

**DIFUSI INOVASI BUDIDAYA IKAN DALAM EMBER (BUDIKDAMBER)  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN GIZI MASYARAKAT  
KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

**(Tesis)**

**Oleh  
SRI ASTUTI  
NPM 2126031017**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

**DIFUSI INOVASI BUDIDAYA IKAN DALAM EMBER (BUDIKDAMBER)  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN GIZI MASYARAKAT  
KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

**Oleh**

**SRI ASTUTI**

**Tesis**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**Pada**

**Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

## **ABSTRAK**

### **DIFUSI INOVASI BUDIDAYA IKAN DALAM EMBER (BUDIKDAMBER) DALAM UPAYA MENINGKATKAN GIZI MASYARAKAT KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

**Oleh**

**SRI ASTUTI**

Salah satu inovasi teknologi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan ketahanan pangan adalah budidaya ikan dalam ember (budikdamber). Budikdamber merupakan teknik budidaya ikan ramah lingkungan yang memadukan antara budidaya ikan dan sayuran dengan memanfaatkan air sebagai budidaya untuk tumbuh kembang tanaman sayuran. Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan kajian untuk mendeskripsikan dan menganalisis Difusi Inovasi Budikdamber dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi Rogers dan Shoemaker dan didukung teori *Elaboration Likelihood* yang dikembangkan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo serta teori *Individual Differences* yang dikembangkan oleh Melvin DeFleur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan datanya dengan wawancara, observasi dan menganalisis media yang digunakan dalam proses difusi inovasi, dari hasil penelitian diperoleh : (1) Budikdamber disebarkan melalui media sosial yang diterima oleh opinion leader dan disampaikan ke masyarakat., (2) Pembina lapangan tidak memahami SOP pengelolaan budikdamber sehingga informasi yang disampaikan salah dan mengakibatkan pengelolaan budikdamber gagal. (3) Keputusan adopsi untuk mengadopsi inovasi budikdamber memang beragam, ada yang benar-benar tertarik dan mengembangkan inovasi budikdamber ada yang ketertarikan hanya bersifat sementara.

Kata Kunci : Difusi, inovasi, budikdamber

## **ABSTRACT**

### **DIFFUSION OF INNOVATION FISH CULTIVATION IN BUCKETS IN AN EFFORT TO IMPROVE COMMUNITY NUTRITION LAMPUNG SELATAN DISTRICT**

**By**

**SRI ASTUTI**

One of the technological innovations that can be applied to increase food security is fish farming in buckets (budikdamber). Budikdamber is an environmentally friendly fish farming technique that combines fish and vegetable cultivation by utilizing water as cultivation for the growth and development of vegetable plants. The purpose of this research is to conduct a study to describe and analyze the Diffusion of Budikdamber Innovations in an effort to improve the nutrition of the people of South Lampung Regency. This study uses Rogers and Shoemaker's Innovation Diffusion Theory and is supported by the Elaboration Likelihood theory developed by Richard E. Petty and John T. Cacioppo and the Individual Differences theory developed by Melvin DeFleur. This study used qualitative research methods, with data collection techniques by interviewing, observing and analyzing the media used in the innovation diffusion process, the results of the study obtained: (1) Budikdamber was disseminated via social media which was received by opinion leaders and conveyed to the community. (3) The adopter's decision to adopt the Budidamber innovation varies, some are really interested and develop the Budidamber innovation, some are interested only temporarily.

Keywords: Diffusion, innovation, fish farming in a bucket

**Judul Tesis** : **DIFUSI INOVASI BUDIDAYA IKAN DALAM  
EMBER (BUDIKDAMBER) DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN GIZI MASYARAKAT  
KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

**Nama Mahasiswa** : **Sri Astuti**

**Nomor Pokok Mahasiswa** : 212 603 1017

**Program Studi** : **Magister Ilmu Komunikasi**

**Fakultas** : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si.**  
NIP 197505222003122002

**Dr. Anna Gustina, M.Si.**  
NIP 197608212000032001

**2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lampung**

**Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.**  
NIP 196207161988031001

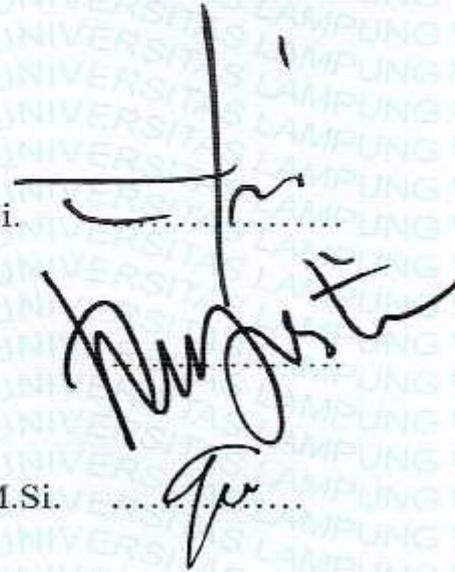
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

Ketua : Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si.

Sekretaris : Dr. Anna Gustina, M.Si.

Penguji Utama : Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si.



**2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.  
NIP 196108071987032001



**3. Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung**

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M. Si  
NIP 19640326 198902 1 001



Tanggal Lulus Ujian Tesis : **14 Juli 2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tesis dengan judul : “Difusi Inovasi Budidaya Ikan Dalam Ember (Budikdamber) Dalam Upaya Meningkatkan Gizi Masyarakat Kabupaten Lampung Selatan” adalah karya saya sendiri dan tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan tim Pembimbing dan Penguji dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiatisme.
2. Hak intelektual atas karya ini diserahkan kepada Universitas Lampung.

Demikian pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 31 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



**Sri Astuti**

NPM 212 693 1017

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Gunung Mekar pada tanggal 9 Mei 1977, sebagai anak ke tiga dari empat saudara dari pasangan Alm. Muslim dan Sumiati. Jenjang Akademis yang di Tempuh Sekolah Dasar Negeri 1 Gunung Mekar lulus Tahun 1989, Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTPN) 1 Jabung lulus Tahun 1992, Sekolah Menengah Ekonomi Atas (SMEA) Negeri 1 Metro lulus Tahun 1995. Melanjutkan di D3 Manajemen Informatika AMIK Adiguna Lulus Tahun 1999. Selanjutnya menyelesaikan S1 (strata 1) Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris STKIP PGRI Bandar Lampung lulus tahun 2004. Pada bulan Desember 2003 diterima sebagai ASN di lingkungan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi pada unit kerja Politeknik Negeri Lampung.

## **PERSEMBAHAN**

**Karya ini penulis persembahkan untuk  
Orang-orang terkasih yang senantiasa selalu tulus ikhlas mendoakan dan  
memberi semangat kepada penulis:  
Bapak Alm. Muslim dan Ibu Sumiati  
Suamiku Hendra Gunawan, S.Pd.,M.M.  
Anak-anakku tersayang Nabila Hiffasya Gunawan, Muhammad Kautsar  
Gunawan, Tazaka Elfasya Gunawan, dan Shaqueena Almahyra Gunawan.  
Almamaterku Universitas Lampung**

## MOTTO

*“Barangsiapa yang menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan dunia orang mukmin, maka Allah akan menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan hari kiamat. Barangsiapa yang memberi kemudahan orang yang kesulitan, maka Allah akan memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Siapa yang menutup aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan di akhirat. Siapa saja yang menolong saudaranya, maka Allah akan menolongnya sebagaimana ia menolong saudaranya. Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga”*

*(HR. Muslim)*

*“Permudahlah urusan orang, maka Allah akan mempermudah urusan kita”*

## SANWACANA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmatNya lah penulis dapat menyelesaikan tesis ini, sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Nuhamma SAW. Tesis yang berjudul "Difusi Inovasi Budidaya Ikan Dalam Ember (Budikdamber) Dalam Upaya Meningkatkan Gizi Masyarakat Kabupaten Lampung Selatan" disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, namun dapat terselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang.
2. Ibu Prof. Dr. Ir Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Saudi Samosir, S.T., M.T., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung.
4. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Andy Corry Wardhani, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Lampung sekaligus sebagai dosen penguji.
6. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si., selaku pembimbing utama yang memberikan bimbingan dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Ibu Dr. Anna Gustina, M.Si., selaku pembimbing pendamping yang memberikan bimbingan dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.

9. Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan, Bapak Dwi Jatmiko, S.Pi., M.Si., yang sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian.
10. Bapak Juli Nursandi, S.Pi., M.Si., yang banyak memberikan inspirasi dalam penyelesaian tesis ini.
11. Ibu ku yang selalu mendoakan keberhasilan anaknya.
12. Suami dan anak-anakku tercinta.

Bandar Lampung. 31 Juli 2023

Penulis

**Sri Astuti**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>COVER DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>COVER DALAM</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>MENYETUJUI</b> .....	<b>v</b>
<b>MENGESAHKAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>SANWACANA</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>I. BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Lata Belakangn Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Teori Difusi Inovasi .....	10
2.2.2. Komunikasi Antarpribadi.....	20
2.2.3. Komunikasi Kelompok .....	22
2.2.4. Komunikasi Organisasi .....	23
2.2.5. Komunikasi satu Tahap.....	28
2.2.6. Komunikasi dua Tahap .....	29

2.2.7. New Media .....	31
2.2.8. Media Sosial.....	31
2.2.8.1. Fungsi Sosial Media .....	32
2.2.8.2. Manfaat Media Sosial .....	33
2.2.8. Opinion Leader.....	34
2.2.10. Agen Perubahan .....	35
2.2.11. Hambatan Strategi Komunikasi .....	37
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1. Metode Penelitian.....	39
3.2. Fokus Penelitian .....	40
3.3. Kriteria Pemilihan Informan .....	40
3.4. Sumber Data Dalam Penelitian .....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	42
2.6. Teknik Analisis Data.....	43
3.7. Pengujian Kridibilitas Data .....	44
<b>IV. GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>46</b>
4.1. Sejarah Singkat Kabupaten Lampung Selatan .....	46
4.2. Arti Lambang Kabupaten Lampung Selatan.....	52
4.3. Visi dan Misi Kabupaten Lampung Selatan.....	53
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
5.1. Hasil Penelitian .....	55
5.1.1 Identitas Informan .....	56
5.1.2 Proses Difusi Inovasi Budidaya Ikan Dalam Ember.....	57
5.1.2.1. Pesan Inovasi Budikdamber yang Difusikan .....	57
5.1.2.2. Media Sosial .....	58
5.1.2.3. Komunikasi Organisasi.....	60
5.1.2.4. Komunikasi Interpersonal.....	68
5.1.3. Hasil Observasi .....	88
5.2. Pembahasan.....	96
5.2.1. Proses Difusi Inovasi Budikdamber .....	96
5.2.2. Komunikasi Organisasi .....	99
5.2.3. Media Sosial.....	100
5.2.4. Komunikasi Interpersonal .....	102
5.2.5. Komunikasi Kelompok .....	104
5.2.6. Opinion Leader/ Agen Perubahan .....	104

5.2.7. Hambatan Keberlanjutan Adopsi Budikdamber .....	110
VI. SIMPULAN DAN SARAN .....	112
6.1. Kesimpulan .....	112
6.2. Saran.....	114

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1. Penelitian Terdahulu .....	7
2. Data Kecamatan di Kabupaten Lampung Selatan.....	47
3. Perangkat Daerah Kabupaten Lampung Selatan.....	48
4. Identitas Informan .....	56
5. Hasil Wawancara terkait pada tahapan munculnya pengetahuan tentang Budikdamber .....	63
6. Hasil Wawancara terkait pada tahapan munculnya pengetahuan tentang Budikdamber .....	64
7. Hasil Wawancara terkait pada tahapan munculnya pengetahuan tentang Budikdamber .....	67
8. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Persuasi .....	69
9. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Persuasi .....	70
10. Hasil Wawancara terkait Pengambilan keputusan .....	71
11. Hasil Wawancara terkait Pengambilan keputusan .....	73
12. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Implementasi Budikdamber .....	75
13. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Implementasi Budikdamber .....	76
14. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Implementasi Budikdamber .....	78
15. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Implementasi Budikdamber .....	79
16. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Konfirmasi.....	81
17. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Konfirmasi.....	82
18. Hasil Wawancara terkait dengan Tahapan Konfirmasi.....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Kerangka Fikir .....	7
2. Model Proses Pengambilan Keputusan Inovasi .....	14
3. The Elaboration Likelihood Model Of Persuation.....	15
4. Model Komunikasi Satu Tahap .....	29
5. Model Komunikasi Dua Tahap .....	30
6. Lambang Kabupaten Lampung Selatan .....	52
7. Siaran Pers Kementerian Kelautan dan Perikanan.....	61
8. Pemberian Bantuan Paket Budikdamber Oleh Ketua TPPS .....	62
9. Difusi Inovasi Budidaya Ikan Dalam Ember Melalui Sosial Media.....	89
10. Pelatihan Budikdamber Pegawai Polinela dan Masyarakat Sekitar .....	90
11. PKM Budikdamber di Desa Sidodasari Kabupaten Lampung Selatan.....	90
12. Implementasi Inovasi Budikdamber di Taman Sari Natar.....	91
13. Implementasi Inovasi Budikdamber di Simbaringin Natar.....	92
14. Print screen Implementasi Budikdamber di Merak Belatung Lampung Selatan .....	92
15. Print screen Implementasi Budikdamber dari anggota facebook Lampung Selatan .....	93
16. Foto Kegiatan Pembinaan Budikdamber di Rejomulyo Jati Agung .....	94

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Hasil survei Studi Status Gizi Indonesia (SSGI) mencatat bayi usia 0-59 bulan (balita) di Lampung yang mengalami stunting mencapai 18,5% dan untuk kabupaten Lampung Selatan sebesar 16,3% pada 2021.<sup>1</sup> Pemerintah kabupaten Lampung Selatan terus berupaya meningkatkan pembangunan pangan dan gizi masyarakat untuk mencegah stunting. Budidaya ikan dalam ember merupakan salah satu sarana pendukung program pencegahan stunting pemerintah daerah kabupaten Lampung Selatan dengan programnya yaitu program Swasembada Gizi, menuju Lampung Selatan bebas Stunting tahun 2023. Program tersebut dipelopori oleh Ketua Tim Percepatan Penurunan Stunting (TPPS) Lampung Selatan beserta jajaran instansi terkait salah satunya dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan. Kementerian Kelautan dan Perikanan mendukung target pemerintah Kabupaten Lampung Selatan bebas stunting di tahun 2023 melalui program kampanye Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan),<sup>2</sup> dan kehadiran Budikdamber pada masyarakat Lampung Selatan merupakan salah satu pendukung program peningkatan gizi masyarakat. Budikdamber menjadi salah satu program nasionalnya Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam meningkatkan gizi masyarakat.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/daftar-kabupaten-di-lampung-dengan-prevalensi-balita-stunting-tertinggi-2021>

<sup>2</sup> <https://kkp.go.id/djpdspkp/artikel/29685-kkp-dukung-lampung-selatan-bebas-stunting-2023-lewat-program-gemarikan>

<sup>3</sup> <https://kkp.go.id/kkp/artikel/28611-kkp-pastikan-ketahanan-keluarga-lewat-olahan-ikan-dan-budidaya-ikan-dalam-ember>

Salah satu inovasi teknologi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan ketahanan pangan adalah budidaya ikan dalam ember (budikdamber). Budikdamber merupakan teknik budidaya ikan ramah lingkungan yang memadukan antara budidaya ikan dan sayuran dengan memanfaatkan air sebagai budidaya untuk tumbuh kembang tanaman sayuran. Juli Nursandi mulai melakukan penelitiannya pada Tahun 2015, dikembangkan pada Tahun 2016 dan dikenalkan ke masyarakat melalui sosial media yaitu seperti facebook, instagram, dan youtube serta melalui pelatihan-pelatihan dan sosialisasi ke lembaga-lembaga pemerintah dan lembaga-lembaga pendidikan di Lampung.

