harus praktis dan di dalamnya terdapat unsur-unsur kenyamanan dan kemudahan. Sejatinya, suatu inovasi adalah sebagai alternatif pemecahan masalah, maka langkah pertama pengembangan suatu inovasi diawali dengan pengenalan terhadap masalah.

Rogers menjelaskan bahwa ada empat teori utama yang berhubungan dengan difusi inovasi, yaitu teori proses keputusan inovasi, teori inovasi individu, teori tingkat adopsi, dan teori atribut yang dirasakan. Secara teori, difusi inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Hal tersebut

sejalan dengan pengertian difusi dari Rogers, yaitu *“as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system.”* Lebih jauh dijelaskan bahwa difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru, atau dalam istilah Rogers difusi menyangkut *“which is the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters.”* (penyebaran ide baru dari sumber penemuan atau ciptaan kepada pengguna akhir atau pengadopsi).

METODE

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran dan pemahaman mengenai realitas atau fenomena komunikasi yang sedang terjadi. Maka dari itu penelitian ini tidak dilakukan dengan menunjukkan bukti-bukti angka, logika matematis, maupun teknik statistik. Disini lebih banyak diambil data dari hal-hal yang bersifat diskursif seperti transkrip wawancara, hasil observasi, catatan lapangan, maupun gambar-gambar kejadian. Metode ini memungkinkan peneliti menggali secara mendalam detail-detail kecil yang ada dalam setiap kejadian, seperti memunculkan lorong-lorong dari sebuah peta.

Metode ini juga meneliti hal-hal kecil yang muncul karena percaya bahwa kebenaran besar bersumber dari hal-hal kecil tersebut. Secara khusus dalam penelitian ini akan menggunakan jenis metode studi kasus. Menurut Creswell studi kasus bertujuan untuk mendalami suatu kasus yang memiliki signifikansi tertentu dengan cara mengumpulkan berbagai sumber informasi. Disini akan dilakukan eksplorasi dari sistem-sistem terkait yang ada dalam kasus tersebut. Patton menambahkan bahwa studi kasus berusaha untuk memahami kompleksitas suatu kasus tunggal dalam konteks, waktu dan situasi tertentu. Maka dari itu tidak dapat dilakukan generalisasi dalam jenis metode ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian Difusi Inovasi

Munculnya teori difusi inovasi di mulai pada awal abad ke-20, tepatnya tahun 1930, ketika seorang Sosiolog Perancis Gabriel Tarde, memperkenalkan kurva difusi berbentuk S (*S-shaped diffusion Curve*). Kurva ini pada dasarnya menggambarkan bagaimana suatu inovasi diadopsi seseorang atau sekelompok orang dilihat dari dimensi waktu. Pada kurva ini ada dua sumbu, di mana sumbu yang satu menggambarkan tingkat adopsi dan sumbu yang lainnya menggambarkan dimensi waktu.

Difusi Inovasi terdiri dari dua padanan kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers 1995 dalam Sciffman dan Kanuk mendefinisikan difusi sebagai (*the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social system*), proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial.

Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Dari kedua padanan kata di atas, maka difusi inovasi adalah suatu proses penyebar serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

Teori difusi inovasi merupakan teori yang membahas tentang bagaimana ide atau gagasan baru dan teknologi tersebar dalam suatu kebudayaan. Teori difusi inovasi merupakan perpaduan dari kata difusi dan inovasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata difusi memiliki arti berupa penyebaran atau perembesan sesuatu berupa kebudayaan, teknologi, atau ide dari suatu pihak ke pihak lain, sedangkan inovasi memiliki arti sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, yakni sebuah pembaruan. Teori difusi inovasi dipopulerkan pada tahun 1964 oleh Everett Rogers. Dalam buku ciptaannya yang berjudul *“Difussion of Innovations”* ia menjelaskan bahwa difusi merupakan proses ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial.

