

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Komunikasi**

##### **1. Pengertian Komunikasi**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi membuat definisi yakni, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk tindakan atau pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.<sup>8</sup>

Mempelajari studi komunikasi merupakan bagian paling penting ketika komunikasi dipakai untuk pengantar semua bidang-bidang ilmu yang ada diantaranya, Ilmu Politik, Ilmu Ekonomi, Budaya dan Sosial. Tentunya dengan segala macam permasalahan-permasalahannya yang timbul akibat

---

<sup>8</sup> Mulyo Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta : Gava Media, 2015), 88.

perilaku dan komunikasinya. Semakin besar suatu masyarakat yang berarti semakin banyak manusia yang dicakup cenderung akan semakin banyak masalah yang timbul, akibat perbedaan-perbedaan antara manusia yang banyak dari berbagai bidang baik itu berasal dari pikirannya, perasaannya, kebutuhannya, sifat tabiatnya, aspirasinya dan ideologinya.<sup>9</sup>

Penggunaan “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan, orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator sedangkan orang yang menerima pernyataan dinamakan komunikan. Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika di analisis pesan terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan, kedua lambang. Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa. Komunikasi dapat menjadi penyelamat kelangsungan hidup diri sendiri yang meliputi keselamatan fisik, meningkatkan keselamatan pribadi, menampilkan diri kita sendiri kepada orang lain dan mencapai ambisi pribadi. Selain itu, dapat pula untuk kelangsungan hidup masyarakat, tepatnya untuk memperbaiki hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat.

Komunikasi secara garis besar mempunyai fungsi sebagai komunikasi sosial, bagaimana hubungan sosial seseorang dengan lingkungan disekitarnya. Komunikasi sebagai media ekspresif yakni untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan itu dikomunikasikan melalui pesanpesan nonverbal. Komunikasi sebagai suatu ritual yaitu suatu komunitas melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang

---

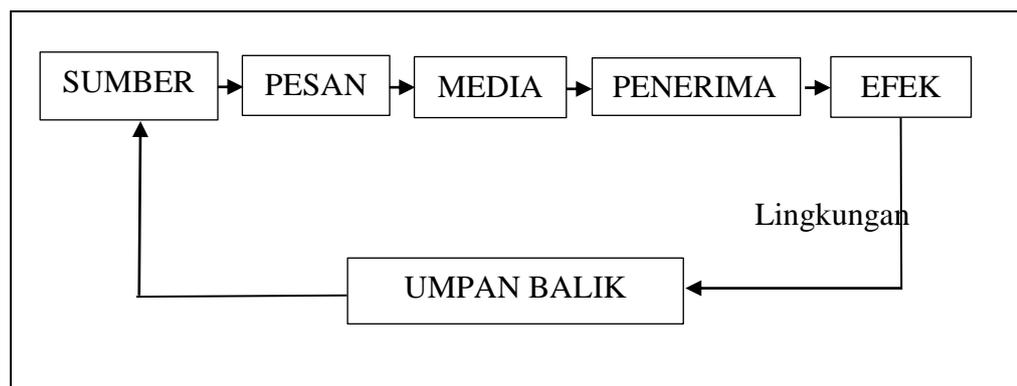
<sup>9</sup> Mulyo Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta : Gava Media, 2015), 95.

tahun yang disebut *rites of passage*. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik. Dan komunikasi instrumental yang berarti 26 menginformasikan mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan. Tujuan dari komunikasi instrumental ini yakni bersifat membujuk (persuasif).<sup>10</sup>

## 2. Unsur- Unsur Komunikasi

Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur , yakni :

1. Sumber
2. Pesan
3. Saluran
4. Penerima
5. Efek
6. Umpan balik
7. Lingkungan atau situasi



Gambar 1.1 Unsur-unsur komunikasi

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan

<sup>10</sup> Shohibuddin Luthfi, (2010) *Landreform A La Ngandakan: Inovasi Sebuah Sistem Tenurial Adat di Sebuah Desa di Jawa* (Yogyakarta: Sains Dan STPN Press, 1947 – 1964.),70.

kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain ; komunikator , pengirim, atau dalam bahas Inggris disebut *source, sender atau encoder*.

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal maupun non-verbal yang bisa di mengerti oleh penerima. Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok organisasi masyarakat, rumah ibadah, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya.

Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.<sup>11</sup>

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Lingkungan ialah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi.

---

<sup>11</sup> Frazier Moore, H. Humas : *Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005), 54.

lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima.<sup>12</sup>

### **3. Fungsi Komunikasi**

Fungsi-fungsi komunikasi menurut Laswell, yang dikutip Nurudin, dalam bukunya Sistem Komunikasi Indonesia, yaitu :

1. Fungsi penjagaan/pengawasan lingkungan
2. Fungsi menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya. Tindakan menghubungkan bagian-bagian meliputi interpretasi informasi mengenai lingkungan dan pemakainya untuk berperilaku dalam reaksinya terhadap peristiwa-peristiwa dan kejadian-kejadian tadi.
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi. Ketika semua proses fungsi terjadi, maka dalam jangka waktu panjang akan terjadi pewarisan nilai tertentu kepada generasi selanjutnya. Misalnya adalah pendidik di dalam pendidikan informal atau formal akan menciptakan keterlibatan warisan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

Inti dari fungsi komunikasi ialah komunikasi dapat menjadi pengawas lingkungan yakni seseorang bisa memperoleh informasi baik dari luar maupun dalam lingkungannya. Komunikasi pun berfungsi

---

<sup>12</sup> Frazier Moore, H. Humas : *Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005), 59.

menghubungkan bagian-bagian yang terpisah meliputi interpretasi informasi mengenai lingkungan dan pemakainya untuk berperilaku terhadap peristiwa dan kejadian-kejadian. Terakhir, komunikasi dapat menurunkan warisan sosial, maksudnya ialah dari semua proses komunikasi yang terjadi dalam jangka waktu yang panjang akan menjadi warisan bagi generasi selanjutnya.<sup>13</sup>

#### 4. Tujuan Komunikasi

Effendy, dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyebutkan tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut :

1. Mengubah sikap (*to change a attitude*)

Setiap pesan baik itu berupa berita atau informasi yang disampaikan secara luas baik secara antar personal dapat merubah sikap sasarnya secara bertahap.

2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

Perubahan pendapat memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan akhirnya supaya masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi itu disampaikan.

3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

Pada tahap perubahan perilaku komunikasi berperan secara sistematis sehingga masuk kedalam perilaku seseorang.

4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai

---

<sup>13</sup> Keith Butterick, *Pengantar Public Relation : Teori dan praktik*, ( Jakarta: Rajawali Pers) , 64.

informasi pada masyarakat yang tujuan akhirnya supaya masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan. Komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan tersebut dapat mengubah sikap, opini atau pendapat, perilaku bahkan mengubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.<sup>14</sup>

## 5. Proses Komunikasi

Effendy, dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Komunikasi menjelaskan proses komunikasi dari dua perspektif, yaitu :

### 1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis.

Proses perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka di dalam dirinya terjadi suatu proses. Di muka telah ditegaskan bahwa pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu “picture in our lead”, sedangkan Walter Hagemann menamakannya “das Bewustseinhalte”. Proses “mengemas” atau “membungkus” pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam

---

<sup>14</sup> Keith Butterick, *Pengantar Public Relation : Teori dan praktik*, ( Jakarta: Rajawali Pers) , 69.

bahasa komunikasi dinamakan encoding. Hasil encoding berupa pesan, kemudian ia transmisikan atau operkan atau kirimkan kepada komunikan.

Kini giliran komunikan terlibat dalam proses komunikasi interpersonal. Proses dalam diri komunikan disebut decoding seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi bungkusan tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi.

## 2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik.

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau melemparkan dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Adakalanya komunikannya seorang, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi, kadang-kadang komunikannya sekelompok orang; komunikasi dalam situasi seperti itu disebut komunikasi kelompok, acapkali pula komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya

diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan komunikasi massa.<sup>15</sup>

Manusia sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain, mereka melakukan proses dari dalam dirinya yakni ketika seseorang atau komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan, lalu ia membungkus pesan yang akan disampaikan kepada komunikannya. Setelah itu, baru ia menyampaikan pesan tersebut secara lisan yakni dengan berbicara kepada komunikan ataupun secara tulisan. Melalui komunikasi kita bekerjasama dengan anggota-anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, Rt, Rw, desa, kota dan negara secara keseluruhan), untuk mencapai tujuan bersama. Pada satu sisi, komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horisontal, dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya. Pada sisi lain, budaya menetapkan norma-norma (komunikasi) yang dianggap sesuai untuk suatu kelompok.