Teknologi budikdamber sangat cocok untuk diadopsi oleh masyarakat, terutama di daerah yang padat penduduk atau yang tidak mempunyai lahan karena tidak memerlukan lahan yang luas dan bisa dilakukan di lahan seperti pekarangan rumah. Selain itu, dengan keunggulan tidak memerlukan banyak air, teknologi ini juga tepat untuk digunakan pada daerah yang kesulitan air. Keunggulan lain dari Budikdamber ini adalah bahan pembuatan yang sederhana membuat sistem ini mudah untuk diterapkan di berbagai lokasi di seluruh Indonesia.

Penerapan teknologi Budikdamber dapat menjadi salah satu jawaban untuk memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga. Selain memenuhi kebutuhan akan protein hewani yang didapatkan dari ikan, teknik budidaya yang mengadopsi sistem akuaponik ini juga menghasilkan sayuran untuk dikonsumsi.

Teknologi yang sederhana ini juga dapat menjadi bahan pembelajaran bagi anggota keluarga maupun anggota kelompok masyarakat yang mengimplementasikan kegiatan budikdamber ini. Karena sistemnya yang sederhana, budikdamber dapat diimplementasikan oleh siapa saja mulai dari ibu rumah tangga hingga anak – anak remaja. Hal ini menjadikan Budikdamber kegiatan yang cukup strategis untuk dapat mencetak calon wirausaha di masa mendatang.

Budikdamber menjadi inovasi budidaya berbasis rumah tangga yang bisa dikembangkan untuk pemberdayaan di masyarakat yang belum tersentuh dengan permodalan yang tinggi. Budikdamber merupakan inovasi yang sederhana, yang

merupakan salah satu kontributor untuk menanggulangi stunting pada masyarakat Lampung Selatan.

Inovasi Budikdamber ini selaras dengan upaya meningkatkan pangan bagi tumbuh kembang anak dan makanan bergizi bagi keluarga di rumah. Budikdamber menjadi salah satu kegiatan budidaya ikan yang dapat dilakukan di lahan terbatas dan juga merupakan kegiatan urban culture yang dapat dilakukan skala rumahan untuk memenuhi gizi keluarga. Budikdamber menawarkan inovasi yang mudah dicontoh, murah sehingga budidaya tersebut terjangkau disemua kalangan.

Budikdamber seharusnya bisa menjadi solusi peningkatan gizi bagi masyarakat tetapi pada kenyataannya pemanfaatan hasil inovasi dan teknologi untuk mendorong produktivitas pertanian di Lampung Selatan dinilai berjalan lambat. Walaupun memiliki keunggulan dan nilai manfaat yang besar, Budikdamber ini belum diterima secara massal oleh masyarakat Lampung Selatan. Berdasarkan hasil riset yang penulis lakukan, ada beberapa permasalahan mendasar mengapa inovasi Budikdamber lambat berkembang di Lampung Selatan, diantaranya;

1. Minimnya sosialisasi tentang Budikdamber pada masyarakat Kabupaten Lampung Selatan, sehingga tidak semua masyarakat Kabupaten Lampung Selatan mendapatkan informasi seputar manfaat dan metode pengolahan budikdamber.
2. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pengelolaan budikdamber yang sesuai dengan SOP yang ditentukan.

Pesan inovasi yang dikomunikasikan ke lingkungan masyarakat, seperti halnya kepada para petani, dibutuhkan suatu pendekatan khusus dengan memahami karakteristik sistem sosial budaya mereka. Pendekatan komunikatif perlu dirancang, tidak saja dalam hal cara penyampaian ide gagasan, namun juga penggunaan saluran-saluran komunikasi yang dapat menggugah ketertarikan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Hal ini diperlukan, agar komunikasi partisipatif dapat terjalin, sehingga pesan tidak cukup untuk dimengerti baik, tetapi juga dibutuhkan oleh masyarakat. Sebagaimana tujuan komunikasi bermaksud untuk

merubah perilaku orang lain, maka pembentukan information seeking perlu diupayakan tertanam pada diri tiap individu.

Peran kepercayaan pun juga tidak kalah penting, misalnya saja ketika memberikan solusi maupun inovasi bagi para petani, hal itu juga tidak akan mudah diterima karena faktor kepercayaan. Petani-petani di pedesaan akan lebih memilih jalan yang sudah pasti dalam artian yang telah jelas hasil dan keuntungannya. Namun hal itu juga tidak serta merta selalu terjadi hanya saja melihat fenomena di pedesaan yang sekarang ini terjadi memang mayoritas petani lebih memilih jalan yang lebih mudah daripada menjalankan inovasi baru yang belum jelas hasil dan keuntungannya.

Agen perubahan sangatlah berperan di sini di mana lewat merekalah problematika dari masyarakat mungkin bisa diatasi hanya saja yang perlu diperhatikan di sini adalah kepercayaan masyarakat terhadap mereka dan juga bagaimana cara mereka menyampaikan informasi terhadap masyarakat. Ketika pemberi informasi telah memiliki konsep inovasi untuk pertanian seharusnya mereka sudah memiliki data real tentang hasil dan keuntungannya apabila inovasi tersebut akan diterapkan. Selain itu Opinion Leaders juga berperan dalam penyampaian inovasi, opinion leaders merupakan orang-orang berpengaruh, yaitu orang-orang tertentu yang mampu mempengaruhi sikap orang lain secara informal dalam suatu sistem sosial. Dalam kenyataannya, orang berpengaruh ini dapat menjadi pendukung inovasi atau sebaliknya, menjadi penentang. Ia (mereka) berperan sebagai model dimana perilakunya (baik mendukung atau menentang) diikuti oleh para pengikutnya. Jadi, jelas disini bahwa orang berpengaruh (opinion leaders) memainkan peran dalam proses keputusan inovasi.

Setelah kepercayaan terbangun, pastinya akan lebih mudah untuk menerapkan inovasi yang telah di rencanakan. Jadi disini para pemberi informasi harus dapat bersikap cerdas dan tahu kapan harus bertindak, sebelumnya mereka pun juga sudah harus membuktikan kepada masyarakat bahwa inovasi yang mereka tawarkan telah mereka buktikan sehingga akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap mereka. Orang akan mengadopsi suatu inovasi jika mereka merasa percaya bahwa

inovasi tersebut akan memenuhi kebutuhan mereka. Jadi mereka harus percaya bahwa inovasi tersebut akan memberikan keuntungan.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan analisis uraian latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah:

1. Bagaimana proses difusi inovasi budikdamber dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan?
2. Adakah hambatan yang terjadi dalam proses difusi inovasi budikdamber dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Melakukan kajian untuk mendeskripsikan dan menganalisis Difusi Inovasi Budikdamber dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan.
2. Melakukan Kajian untuk mendiskripsikan dan menganalisis hambatan yang terjadi dalam proses difusi inovasi budikdamber dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan?