Teori yang dikemukakan Rogers tersebut yakin bahwa inovasi yang terdifusi ke seluruh masyarakat dengan pola yang dapat diprediksi. Rogers juga mendefinisikan difusi inovasi sebagai sebuah proses yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Makna inovasi demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. Tarde kemudian melihat peluang bahwa ada beberapa orang dalam kelompok tertentu yang memiliki ketertarikan terhadap ide dan hal-hal baru, sehingga mereka dinilai lebih memiliki pengetahuan yang luas jika dibandingkan dengan yang lainnya. Orang-orang dengan ketertarikan inilah yang kemudian dianggap bisa mempengaruhi komunitasnya untuk mengadopsi sebuah inovasi baru yang akan hadir.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapatlah dipahami bahwa difusi inovasi adalah suatu proses pengkomunikasian ide, praktek atau objek yang dipandang baru oleh individu atau organisasi yang mengadopsi. Dalam hal ini apabila ide-ide baru ditemukan, disebar, dan diadopsikan atau ditolak, dan membawa dampak tertentu maka terjadinya perubahan sosial.

2. Diseminasi Inovasi

Diseminasi (bahasa Inggris: dissemination) adalah suatu yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Ini berbeda dengan difusi yang merupakan alur komunikasi spontan. Dalam pengertian ini dapat juga direncanakan terjadinya difusi. Misalnya dalam penyebaran inovasi penggunaan pendekatan keterampilan proses dalam proses belajar mengajar. Setelah diadakan percobaan dan siswa aktif belajar mengajar dapat berlangsung secara efektif dan siswa aktif belajar. Maka hasil percobaan itu perlu didesiminasikan. Untuk menyebarluaskan cara baru tersebut, dengan cara menatar beberapa guru dengan harapan akan terjadi juga difusi inovasi antar guru di sekolah masing-masing. Terjadi saling tukar informasi dan akhirnya terjadi kesamaan pendapat antara guru tentang inovasi tersebut.

Tindakan diseminasi merupakan tindak inovasi yang disusun menurut perencanaan yang matang, melalui diskusi atau forum lainnya yang sengaja diprogramkan, sehingga terdapat kesepakatan untuk melaksanakan inovasi. Misalnya dalam penyebaran inovasi penerapan Kurikulum 2013, setelah diadakan uji publik, ternyata penerapan kurikulum dapat dilakukan secara efektif dengan melakukan berbagai kegiatan pelatihan berjenjang. Selanjutnya hasil uji publik tersebut maka perlu dilakukan didesiminasikan secara meluas. Untuk menyebarluaskannya Kurikulum 2013 tersebut dilakukan dengan cara menatar instruktur tingkat nasional, tingkat propinsi dan tingkat kabupaten/kota. Diharapkan dengan pelatihan berjenjang ini maka difusi inovasi pendidikan yaitu pemberlakuan Kurikulum 2013 dapat berjalan dengan baik.

Ukuran sukses sebuah program diseminasi tidak hanya cukup dengan pesan bisa berhasil disampaikan. Hal lain yang penting dilakukan adalah evaluasi, sejauh mana karakter audiens agar mampu memahami dengan baik pesan kunci. Selain itu, program diseminasi perlu adanya analisa apakah semua strategi dalam penyampaian informasi sesuai dengan persoalan yang dihadapi.

3. Elemen Difusi Inovasi

Dalam definisi tersebut tergambar adanya empat elemen penting dalam proses difusi, yaitu 1) inovasi sebagai suatu ide, gagasan atau praktik yang disebarluaskan; 2) saluran yang digunakan untuk menyampaikan atau menyebarluaskan inovasi; 3) waktu yang digunakan individu atau anggota kelompok sistem sosial untuk mengambil keputusan inovasi; 4) sistem sosial di mana proses difusi berlangsung. Berikut penjelasan dari masing-masing elemen yang terdapat dalam proses difusi inovasi :

a. Inovasi

Inovasi merupakan elemen utama dalam proses difusi inovasi. Rogers mendefinisikan inovasi sebagai suatu ide, gagasan atau praktik baru yang diharapkan mampu membawa perubahan bagi khalayak yang menjadi target adopter. Dari definisi yang dikemukakan Rogers tampak bahwa ciri utama dari suatu inovasi adalah faktor kebaruan. Artinya, suatu inovasi haruslah merupakan ide, gagasan atau praktik yang benar-benar dirasakan sebagai hal baru bagi masyarakat yang menjadi target adopter. Meskipun kebaruan menjadi syarat mutlak bagi suatu inovasi, namun kebaruan suatu inovasi sifatnya subjektif. Suatu inovasi bisa saja bukan merupakan suatu penemuan baru, namun dianggap sebagai sesuatu hal baru bagi sekelompok orang yang belum pernah mengadopsi inovasi tersebut. Ketika suatu ide, gagasan atau praktik dianggap baru dan dapat membawa perubahan ke kondisi lebih baik bagi

