

DIFUSI INOVASI

PENDIDIKAN

Oleh : Suyantiningih, M.Ed.
Jur. KTP FIP

DEFINISI

- **Difusi adalah proses inovasi yang dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu kepada anggota sistem sosial**
- **Komunikasi adalah sebuah proses dimana peserta menciptakan dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai pemahaman bersama**
- **Inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau obyek yang dipahami sebagai sesuatu yang baru oleh masing-masing individu atau unit pengguna lainnya**

KARAKTERISTIK INOVASI

- **Keuntungan relatif (dalam bidang ekonomi, faktor prestise sosial, kenyamanan & kepuasan)**
- **Ketahanan/Kekuatan (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman-pengalaman masa lalu, dan kebutuhan akan para pengguna yang potensial)**
- **Kompleksitas (tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit untuk dimengerti dan digunakan)**
- **Daya uji coba (tingkat dimana inovasi dalam batas-batas tertentu dapat diujicobakan)**
- **Observabilitas (tingkat dimana hasil-hasil inovasi dapat dilihat oleh pihak lain)**

UNSUR INOVASI

- Innovation:
 - “An innovation is an idea, practice, or project that is perceived as new by an individual or other unit of adoption” (Rogers, 2003)
- Communication Channel:
 - “a process in which participants create and share information with one another in order to reach a mutual understanding”
 - Mass Media and Interpersonal Communication
 - Cosmopolite and Localitechannels

UNSUR INOVASI

- **Time:**
 - Lamanya waktu dimana suatu inovasi dikomunikasikan, diadopsi, ditolak, melembaga, atau tidak berlanjut**
- ***Social System:***
 - “a set of interrelated units engaged in joint problem solving to accomplish a common goal”***

KARAKTERISTIK INOVASI

Rogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi meliputi:

- 1) keunggulan relatif (relative advantage),
- 2) kompatibilitas (compatibility),
- 3) kerumitan (complexity),
- 4) kemampuan diuji cobakan (trialability) dan
- 5) kemampuan diamati (observability).

KEUNTUNGAN RELATIF

Derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik/unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi.

KOMPATIBILITAS

Kompatibilitas adalah derajat dimana inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (compatible).

KERUMITAN (COMPLEXITY)

Derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi.

TRIALABILITY

Kemampuan untuk diuji cobakan adalah derajat dimana suatu inovasi dapat diuji-coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat di uji-cobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi, agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi sebaiknya harus mampu menunjukkan (mendemonstrasikan) keunggulannya.

OBSERVABILITY

Kemampuan untuk diamati adalah derajat dimana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar keunggulan relatif; kesesuaian (compatibility); kemampuan untuk diuji cobakan dan kemampuan untuk diamati serta semakin kecil kerumitannya, maka semakin cepat kemungkinan inovasi tersebut dapat diadopsi.

SALURAN KOMUNIKASI

Tujuan komunikasi adalah tercapainya suatu pemahaman bersama (mutual understanding) antara dua atau lebih partisipan komunikasi terhadap suatu pesan (dalam hal ini adalah ide baru) melalui saluran komunikasi tertentu. Dengan demikian diadopsinya suatu ide baru (inovasi) dipengaruhi oleh:

- 1) partisipan komunikasi; dan**
- 2) saluran komunikasi**

PARTISIPAN KOMUNIKASI

Homophily

Derajat kesamaan atribut (seperti kepercayaan, pendidikan, status sosial, dan lain-lain) antara individu yang berinteraksi (partisipan) yang berpengaruh terhadap proses difusi. Semakin besar derajat kesamaan atribut partisipan komunikasi (homophily), semakin efektif komunikasi terjadi.

PARTISIPAN KOMUNIKASI

Heterophily

Semakin besar derajat perbedaan atribut partisipan (heterophily), semakin tidak efektif komunikasi terjadi. Oleh karenanya, dalam proses difusi inovasi, penting sekali untuk memahami betul karakteristik adopter potensialnya untuk memperkecil "heterophily".