### **1.4. Manfaat Penelitian**

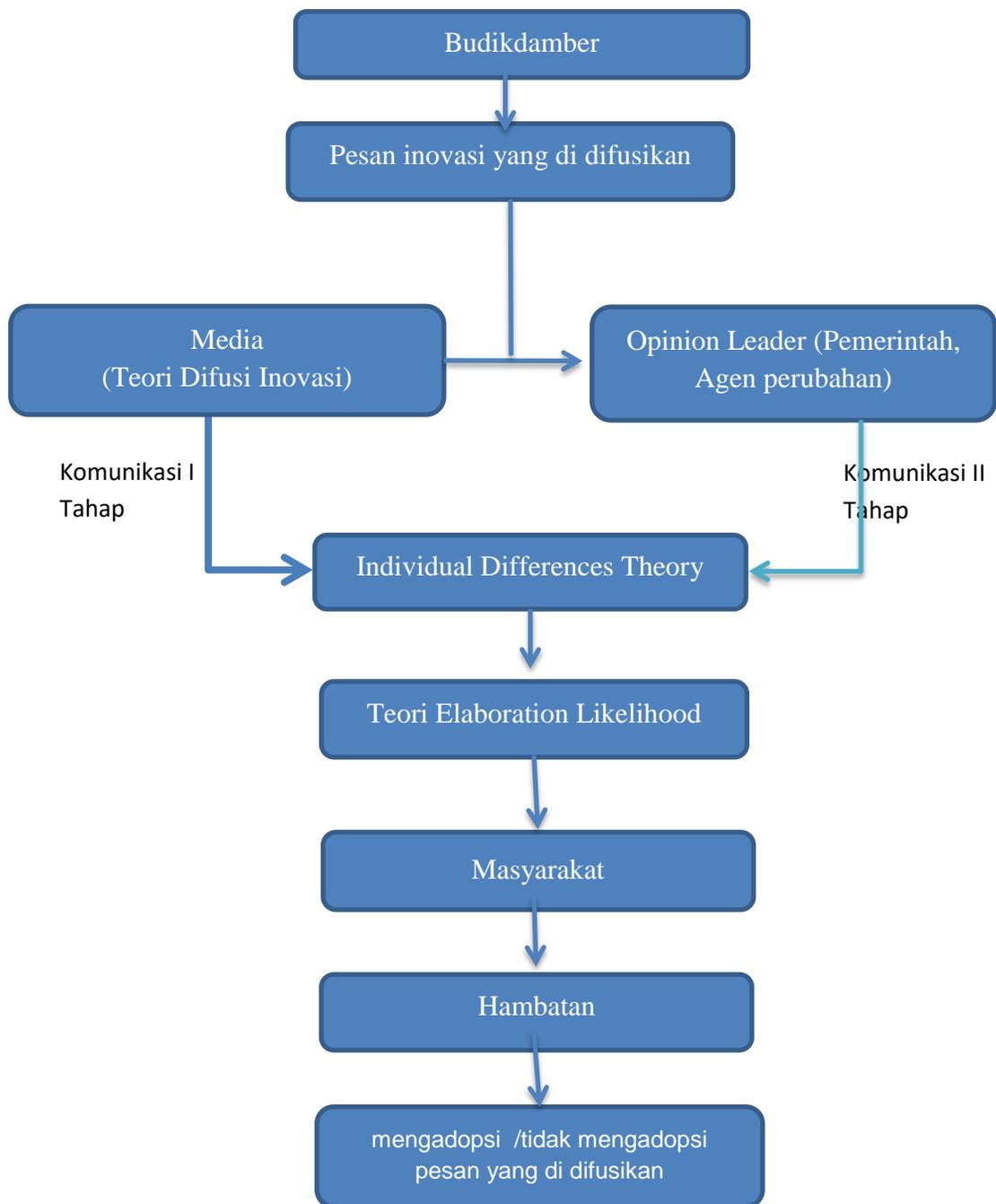
Peneliti berharap, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai:

Bagaimana proses Difusi Inovasi Budikdamber pada masyarakat Lampung Selatan, sehingga inovasi Budikdamber dapat diterima secara massal oleh masyarakat Lampung Selatan. Selain itu juga sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk para peneliti berikutnya baik dalam permasalahan yang sama ataupun pada penelitian yang berbeda.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian, agar peneliti dapat focus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok. Penelitian ini membahas tentang bagaimana proses difusi inovasi budikdamber di Lampung. Untuk dapat mengarahkan penelitian pada pengumpulan data maka peneliti menggunakan teori Difusi Inovasi, teori *individual Differences*, dan teori *Elaboration Likelihood*.

Gambar 1. Kerangka Fikir



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian dari referensi peneliti dan juga acuan dalam melakukan penelitian ini, dan juga penelitian terdahulu peneliti gunakan untuk mengetahui bagaimana hasil penelitian yang dijadikan bandingan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

<b>1.</b>	Judul	Komunikasi Inovasi Pola dan Strategi Pada Masyarakat Petani
	Penulis	Imam Sofyan, Syamsul Arifin (2019)
	Teori	Difusi Inovasi
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap kepala desa, kelompok tani, dan petani penggarap, serta observasi semi partisipatoris dan disajikan analisis diskriptif
	Hasil penelitian	Hasil Penelitian menyimpulkan tentang pola atau model komunikasi inovasi dengan sistem pendampingan, komunikasi kelompok, komunikasi linier baik secara <i>top down</i> ataupun <i>bottom up</i> .
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi inovasi dengan pola komunikasi sistem pendampingan, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah tentang proses difusi inovasi dalam penyampaian difusi inovasi diawali dengan menggunakan media sosial dan selanjutnya didukung oleh opinion leader dan agen perubahan.
<b>2.</b>	<b>Judul</b>	Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Difusi Teknologi Pengolahan Limbah Air
	Penulis	Anton Surahmat, Rofi Rismayanti (2022)

	Teori	Teori Konstruksi Realitas Sosial
	Metode Penelitian	Penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dengan proses pengumpulan data menggunakan beragam sumber sebagaimana khas metode studi kasus meliputi: wawancara, observasi, dan literatur
	Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan difusi inovasi teknologi IPAL Biogas berlangsung dengan baik hingga tahap konfirmasi. Strategi partisipatori dengan saluran komunikasi interpersonal menjadi landasan utama implementasi teknologi IPAL Biogas. Strategi desain instruksional dengan komunikasi interpersonal mengokohkan uji coba toilet pengompos di SDN 210 Babakan Sinyar
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi inovasi Strategi partisipatori dengan saluran komunikasi interpersonal menjadi landasan utama implementasi teknologi IPAL Biogas, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah tentang proses difusi inovasi dalam penyampaian difusi inovasi diawali dengan menggunakan media sosial dan selanjutnya didukung oleh opinion leader dan agen perubahan.
<b>3.</b>	<b>Judul</b>	Proses Difusi Inovasi Program Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi (Sakti): Studi Kasus Pada Ditjen Perbendaharaan Di D.I. Yogyakarta Tahun 2018
	Penulis	Imam Tri Wibowo (2019)
	Teori	Difusi Inovasi
	Metode Penelitian	Penelitian kualitatif diskriptif, dengan strategi studi kasus
	Hasil penelitian	Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa Keputusan inovasi bersifat otoritas karena cenderung dipengaruhi oleh peran pimpinan
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menjelaskan bahwa Keputusan inovasi bersifat otoritas karena cenderung dipengaruhi oleh peran pimpinan, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan adalah tentang proses difusi inovasi dalam penyampaian difusi inovasi diawali dengan menggunakan media sosial dan selanjutnya didukung oleh opinion leader dan agen perubahan.