sekelompok orang maka itulah yang disebut dengan inovasi, namun jika ide, gagasan atau praktik tersebut di atas tidak dianggap baru oleh suatu kelompok masyarakat tertentu maka ide, gagasan atau praktik tersebut bukan merupakan suatu inovasi.

Harapan dan upaya untuk membawa pembaruan yang lebih baik selalu menjadi tujuan dari para agen pembaruan setiap kali mereka menawarkan suatu inovasi pada sekelompok masyarakat. Namun, apakah upaya yang dilakukan oleh agen pembaharuan pasti diinginkan dan diterima oleh masyarakat yang menjadi target adopter?, ternyata tidak. Dari hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa suatu inovasi bisa diinginkan dan diterima oleh sekelompok masyarakat tertentu, akan tetapi inovasi yang sama bisa ditolak oleh kelompok masyarakat yang lain, meskipun masyarakat yang menolak tersebut belum pernah memanfaatkan inovasi yang ditawarkan pada mereka.

Contoh mengenai penolakan terhadap suatu inovasi dapat Anda pelajari pada ilustrasi yang dikemukakan dalam Kegiatan Belajar Dalam ilustrasi tersebut dijelaskan bahwa program inovasi penggunaan saluran air hanya diadopsi oleh 40% penduduk setempat, sedangkan 60% lainnya menolak inovasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua inovasi pasti diterima oleh seluruh masyarakat yang menjadi target adopter. Dalam kasus di atas penduduk yang tidak mau mengadopsi inovasi penggunaan saluran air memberikan alasan bahwa faktor biaya menjadi salah satu pertimbangan mereka untuk menolak inovasi tersebut.

b. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi merupakan salah satu elemen penting dan cukup menentukan keberhasilan proses difusi inovasi yang sedang dilakukan karena melalui saluran komunikasi pesan-pesan inovasi yang dirancang dan dibuat oleh agen pembaharu dapat disebarluaskan kepada khalayak yang menjadi target adopter. Bahkan, menurut Pribadi, saluran komunikasi tidak hanya sekadar sebagai media untuk menyebarluaskan atau menginformasikan (to inform) suatu pesan, namun juga berfungsi untuk memotivasi (to motivate) dan mendidik atau mengajarkan (to instruct) sesuatu pada khalayak yang dituju. Pada tahap awal proses difusi inovasi, saluran komunikasi berfungsi untuk menginformasikan pada masyarakat bahwa ada suatu inovasi yang perlu diketahui dan dimanfaatkan oleh masyarakat. Tahap selanjutnya, saluran komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk memotivasi masyarakat agar mau mengadopsi inovasi dengan cara mempengaruhi sikap, menanamkan nilai dan menciptakan emosi khalayak sehingga mereka mau menerima inovasi tersebut.

Pada tahap terakhir, melalui saluran komunikasi bisa disampaikan suatu praktik penggunaan alat-alat baru sebagai wujud dari inovasi yang akan diajarkan kepada masyarakat yang dituju. Sebagai contoh, seorang agen pembaharu ingin mengajarkan praktik membuat pupuk kandang kepada masyarakat petani yang tersebar di berbagai wilayah. Karena sumber daya manusia yang bertugas sebagai penyuluh sangat terbatas maka agen pembaharu tersebut membuat suatu program video yang di dalamnya berisikan tentang cara-cara membuat pupuk kandang. Video tersebut kemudian disebarluaskan ke berbagai wilayah pedesaan yang menjadi target sasaran sehingga para petani dapat mempelajari cara membuat pupuk kandang cukup dengan melihat video yang dibuat oleh agen pembaharu.