Manusia tidak perlu memulai setiap generasi sebagai generasi yang baru. Karena mereka mampu mengambil pengetahuan masa lalu, mengujinya berdasarkan fakta-fakta mutakhir dan meramalkan masa depan. Oleh karena itu, fakta atau rangsangan

---

<sup>15</sup> Rachmat Kriyantoro, *Public Relation Writing*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008),32.

komunikasi yang sama mungkin dipersepsi secara berbeda oleh kelompok-kelompok berbeda kultur atau subkultur, kesalahpahaman hampir tidak dapat dihindari. Akan tetapi, tidak berarti bahwa berbeda itu buruk melainkan dengan kematangan dalam budaya ditandai dengan toleransi atas perbedaan.<sup>16</sup>

## **B. Strategi Komunikasi**

### **1. Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya. Oleh karenanya dari paparan secara teori diatas, agar komunikator pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada yang lain dengan efek untuk mengubah sikap, atau tindakan. Menurut Effendy Uchjana komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh satu orang ke orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media).<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Rachmat Kriyantoro, *Public Relation Writing*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008),40.

<sup>17</sup> Mulyo Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta : Gava Media, 2015), 88.

Strategi komunikasi adalah tahapan konkret dalam rangkaian aktifitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplemintasian tujuan komuniiasi, adapun teknik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.rencana yang meliputi metode, teknik, dan tata hubungan fungsional antara unsur-unsur dan faktor-faktor dari proses komunikasi guna kegiatan operasional dalam rangka mencapai tujuan dan sasaran. Pada hakekatnya adalah sebuah perencanaan dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Dalam merumuskan strategi komunikasi selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran. R. Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu :

a. *To secure understanding*

b. *To establish acceptance*

c. *To motivate action*

*To secure understanding* artinya memastikan bahwa komunikan mengerti dengan pesan yang diterimanya. Ketika komunikan telah mengerti dan menerima, penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya, kegiatan komunikasi dimotivasikan (*to motivate action*). Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>18</sup>

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi komunikasi diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung atau penghambat pada setiap komponen, diantaranya faktor kerangka referensi, faktor situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi.

Menurut Anwar Arifin untuk dapat membuat rencana dengan baik maka ada beberapa langkah yang harus diikuti untuk menyusun strategi komunikasi, yaitu :

1. Mengenal Khalayak

Merupakan langkah pertama bagi komunikator agar komunikasi yang dilakukan berjalan dengan efektif.

---

<sup>18</sup> Mulyo Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2015), 92.

## 2. Menyusun Pesan

Merupakan langkah kedua setelah mengenal khlayak dan situasi, maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang mampu menarik perhatian para khalayak. Pesan dapat terbentuk dengan menentukan tema atau materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari komponen pesan adalah mampu membangkitkan perhatian khalayak. Perhatian merupakan pengamatan yang terpusat. Awal dari suatu efektivitas dalam komunikasi adalah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan – pesan yang disampaikan.

## 3. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari 2 aspek. Menurut cara pelaksanaannya, yaitu semata – mata melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesannya. Menurut bentuk isi yaitu melihat komunikasi dari segi pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandung.

## **2. Sifat Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang ada di dalamnya. Tentunya ketika direncanakan akan terlihat sumber pesan, pesan, proses pengolahan pesan, dan bagaimana pesan digunakan dalam proses komunikasi itu sendiri. Dengan demikian, berbicara sifat strategi komunikasi maka keberadaanya melekat atau terintegrasi dengan berbagai macam perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi sendiri merupakan kajian dari organisasi

komunikasi.<sup>19</sup>

Dengan demikian, sifat dari strategi komunikasi dapat dijelaskan di antaranya sebagai berikut :

- 1) Bagian terintegrasi dari kajian perencanaan komunikasi.
- 2) Membutuhkan peran dari kredibilitas komunikator.
- 3) Membutuhkan setting komunikasi yang jelas.
- 4) Dapat digunakan sebagai salah satu proses komunikasi dalam berbagai situasi
- 5) Banyak dirasakan implementasinya dalam kajian organisasi.
- 6) memberikan manfaat yang sifatnya mengukur tingkat efektivitas pesan tersampaikan dan dimengerti oleh komunikan.