Dalam penelitian ini fokus pada analisis proses difusi inovasi budidaya ikan dalam ember dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1 Teori Difusi Inovasi**

Penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers sebagai proses dimana penemuan disebarkan kepada masyarakat yang menjadi anggota sistem sosial. Dalam teori ini menjelaskan setiap inovasi baru menimbulkan keinginan kuat masyarakat untuk mengadopsinya. Adopsi sebuah inovasi baru akan berjalan baik atau tidak, dengan kuantitas pemakai yang besar atau tidak, sangat tergantung dari peran media dalam menyampaikan pesan-pesannya, dengan demikian teori difusi inovasi mendudukan peran media sebagai agen perubahan sosial di masyarakat. Teori difusi inovasi merupakan teori yang menguraikan bagaimana suatu gagasan baru atau ide, tingkah laku atau objek yang dianggap baru diterima oleh masyarakat atau kelompok masyarakat.

Rogers (1996) menyatakan bahwa inovasi adalah *“an idea, practice, or object perceived as new by the individual.”* ( ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya).

Difusi 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. Karena tujuan utama proses difusi adalah diadopsinya suatu inovasi oleh anggota sistem sosial tertentu. Anggota sistem sosial dapat berupa individu, kelompok, organisasi dan atau sub sistem. (Roger, 1996)

Banyak inovasi membutuhkan waktu yang lama, tersebar secara luas diadopsi. Oleh karena itu, merupakan hal biasa bagi banyak individu dan organisasi berusaha bagaimana mempercepat laju difusi suatu inovasi. Difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara para anggota dalam suatu system masyarakat. Difusi merupakan jenis komunikasi khusus, di mana pesannya berkaitan dengan ide-ide baru. Ketika ide-ide baru ditemukan, disebarkan, dan diadopsi atau ditolak, yang mengarah pada konsekuensi tertentu, perubahan sosial terjadi. (Roger, 1996)

Difusi sebagai suatu proses dimana (1) inovasi (2) dikomunikasikan melalui saluran tertentu (3) dari waktu ke waktu (4) antara anggota suatu sistem sosial.

#### 1. Inovasi

Inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya.

2. Saluran komunikasi, pada tahap ini individu ingin mengetahui apa itu inovasi, dan bagaimana dan mengapa ia bekerja. Saluran media dapat secara efektif mengirimkan informasi perangkat lunak tersebut.

Di sini seorang individu ingin mengetahui kelebihan dan kekurangan inovasi dalam situasinya sendiri. Jaringan interpersonal dengan rekan dekat sangat mampu membawa informasi tentang suatu inovasi. Evaluasi subjektif seperti itu dari ide baru sangat mungkin mempengaruhi individu dalam pengambilan keputusan. Proses keputusan inovasi adalah aktivitas pencarian informasi dan pemrosesan informasi di mana individu memperoleh informasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang inovasi. Dimungkinkan bagi seseorang untuk mengadopsi inovasi setelah keputusan sebelumnya untuk menolaknya.

3. Proses keputusan inovasi melibatkan waktu dalam arti bahwa lima langkah biasanya terjadi dalam urutan waktu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Periode keputusan inovasi adalah lamanya waktu yang diperlukan untuk melewati proses keputusan inovasi.

4. Sistem Sosial, Sebuah sistem sosial didefinisikan sebagai satu set unit yang saling terkait yang terlibat dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama. Anggota atau unit sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi, dan/atau subsistem. Difusi terjadi dalam lingkungan system sosial, karena struktur sosial sistem mempengaruhi difusi inovasi dalam beberapa cara. Sistem sosial merupakan batas di mana inovasi menyebar, bagaimana struktur sosial memengaruhi difusi, efeknya, norma tentang difusi, peran pemimpin opini dan agen perubahan, jenis keputusan inovasi, dan konsekuensi inovasi. Semua masalah ini melibatkan hubungan antara sistem sosial dan proses difusi yang terjadi di dalamnya.

Tingkat adopsi adalah kecepatan relatif dimana suatu inovasi diadopsi oleh anggota suatu sistem sosial. Tingkat adopsi biasanya diukur dengan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk jumlah tertentu dari anggota suatu sistem untuk mengadopsi suatu system inovasi. Inovasi yang dirasakan oleh individu memiliki keuntungan relatif yang lebih besar, maka tingkat adopsi relatif cepat.

Ide yang menyentuh dan merangsang individu dapat diterima atau ditolak sebagaimana tingkat-tingkat efek melalui proses. Pada sistem sosial menunjukkan bahwa inovasi diterima sebagai upaya memecahkan persoalan-persoalan sosial guna mencapai tujuan tertentu. Terdapat beberapa tahap dalam pengambilan keputusan suatu inovasi yaitu:

1). Tahap Munculnya Pengetahuan (*Knowledge*)

Tahap pengetahuan merupakan tahapan pertama saat penyebaran informasi mengenai suatu inovasi baru. Suatu inovasi akan disampaikan dan dikomunikasikan dengan tujuan seseorang dapat mengetahui dan memahami bagaimana bentuk inovasi tersebut.

Karena, ketika seseorang memahami inovasi, maka mereka akan lebih mudah mengadopsinya. Terdapat tiga pengetahuan yang dicari masyarakat dalam tahap ini, di antaranya adalah kesadaran bahwa inovasi tersebut ada, pengetahuan akan

penggunaan inovasi tersebut, dan pengetahuan yang mendasari bagaimana fungsi inovasi tersebut.

## 2). Tahap Persuasi (*Persuasion*)

Dalam tahapan persuasi atau *persuasion*, seseorang akan membentuk sikap untuk dapat menyetujui dan tidak menyetujui suatu inovasi. Dalam tahapan persuasi juga seseorang akan mencari tahu lebih dalam informasi mengenai inovasi baru tersebut, termasuk keuntungan dan kerugian menggunakan informasi tersebut. Pada tahapan ini, sikap yang ditunjukkan individu dapat berupa sikap baik maupun buruk. Beberapa individu juga membentuk persepsi mengenai inovasi tersebut. Pada tahap persuasi ada empat karakteristik yang dapat mempengaruhi inovasi, yaitu antara lain: a. *Relative advantage* (kualitas lebih bagus): Inovasi lebih dapat diterima bila individu/kelompok mempersepsikan inovasi tersebut memiliki kualitas yang lebih baik dibanding produk yang mereka pakai sebelumnya. b. *Compatibility* (sesuai kebutuhan): Inovasi lebih cepat diterima bila dapat memenuhi kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. c. *Complexity* (solusi masalah): Semakin mudah inovasi untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi, semakin cepat diadopsi. d. *Triability* (harga terjangkau): Semakin murah harga yang harus dibayarkan dalam persepsi seseorang atau sekelompok orang, semakin tinggi keberhasilan difusi suatu inovasi. e. *Observability* (mudah didapat): Semakin mudah didapat, semakin mudah pula difusi terjadi karena seseorang tidak perlu mengeluarkan waktu, tenaga dan biaya yang lebih besar untuk mendapatkan produk tersebut.