Dari penjelasan di atas tampak bahwa saluran komunikasi memiliki peran yang cukup penting dalam proses difusi inovasi. Untuk itu, pemilihan saluran komunikasi secara tepat perlu menjadi perhatian seorang agen pembaharu karena kekeliruan dalam memilih saluran komunikasi dapat menyebabkan proses difusi inovasi yang dilakukan tidak bisa berjalan secara efektif. Dalam ilmu komunikasi dikenal beberapa jenis saluran komunikasi. Rogers (1996) mengelompokkan saluran komunikasi ke dalam dua jenis saluran komunikasi, yaitu saluran komunikasi antarpribadi dan saluran komunikasi massa.

1) Saluran Komunikasi Antarpribadi

Saluran komunikasi antarpribadi, yaitu saluran yang digunakan untuk kegiatan komunikasi secara langsung antara seseorang dengan orang lain atau dengan sekelompok kecil orang.

2) Saluran Komunikasi Massa,

yaitu saluran yang digunakan untuk kegiatan komunikasi antara seseorang dengan masyarakat luas. Menurut Karlinah, dkk. (2000), karakteristik yang dimiliki oleh saluran komunikasi massa adalah sebagai berikut, a) komunikator terlembaga; b) pesan yang disampaikan bersifat umum; c) komunikan

anonim dan heterogen; d) pesan dapat disampaikan secara serempak; e) mengutamakan isi daripada hubungan; f) komunikasi berlangsung secara satu arah; g) stimulasi alat indra "terbatas"; h) umpan balik yang diberikan oleh komunikan tertunda

c. Waktu

Dalam proses difusi inovasi, waktu merupakan salah satu elemen yang penting dan tidak dapat diabaikan oleh agen pembaharu. Menurut Rogers keterlibatan waktu dalam proses difusi inovasi adalah dalam hal:

1) Proses pengambilan keputusan inovasi oleh individu.

Dalam hal ini waktu diukur mulai dari pertama kali individu mengetahui adanya suatu inovasi sampai dengan individu mengadopsi atau menolak inovasi tersebut. Adapun tahapan yang dilalui oleh individu dalam proses pengambilan keputusan inovasi adalah sebagai berikut. Pertama, individu mulai mengetahui adanya suatu inovasi; kedua, muncul keyakinan (persuasion) pada diri individu untuk menerima atau menolak inovasi tersebut; ketiga, tahap di mana individu memutuskan untuk menerima atau menolak inovasi; keempat, individu mulai melaksanakan apa yang telah ia putuskan pada tahap ketiga; kelima, individu melakukan konfirmasi.

Penjelasan mengenai tahapan proses keputusan inovasi akan disampaikan dalam Modul. Masing-masing tahapan tersebut di atas membutuhkan sejumlah waktu tertentu untuk melaksanakannya, dan jumlah waktu yang dibutuhkan antara satu individu dengan individu lainnya berbeda.

2) Tingkat kecepatan individu dalam mengadopsi suatu inovasi dibandingkan individu lain.

Dalam hal ini derajat inovasi individu diukur berdasarkan waktu yang digunakan individu untuk kecepatan seseorang dalam mengadopsi suatu inovasi. Semakin sedikit waktu yang digunakan oleh individu untuk mengadopsi suatu inovasi dibandingkan individu lain maka semakin inovatif individu tersebut dibandingkan individu lainnya. Berdasarkan perbandingan waktu yang digunakan oleh masing-masing individu dalam mengadopsi suatu inovasi, Rogers kemudian membuat kategori adopter sebagai berikut:

- a) innovator,
- b) penerima dini,
- c) mayoritas dini,
- d) mayoritas belakangan,
- e) penerima akhir (laggards).

Penjelasan dari lima kategori adopter Jumlah anggota sistem yang mengadopsi inovasi dalam kurun waktu tertentu. Derajat adopsi dalam suatu sistem sosial biasanya diukur dari panjangnya waktu yang diperlukan untuk mengadopsi suatu inovasi berdasarkan jumlah anggota sistem sosial yang mengadopsi inovasi tersebut.