Dari sifat-sifat tersebut, strategi komunikasi sebenarnya memiliki sifat yang adaptif dengan kondisi dan kajian dari sejumlah objek dalam bidang komunikasi. Sifat strategi komunikasi pada dasarnya melekat pada semua pelaku komunikasi, tetapi awalnya di dahului oleh sebuah pemikiran strategis yang dimiliki oleh pemimpin dari sebuah Lembaga atau organisasi tertentu.<sup>20</sup>

### **3. Komponen dan Indikator Strategi Komunikasi**

Mengingat strategi dan pentingnya dari sejumlah komponen strategi komunikasi ini maka setiap pengguna strategi komunikasi ini dituntut untuk mampu menerapkan program kerja dengan baik. Berikut

---

<sup>19</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ( Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), 32.

<sup>20</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, ( Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), 36.

adalah sejumlah indikator dari komponen strategi komunikasi yang dapat diaplikasikan dalam sebuah setting komunikasi tentang bagaimana sebuah Lembaga Pendidikan dapat dijalankan dengan efektif dan efisien.

**1. Who (Komunikator)**

- a. Kepercayaan diri.
- b. Kredibilitas.
- c. Terbuka
- d. Jujur
- e. Disiplin
- f. Rasional

**2. Says What (Pesan Apa yang disampaikan)**

- a. Benar
- b. Autentik
- c. Terukur
- d. Valid
- e. Jelas Sumbernya
- f. Cepat
- g. Selalu menjadi sumber pemer kaya pesan lainnya.

**3. In Which Channel (Media yang digunakan)**

- a. Elektronik
- b. Cetak
- c. Infografis
- d. Audio Visual

e. grafis gambar

#### **4. To Whom ( Komunikas)**

- a. Personal
- b. Kelompok terbatas
- c. Masyarakat luas
- d. Lawan tujuan

#### **5. With What Effect (Efek apa yang diharapkan)**

- a. Pemahaman pesan oleh komunikas
- b. Kerjasama dalam memahami pesan
- c. Terjadinya perbedaan persepsi
- d. berorientasi pada capaian tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda.

### **C. Teori Difusi Inovasi**

#### **1. Pengertian Difusi Inovasi**

Difusi adalah bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan atau ide baru. Dalam kasus difusi, karena pesan-pesan yang disampaikan itu baru, ada resiko bagi penerima, yaitu bahwa perbedaan tingkah laku dalam kasus penerimaan inovasi jika dibandingkan dengan pesan biasa. Difusi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial. Difusi dapat dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru. Disamping itu,

difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Jelas disini bahwa istilah difusi tidak terlepas dari kata inovasi.<sup>21</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, inovasi diartikan sebagai pemasukan satu pengenalan hal-hal yang baru; penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang, ia adalah inovasi (bagi orang itu). “Baru” dalam ide inovasi yang tidak berarti harus baru sama sekali.

Inovasi sering diartikan pembaharuan, penemuan dan ada yang mengaitkan dengan modernisasi. Perubahan dan inovasi, keduanya sama dalam hal memiliki unsur yang baru atau lain dari yang sebelumnya. Inovasi berbeda dengan perubahan karena dalam inovasi ada unsur kesengajaan. Pembaharuan misalnya, dalam hal pembaharuan kebijakan pendidikan mengandung unsur kesengajaan dan pada umumnya istilah pembaharuan dapat disamakan dengan inovasi. Secara umum, inovasi didefinisikan sebagai suatu ide, praktek atau obyek yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu atau satu unit adopsi lain.

Thompson dan Eveland mendefinisikan inovasi sama dengan teknologi, yaitu suatu desain yang digunakan untuk tindakan instrumental dalam rangka mengurangi ketidakteraturan suatu hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Jadi, inovasi dapat dipandang sebagai suatu upaya untuk mencapai tujuan tertentu. Pada tahun 1960-an

---

<sup>21</sup> Shohibuddin Luthfi, (2010) *Landreform A La Ngandakan: Inovasi Sebuah Sistem Tenurial Adat di Sebuah Desa di Jawa* (Yogyakarta: Sains Dan STPN Press, 1947 – 1964.),70.