## 3). Tahap Keputusan (*Decision*)

Pada tahap keputusan atau *decision* ini, seseorang dapat membuat keputusannya terkait sebuah inovasi. Seseorang akan terlibat dalam aktivitas yang membawanya pada suatu pilihan akan mengadopsi inovasi tersebut atau bahkan menolaknya. Ada beberapa faktor dalam proses pada tahap keputusan ini yang nantinya akan mempengaruhi seseorang, yakni praktik sebelumnya, perasaan atau kebutuhan, keinovatifan, atau norma dalam sistem sosial.

#### 4). Tahapan Pelaksanaan (*implementation*)

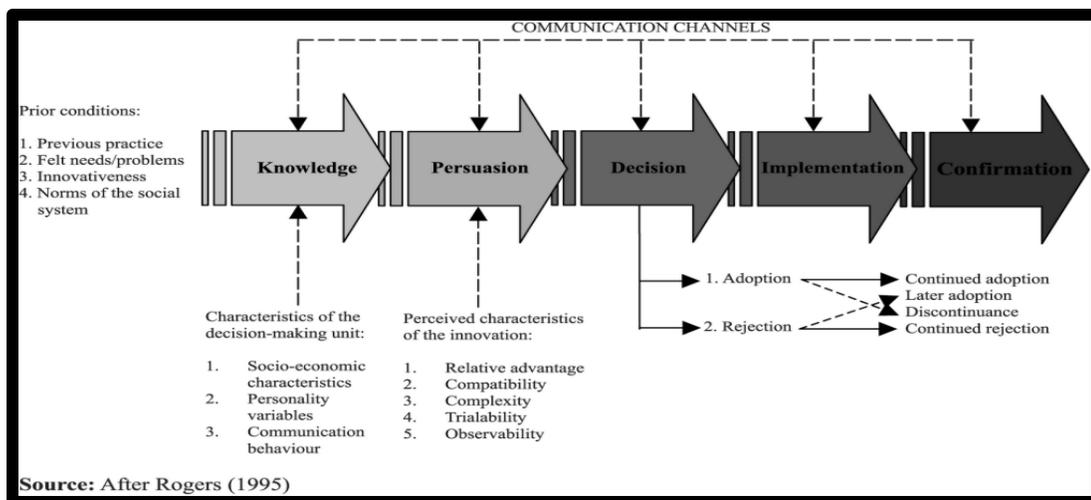
Pada tahapan pelaksanaan atau *implementation* ini, individu akan memilih untuk mengadopsi inovasi yang baru. Jika individu tersebut memilih untuk mengadopsi inovasi baru itu, maka ia akan menerapkannya dalam kehidupannya. Individu yang sudah menerapkan inovasi baru ke dalam aspek kehidupannya kemudian dikatakan sebagai adopter dari sebuah inovasi. Jika pada tahap sebelumnya proses yang terjadi lebih terkait *mental exercise* yakni berpikir dan memutuskan, maka dalam tahapan pelaksanaan kali ini seorang individu akan lebih ke arah perubahan tingkah laku.

#### 5). Tahapan Konfirmasi (*Confirmation*)

Pada tahapan konfirmasi atau *confirmation*, seseorang akan mengevaluasi dan memutuskan apakah akan terus menggunakan inovasi tersebut atau akan mengakhirinya.

Selain itu, seseorang juga akan mencari berbagai penguatan atas keputusan yang telah ia ambil sebelumnya. Apabila seseorang menghentikan penggunaan inovasi tersebut, bisa jadi dikarenakan karena ketidakpuasan individu terhadap inovasi tersebut atau mungkin karena ia menemukan inovasi yang lebih baik (Roger, 1996)

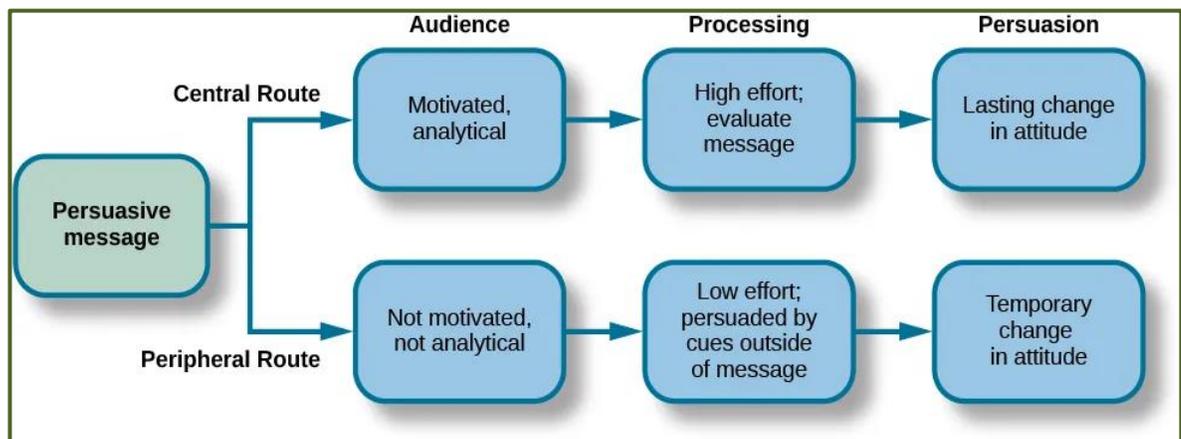
Gambar 2. Model Proses Pengambilan Keputusan Inovasi



Sumber : Rogers (1996)

Selain teori Difusi inovasi penelitian ini didukung juga oleh teori Elaboration Likelihood dan Individual Differences Theory. Teori Elaboration Likelihood dikembangkan oleh para ahli dari Ohio State University Amerika Serikat yaitu Richard E. Petty dan John T. Cacioppo pada tahun 1980. Keduanya adalah pakar komunikasi persuasive, teori ini menjelaskan bahwa terdapat dua jalan dalam persuasi, yakni jalan utama central) dan jalan tambahan (peripheral). Dengan jalan sentral, orang mengelaborasi pesan dengan menggunakan ide-ide yang cermat, dengan menetapkan kebaikan-kebaikannya dan merenungkan kemungkinan-kemungkinan akibat yang ditimbulkannya. Sedangkan dengan peripheral, bisa dihasilkan penerimaan secara cepat tanpa adanya pertimbangan pertimbangan yang panjang, adanya stimulus atau rangsangan tersebut, maka seseorang berubah sikapnya, meskipun terkadang hanya sesaat. Oleh Petty And Cacioppo dalam (Mubarok, 2014).

Gambar 3. The elaboration likelihood model of persuasion



Sumber: Petty & Cacioppo, 1986 (dalam Vaughan & Hogg, 2018)

Teori ini menyatakan bahwa setiap orang memiliki caranya sendiri dalam memproses sebuah pesan persuasif. Ada orang yang menilai sebuah pesan tanpa pertimbangan argumen yang mendasarinya dan ada juga orang yang memahami sebuah pesan secara detail dan kritis. Mubarok (2014)

*Elaboration likelihood model* (ELM) merupakan kombinasi dari dua elemen fungsi, yakni motivasi (*motivation*) dan kemampuan (*ability*) untuk memproses pesan. Motivasi dalam memproses pesan bergantung kepada beberapa faktor seperti *involvement*, *personal relevance*, dan tingkat kebutuhan individu. Kemampuan (*ability*) bergantung dari faktor tingkat pengetahuan individu, tingkat intelektual, dan peluang dalam memproses pesan. Asumsi yang mendasari teori ini adalah bahwa orang dapat memproses pesan persuasive dengan cara yang berbeda. Pada suatu situasi ini kita menilai sebuah pesan secara mendalam, hati-hati dan dengan pemikiran yang kritis, namun pada situasi lain kita menilai pesan sambil lalu saja tanpa mempertimbangkan argument yang mendasari isi pesan tersebut. Kemungkinan untuk memahami pesan persuasif secara mendalam bergantung pada cara seseorang memproses pesan. Pesan ini diterima dan disalurkan melalui dua jalur yang berbeda yakni *central route* dan *peripheral route*.