d. Sistem Sosial

Sistem sosial merupakan salah satu elemen difusi yang tidak kalah pentingnya dengan tiga elemen difusi lainnya karena di dalam sistem sosial inilah suatu proses difusi berlangsung. Sistem sosial diartikan oleh Rogers sebagai seperangkat unit yang saling berhubungan dan terkait satu sama lain dalam upaya memecahkan masalah untuk mencapai cita-cita bersama. Anggota dari suatu sistem sosial berupa individu, kelompok informal, organisasi serta sub sistem. Sedangkan sistem yang dianalisis dalam studi difusi dapat terdiri dari petani, anak SMA, dokter di suatu rumah sakit atau para konsumen. Menurut Rogers hal-hal yang perlu dibahas dalam penelitian difusi berkaitan dengan sistem sosial adalah:

1) Struktur Sosial dan Difusi

Proses difusi terjadi di lingkungan sistem sosial. Sedangkan di dalam sistem sosial terdapat berbagai unit-unit sistem, yang mana masing-masing unit memiliki struktur sosial yang berbeda-beda. Struktur sosial ini menciptakan keteraturan dan kestabilan anggota sistem sosial dalam berperilaku. Oleh karena itu, ketika seorang agen pembaharu akan melakukan proses difusi di dalam suatu unit sistem sosial maka agen pembaharu tersebut harus mengetahui dan memahami terlebih dahulu struktur sosial yang ada pada unit sistem sosial. Di dalam unit sistem sosial terdapat dua jenis struktur sosial, yaitu struktur formal dan struktur informal. Struktur formal dipakai pada unit

sistem sosial yang bersifat formal, seperti organisasi birokrasi (kantor pemerintah, kantor swasta). Sedangkan struktur informal dipakai di dalam suatu jaringan hubungan antarpribadi oleh anggota suatu sistem.

2) Sistem Norma dan Difusi

Norma adalah suatu pola kebiasaan yang menjadi acuan dan standar yang dipakai untuk melakukan berbagai aktivitas kehidupan oleh seluruh anggota suatu sistem sosial. Sebagai standar acuan anggota sistem sosial, norma bisa mempengaruhi anggota sistem sosial untuk mau menerima atau menolak suatu program difusi inovasi. Untuk itu, seorang agen perubahan harus menyesuaikan proses difusi inovasi yang akan ia lakukan dengan norma yang berlaku di dalam sistem sosial yang dituju.

3) Pemuka Pendapat dan Agen Perubahan

Pemuka pendapat adalah individu yang secara informal dapat mempengaruhi sikap atau perilaku anggota suatu sistem sosial sesuai dengan keinginannya. Biasanya pemuka pendapat lebih berpengaruh dibandingkan dengan pemimpin formal atau individu yang memiliki status sosial tinggi. Karakteristik yang dimiliki oleh pemuka pendapat adalah sebagai berikut. Lebih membuka diri untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak di luar sistem sosial; lebih kosmopolitan; memiliki status sosial lebih tinggi dibanding anggota sistem sosial lainnya; lebih inovatif dan yang paling utama pemuka pendapat bisa mempengaruhi struktur sistem komunikasi di mana dia tinggal. Sebagai anggota suatu sistem sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap anggota sistem sosial lainnya, pemuka pendapat bisa mempengaruhi anggota sistem sosial lainnya untuk bersedia menerima atau menolak suatu inovasi yang diperkenalkan pada mereka. Untuk itu, keberadaan pemuka pendapat dalam suatu sistem sosial perlu diperhitungkan oleh agen perubahan ketika akan melakukan suatu difusi inovasi.

4) Tipe dari Keputusan Inovasi

Dalam bahasan sebelumnya telah dijelaskan bahwa sistem sosial merupakan suatu unsur penting dalam proses difusi inovasi. Di dalam sistem sosial terdapat berbagai unit sistem, struktur sistem dan anggota sistem. Oleh karena itu, suatu keputusan inovasi dapat dilakukan secara individu maupun kolektif.