merupakan era dimana banyak inovasi-inovasi pendidikan kontemporer diadopsi, seperti matematika, kimia dan fisika baru, mesin belajar (*teaching machine*), pendidikan terbuka, pembelajaran individu, pengajaran secara team (*team teaching*) dan termasuk dalam hal ini adalah sistem belajar mandiri. Sedangkan Kata inovasi seringkali dikaitkan dengan perubahan, tetapi tidak setiap perubahan dapat dikategorikan sebagai inovasi. Rogers memberikan batasan yang dimaksud dengan inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau objek benda yang dipandang baru oleh seseorang atau kelompok adopter lain.<sup>22</sup>

Kata "baru" bersifat sangat relatif, bisa karena seseorang baru mengetahui, atau bisa juga karena baru mau menerima Rogers menyatakan bahwa inovasi adalah “*an idea, practice, or object perceived as new by the individual.*” (suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap atau dirasa baru oleh individu). Dengan definisi ini maka kata *perceived* menjadi kata yang penting karena mungkin suatu ide, praktek atau benda akan dianggap sebagai inovasi bagi sebagian orang tetapi bagi sebagian lainnya tidak, tergantung apa yang dirasakan oleh individu terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Jadi difusi inovasi adalah proses berkomunikasi melalui strategi yang terencana dengan tujuan untuk diadopsi.

Tujuan Difusi Inovasi Tujuan utama inovasi adalah berusaha meningkatkan kemampuan, yaitu kemampuan sumber tenaga, uang, sarana, dan prasarana, termasuk struktur dan prosedur organisasi. Jadi

---

<sup>22</sup> Shohibuddin Luthfi, (2010) *Landreform A La Ngandakan: Inovasi Sebuah Sistem Tenurial Adat di Sebuah Desa di Jawa* (Yogyakarta: Sains Dan STPN Press, 1947 – 1964.),73

semua system perlu ditingkatkan agar semua tujuan yang telah direncanakan dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Tujuan akhir yang ingin dicapai dari difusi inovasi ialah untuk terjadinya perubahan. Tahap pertama dalam proses ini ialah membangkitkan kesadaran melalui desiminasi informasi. Proses tersebut meliputi tahap-tahap seperti kesadaran, minat, percobaan dan adopsi. Tujuan utama difusi inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi oleh anggota sistem sosial tertentu.

Hambatan dalam Inovasi Dalam implementasinya kita sering mendapati beberapa hambatan yang berkaitan dengan inovasi. Pengalaman menunjukkan bahwa hampir setiap individu atau organisasi memiliki semacam mekanisme penerimaan dan penolakan terhadap perubahan. Segera setelah ada pihak yang berupaya mengadakan sebuah perubahan, penolakan atau hambatan akan sering ditemui. Orang-orang tertentu dari dalam ataupun dari luar sistem akan tidak menyukai, melakukan sesuatu yang berlawanan, melakukan sabotase atau mencoba mencegah upaya untuk mengubah praktek yang berlaku. Penolakan ini mungkin ditunjukkan secara terbuka dan aktif atau secara tersembunyi dan pasif. Alasan mengapa ada orang yang ingin menolak perubahan walaupun kenyataannya praktek yang ada sudah kurang relevan, membosankan, sehingga dibutuhkan sebuah inovasi. Fenomena ini sering disebut sebagai penolakan terhadap perubahan. Banyak upaya telah dilakukan untuk menggambarkan, mengkategorisasikan dan menjelaskan fenomena

penolakan ini.<sup>23</sup>

## **D. Pembelajaran Daring ( *E- Learning* )**

### **1. Pengertian Daring**

Pembelajaran daring adalah metode belajar yang menggunakan model interaktif berbasis internet dan *Learning Manajemen System* (LMS). Seperti menggunakan *Zoom*, *Google Meet*, dan lainnya. Berbeda dengan daring, sistem pembelajaran daring merupakan sistem pembelajaran yang memerlukan tatap muka. Menurut KBBI Kemendukbud, luring adalah akronim dari luar jaringan; terputus dari jejaring komputer. Misalnya, saat siswa dan mahasiswa belajar melalui buku pegangan siswa atau mahasiswa dan tenaga pengajar. Pembelajaran daring merupakan program penyelenggaraan kelas pembelajaran dalam jaringan untuk menjangkau kelompok target yang massif dan luas. Melalui jaringan, pembelajaran dapat diselenggarakan secara massif dengan peserta yang tidak terbatas. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membawa berbagai perubahan dalam kehidupan manusia.<sup>24</sup>

Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) semakin dirasakan di berbagai sektor, termasuk di bidang Pendidikan mampu memberikan layanan pembelajaran yang menarik dan efektif. Melalui pembelajaran daring materi belajar dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Disamping itu, materi belajar dapat diperkaya dengan berbagai sumber

---

<sup>23</sup> Mulyo Rahardjo, *Teori Komunikasi*, (Yogyakarta : Gava Media, 2015), 104

<sup>24</sup> Yusuf Bilfaqih, *Esensi Pengembangan Pembelajaran Daring* (Yogyakarta : Deepublish, 2015), 29

pembelajaran termasuk multimedia. Pembelajaran daring dilakukan dengan memanfaatkan teknologi khususnya internet.

## **2. Dampak Pembelajaran Daring**

Dampak Pembelajaran Online Melakukan pembelajaran online memiliki beberapa dampak positif dalam pembelajaran online, antara lain:

1. Meningkatkan interaksi belajar antara pembelajar dengan pengajar (*enhance interactivity*).
2. Memungkinkan belajar dimana saja dan kapan saja (*time and place flexibility*).
3. Menjangkau peserta didik dalam cakupan yang luas (*potential to reach a global audience*).
4. Mempermudah penyimpanan dan penyempurnaan dalam belajar (*easy updating of content as well as archivable capabilities*).
5. Membangun Komunitas.

## **3. Komponen Pembelajaran Online**

Pembelajaran Online memiliki tiga komponen yang membentuk Pembelajaran Online, antara lain;

1. Fasilitas Pembelajaran Online Fasilitas yang menunjang pembelajaran online dapat berupa internet, smartphone, personal computer (PC), jaringan computer dan perlengkapan multimedia lainnya.
2. Sistem dan Aplikasi Pembelajaran Online Sistem perangkat lunak yang menunjang untuk proses pembelajaran online, seperti

bagaimana membuat materi belajar atau konten belajar, forum diskusi dan segala fitur yang berhubungan dengan mempermudah proses belajar mengajar.

3. Materi Pembelajaran Online Konten dan bahan belajar pada pembelajaran online dapat berupa Multimedia-based Content atau konten berbentuk multimedia interaktif seperti video pembelajaran atau Text-based Content atau konten berbentuk teks seperti pada buku pelajaran biasa.
4. Memilih Metode Pembelajaran yang Tepat. Guru dituntut untuk dapat memilih metode belajar yang tepat untuk mengajar. Jika guru dapat memilih metode pembelajaran dengan tepat maka tujuan belajar akan tercapai dengan lebih mudah. Pemilihan metode belajar yang tepat juga akan meningkatkan motivasi belajar siswa dan minat belajar siswa sehingga akan tercipta suasana belajar yang menyenangkan.
5. Memaksimalkan Fasilitas Pembelajaran. Dalam proses pembelajaran, pemanfaatan fasilitas belajar yang baik juga menentukan motivasi belajar dalam proses pembelajaran online. Pembelajaran online memerlukan fasilitas yang menunjang pembelajaran seperti internet, computer atau gawai. Pemanfaatan fasilitas yang baik akan memaksimalkan materi yang akan di sampaikan dengan memaksimalkan fungsi fasilitas yang ada. Pihak sekolah diharapkan memberikan dukungan yang optimal

untuk mendukung pembelajaran online yang dilaksanakan oleh para gurunya. Seperti pengadaan sumber belajar, komputer yang tersambung dengan internet, dan alatalat yang mendukung kegiatan pembelajaran bagi para guru. Sarana prasarana tersebut digunakan untuk mencari pengetahuan dan informasi dari berbagai sumber.

6. Memanfaatkan Penggunaan Media. Motivasi belajar siswa pada pembelajaran online dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan penggunaan media yang menarik, sehingga akan membuat siswa tertarik kepada pembelajaran. Dalam hal ini, guru bisa membuat atau menggunakan media animasi untuk mendukung pembelajaran online. Contohnya, guru bisa membuat atau menggunakan media animasi untuk mendukung proses pembelajaran, yaitu dalam proses penyampaian materi pelajaran.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Yusuf Bilfaqih, *Esensi Pengembangan Pembelajaran Daring* (Yogyakarta : Deepublish, 2015), 45.