Permasalahannya sejauh mana mereka menganggap adanya relevansi dengan dengan pesan yang diterima. Seseorang memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap pesan tersebut karena mereka membutuhkan informasi tersebut atau relevan secara pribadi atau terkait langsung pada kehidupan mereka sendiri. Rasa ketertarikan mereka rendah jika pesan tersebut tidak mereka butuhkan secara pribadi.

Dalam ELM ketika individu memiliki kebutuhan atau ketertarikan maka mereka akan termotivasi untuk memikirkan dan mempertimbangkan argumen dalam pesan dengan hati-hati. Bahkan mungkin mereka menentang argumen yang disampaikan dalam pesan, dan mereka juga dapat mengubah sikap mereka jika argumen cukup menarik untuk meyakinkan mereka bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan dengan mengadopsi inovasi atau pesan yang disampaikan.

Sebaliknya, jika individu merasa tidak ada hubungan dengan pesan yang diterima, maka orang tersebut memiliki sedikit motivasi untuk fokus pada pesan argumen yang disampaikan. Masalahnya adalah merasa konsekuensi pribadi yang kecil; maka tidak tertarik untuk mempertimbangkan pesan yang diterimanya. Sehingga menggunakan jalan pintas untuk memutuskan apakah akan menerima pesan komunikator. Mereka

memproses pesan secara perifer, tidak peduli dengan substansi komunikasi. (Petty dan Caciopo dalam Perloff, 2017)

Kebutuhan akan kognisi (NFC) adalah kebutuhan untuk memahami dunia dan menggunakan pemikiran untuk mencapai tujuan. Orang-orang yang memiliki NFC tinggi senang berpikir secara abstrak. Mereka akan mengkonsultasikan masalah atau pesan yang disampaikan walaupun mereka tidak sedang dipengaruhi oleh pesan persuasi. Berbeda halnya dengan orang yang kebutuhan kognisinya rendah maka, berpikir bukanlah ide kesenangan (mereka) dan mereka hanya berpikir sekeras mereka butuhkan. Mereka tidak tertarik untuk berkonsultasi tentang masalah yang disampaikan.

Kebutuhan kognisi berbeda dengan kecerdasan, walaupun keduanya ada keterkaitan, orang yang cerdas secara verbal belum tentu dia memiliki ketertarikan untuk berfikir secara abstrak. Hubungan kebutuhan akan kognisi dengan persuasi adalah individu yang tinggi NFC nya akan memiliki banyak argumen dari pesan yang disampaikan, menghasilkan lebih banyak masalah yang relevan dengan pikiran, dan mencari lebih banyak informasi tentang masalah kompleks daripada yang rendah NFC nya.

(Briñol & Petty dalam Perloff, 2017).

Mengingat bahwa orang-orang yang memiliki NFC tinggi suka berpikir, mereka harus lebih dipengaruhi oleh argumen kualitas pesan daripada yang rendah NFC. Dan faktanya, argumen masalah yang meyakinkan memang lebih berbobot dengan NFC tinggi. Sebaliknya, NFC yang rendah lebih dipengaruhi oleh isyarat yang menyelamatkan mereka dari usaha berpikir. Mereka lebih sering terombang-ambing oleh berbagai isyarat sederhana, seperti kredibilitas sumber, daya tarik komunikator, dan dukungan selebriti. Yang pasti, ada kalanya individu dengan NFC rendah akan memperhatikan pesan, ketika menemui masalah terkait langsung dengan kehidupan pribadi mereka, orang-orang dengan NFC rendah akan memproses argumen secara *perifer*.

Maka dapat disimpulkan bahwa ketika menyampaikan pesan persuasi langsung ke orang yang mereka memiliki NFC tinggi, mereka harus memastikannya bahwa

mereka menggunakan argumen yang kuat atau membuat daya tarik yang meyakinkan terhadap nilai-nilai responden. Jika, di sisi lain, pesan ditujukan kepada responden dengan NFC rendah, seharusnya para pembujuk kembangkan daya tarik yang tidak membebani kapasitas mental orang-orang ini. Ajakan yang sederhana dan lebih sederhana, sangat disarankan.

Seseorang dengan NFC tinggi mempersiapkan mental ketika menghadapi situasi menjadi rumit, menerima pesan dengan semangat melibatkan proses berpikir mereka, mereka ikut masuk ke dalam masalah tersebut. Sebaliknya, individu yang memiliki kebutuhan rendah akan kognisi menggunakan energi kognitif saat mereka mengira pesannya akan sederhana, tetapi mereka tidak mengantisipasi ketika menjadi kompleks. Menganggap pesan tersebut sesuai dengan preferensi intelektual mereka. Tetapi ketika mereka mengira itu akan rumit, mereka menghindar, enggan mencurahkan energi untuk pesan dengan kerumitan yang tidak semestinya. Kunci komunikasi persuasi adalah menerima individu apa adanya dan siapa mereka. Komunikator lebih mungkin berhasil jika mereka mencocokkan pesan dengan gaya kepribadian individu. Individu yang senang berpikir lebih cenderung berubah pikiran ketika mereka menerima pesan meyakinkan yang merangsang pemrosesan pusat. Sebaliknya, orang yang membuat keputusan berdasarkan intuisi dan firasat mungkin lebih terpengaruh oleh pesan-pesan itu sketsa visi atau menarik hati sanubari.

Mempertimbangkan berbagai cara individu yang tinggi atau rendah dalam hal tertentu karakteristik kepribadian memproses pesan persuasif dan menyesuaikan komunikasi dengan gaya mereka.

Selanjutnya adalah kemampuan orang tersebut untuk memproses pesan. Situasi dapat meningkatkan atau menghambat kemampuan individu untuk memproses sebuah pesan.

Ketika individu memiliki kemampuan untuk menguraikan pesan, segalanya menjadi sama, mereka tertarik ke rute pusat. Ketika mereka tidak memiliki kemampuan untuk memahami argumen pesan, mereka mengandalkan heuristik dan melihat ke isyarat periferia.

Pertimbangkan pengetahuan sebagai contoh kemampuan. Ketika orang tahu banyak tentang suatu masalah, mereka memproses informasi dengan hati-hati dan terampil. Mereka lebih mampu memisahkan gandum dari sekam daripada mereka yang memiliki sedikit pengetahuan. Mereka lebih mampu mengevaluasi kekuatan informasi dan mahir dalam mengidentifikasi kekurangan dalam argumen suatu pesan. (Wood dalam Perloff, 2017).

Sebaliknya, orang dengan pengetahuan minimal tentang suatu topik tidak memiliki latar belakang untuk membedakan argumen yang kuat dari yang lemah. Mereka juga mungkin kurang percaya diri untuk memberikan pendapat. Mereka adalah prosesor perifer, seringkali rentan terhadap isyarat perifer pada pesan tentang topik yang disampaikan.