5) Konsekuensi dari Suatu Inovasi

Konsekuensi merupakan suatu akibat yang muncul setelah individu dalam suatu sistem sosial menerima atau menolak suatu inovasi. Rogers mengklasifikasikan konsekuensi ke dalam tiga klasifikasi, yaitu:

- a) Konsekuensi yang diinginkan dan tidak diinginkan. Suatu inovasi dapat diinginkan oleh individu atau suatu sistem sosial apabila inovasi tersebut memberikan kegunaan. Sebaliknya suatu inovasi tidak diinginkan oleh individu atau suatu sistem sosial apabila inovasi tersebut dirasa tidak memberikan kegunaan apa-apa terhadap individu maupun sistem sosial tersebut.
- b) Konsekuensi langsung dan tidak langsung. Konsekuensi ini dilihat dari kecepatan perubahan yang terjadi pada diri individu atau sistem sosial setelah mereka mengadopsi suatu inovasi. 3). Konsekuensi yang diantisipasi dan tidak diantisipasi. Konsekuensi jenis ini tergantung dari perubahan yang terjadi setelah individu atau sistem sosial mengadopsi inovasi.

SIMPULAN

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi kurikulum yaitu suatu gagasan atau tindakan-tindakan tertentu dalam bidang kurikulum yang dianggap baru untuk menyelesaikan permasalahan pendidikan. Sedangkan difusi inovasi pendidikan adalah proses mengkomunikasikan untuk memberikan suatu pengertian dalam bidang pendidikan agar tercapainya suatu pemahaman yang dapat diterima masyarakat. Adapun diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan dan dikelola. Sedangkan proses keputusan inovasi mutlak diperlukan oleh berbagai level pendidikan.

Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam inovasi pembelajaran. Pertama, tantangan terbesar dalam inovasi adalah pada saat gagasan baru mulai diluncurkan. Secara alamiah, hampir dapat dipastikan bahwa setiap gagasan baru khususnya dalam pembelajaran akan mendapatkan tantangan yang keras dari berbagai

pihak. Suatu inovasi dalam pembelajaran dapat mengancam keamanan sekelompok orang dalam suatu institusi yang ini sudah merasa mapan. Kedua, agar efektif, keberhasilan suatu inovasi pembelajaran pada umumnya ditentukan oleh sosialisasi gagasan yang jitu dan menyeluruh, partisipasi seluruh komponen serta sumber daya manusia dalam suatu organisasi pendidikan, serta komitmen pimpinan puncak guna mengarahkan transformasi atau perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku sesuai dengan harapan dan tujuan inovasi untuk meningkatkan kualitas pembelajaran. Ketiga, inovasi bukan suatu upaya sekali hentak dan kemudian seluruh komponen dalam organisasi akan tunduk mengikutinya dengan baik. Banyak upaya persuasi, diskusi, sosialisasi, bimbingan, serta pelatihan harus dilakukan agar supaya proses inovasi berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, (2015). *Pengantar Pendidikan Asas dan Filsafat Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Al-Tabany, (2014). *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif Progresif dan Kontekstual*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group,
- Ananda, (2017). *Inovasi pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi pendidikan*, Medan: CV.
- Darmawan, Widya Puspita. (2016). *Mobile Learning (Sebuah Aplikasi Teknologi Pembelajaran)*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Danim, (2002). *Inovasi Pendidikan, Dalam Upaya Peningkatan Profesionalisme Tenaga Kependidikan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Departemen Pendidikan Nasional,(2008). *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pembelajaran*, Jakarta: Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan
- Jamaris, (2010) *Orientasi Baru Dalam Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Yayasan Penamas Murni.
- Mulyasa, (2004) *Kurikulum Berbasis Kompetensi, Konsep, Karakteristik dan Implementasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Maswan, (2017). *Teknologi Pendidikan (Penerapan Pembelajaran yang sistematis)*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Plomp, (1996). *International Encyclopedia of Educational Technology*. Cambridge, UK: Elsevier Science Ltd.
- Puspita, Widya, (2017), *Landasan Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia,.
- Rogers, (1983). *Diffusion of Innovation*. Canada: The Free Press, A Division of Macmillan Publishing Co., Inc. New York.
- Rusdiana. (2014). *Konsep Inovasi Pendidikan*, Bandung:Pustaka Setia.
- Rusydi, Ananda, *Inovasi Pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi Pendidikan*, Medan: CV.
- Seels, (1994). *Teknologi Pembelajaran*, Jakarta: Universitas Negeri Jakarta .
- Suparman, (2012). *Desain Instruksional Modern. Panduan Para Pengajar dan Inovator Pendidikan*. Jakarta: Erlangga
- Udin. S Sa'ud, (2015). *Inovasi Pendidikan*, Bandung: Alfabeta