*Individual Differences Theory* Dikembangkan oleh Melvin DeFleur. Asumsi dasar teori ini menyatakan bahwa pesan-pesan yang disampaikan media massa ditangkap oleh individu sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Dalam konteks ini, individu dinilai terdiri atas sejumlah orang yang memiliki perbedaan baik dari aspek perhatian, minat, keinginan maupun latar belakang (pendidikan, agama, budaya, ekonomi dan lain sebagainya). Oleh karena itu, efek penerimaan pesan pada individu juga akan menghasilkan efek yang beragam. Teori ini juga secara tidak langsung membantah bahwa semua orang memiliki kesamaan dalam hal kecenderungan, minat, perhatian dan penerimaan serta efek yang sama dari hasil terpaan media. (Mukarom, 2020)

Meskipun untuk beberapa istilah kepribadian mengacu pada semua aspek individualitas seseorang, di lapangan menjadi ukuran adalah kemampuan dan kepribadian. Kemampuan dipandang sebagai ukuran kinerja maksimal. Kemampuan diartikan sebagai yang terbaik yang dapat dilakukan seseorang pada suatu ukuran tertentu dalam waktu yang terbatas atau dengan waktu yang tidak terbatas. Ukuran kepribadian adalah bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri dan dirasakan oleh orang lain. Hal yang sama yang digunakan untuk mengukur struktur kemampuan kognitif telah diterapkan untuk mengidentifikasi domain kepribadian.

Perbedaan individu memengaruhi sikap, perilaku, pendapat, proses berpikir, preferensi, kemampuan, dan lain-lain, dan perbedaan ini berasal dari faktor-faktor seperti budaya, kepribadian, jenis kelamin, dan perkembangan kita. Ada konsekuensi dari perbedaan individu; Pendapat yang berbeda dapat memisahkan dan memecah belah orang. Budaya kita membentuk hidup kita, dan memengaruhi banyak hal tentang kita, mulai dari perilaku hingga pola pikir. Perbedaan individu membedakan satu orang dari yang lain, perbedaan ini dapat mencakup sikap, pendapat, dan preferensi keseluruhan untuk berbagai bidang kehidupan.

### **2.2.2. Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang. (Mulyana, 2008)

Proses komunikasi ini berjalan sesuai dengan situasi dan kondisi dari peserta. Dalam komunikasi interpersonal melibatkan dua orang dalam jarak yang dekat (*dyadic communication*). Komunikasi interpersonal sangat erat kaitannya dengan relasi yang terjalin antara komunikandan dan komunikator. Komunikasi mereka saling terlibat dalam suatu hubungan yang saling menguntungkan dan saling ketergantungan serta menimbulkan kepuasan hati pada kedua belah pihak. Suranto dalam (Nur, 2018).

Komunikasi interpersonal juga bersifat prosesual, transaksional, individual, pengetahuan personal, dan menciptakan makna. Prosesual, karena komunikasi interpersonal adalah proses yang berkelanjutan. Ini berarti komunikasi senantiasa berkembang dan menjadi lebih personal dari masa ke masa. Transaksional, karena pada dasarnya komunikasi interpersonal adalah proses transaksi antara beberapa orang. Sifat transaksional secara alami terjadi dalam komunikasi interpersonal berdampak pada tanggung jawab komunikator untuk menyampaikan pesan secara jelas. Individual, karena bagian terdalam dari komunikasi interpersonal melibatkan manusia sebagai individu yang unik dan berbeda dengan orang lain. Pengetahuan

Personal, karena komunikasi interpersonal membantu perkembangan pengetahuan personal dan wawasan kita terhadap interaksi manusia. Agar dapat memahami keunikan individu, kita harus memahami pikiran dan perasaan orang lain secara personal. Menciptakan Makna, karena inti dari komunikasi interpersonal adalah berbagi makna dan informasi antara dua belah pihak Dixon, dalam (Nur, 2018).

Richard L. Weaver dalam (Budyatna, 2011) menyebutkan karakteristik-karakteristik komunikasi antarpribadi, terdapat delapan karakteristik dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

- 1). Melibatkan paling sedikit dua orang. Komunikasi antarpribadi melibatkan paling sedikit 2 orang, Apabila kita mendefinisikan komunikasi antarpribadi dalam jumlah orang yang terlibat, haruslah diingat bahwa komunikasi antarpribadi sebetulnya terjadi antara dua orang yang merupakan bagian dari kelompok yang lebih besar.
- 2). Adanya umpan balik atau feedback. Umpan balik merupakan pesan yang dikirim kembali oleh penerima kepada pembicara.
- 3). Tidak harus tatap muka. Komunikasi antarpribadi tidak harus tatap muka.
- 4). Tidak harus bertujuan. Komunikasi antarpribadi tidak harus selalu disengaja atau dengan kesadaran. Kita mungkin mengambil keputusan untuk tidak dekat-dekat dengan seseorang karena sifatnya yang kasar atau tindak tanduknya yang tidak kita setujui.
- 5). Menghasilkan beberapa pengaruh atau effect. Untuk dapat dianggap sebagai komunikasi antarpribadi yang benar, maka sebuah pesan harus menghasilkan atau memiliki efek atau pengaruh.
- 6). Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata. Bahwa kita dapat berkomunikasi tanpa kata-kata seperti pada komunikasi nonverbal.
- 7). Dipengaruhi oleh konteks. Konteks merupakan tempat dimana pertemuan komunikasi terjadi termasuk apa yang mendahului dan mengikuti apa yang dikatakan

- 8). Dipengaruhi kegaduhan atau noise. Kegaduhan atau noise ialah setiap rangsangan atau stimulus yang mengganggu dalam proses pembuatan pesan. Kegaduhan/ kebisingan atau noise dapat bersifat eksternal, internal, atau semantik.

Komunikasi antarpribadi bisa dilakukan secara langsung (tatap muka), bisa juga menggunakan fasilitas telepon, chatting, facebook, Instagram, dan twitter. Perkembangan teknologi komunikasi membuat komunikasi antarpribadi berjalan melalui banyak medium. Sebuah contoh kasus adalah facebook. Melalui media tersebut, orang seringkali lebih terbuka dan mau berbagi. Sementara di dunia nyata dia adalah pribadi yang tertutup.

### **2.2.3. Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Apabila jumlah orang dalam kelompok itu sedikit yang berarti kelompok itu kecil, komunikasi yang berlangsung disebut komunikasi kelompok kecil. Namun apabila jumlahnya banyak berarti kelompoknya dinamakan komunikasi kelompok besar. (Effendy, 2003)

Michael Burgoon dan Michael Ruffner memberi batasan dalam komunikasi kelompok yaitu interaksi tatap muka yang dilakukan lebih dari tiga individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki. Tujuan tersebut bisa bermacam-macam, antara lain berbagi informasi, atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik anggota lainnya dengan akurat (*the face-to-face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self-maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately*) (Sendjaja, 2003).

Lebih lanjut, dijelaskan bahwa dalam komunikasi kelompok terdapat empat elemen, empat elemen tersebut yaitu :

1. Tatap muka Setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus mengatur umpan balik secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya. Makna tatap muka berkaitan erat dengan adanya interaksi di antara semua anggota kelompok.
2. Partisipan jumlah partisipan harus berkisar antara 2 sampai 20 orang. Pertimbangannya, jika jumlah partisipan melebihi 20 orang maka interaksi dimana setiap kelompok mampu melihat dan mendengar anggota lainnya sangat minim terjadi. Sehingga nantinya kurang tepat jika dikatakan komunikasi kelompok
3. Maksud atau tujuan Tujuan atau maksud dari sebuah kelompok akan memberikan beberapa tipe identitas kelompok. Tipe identitas kelompok tersebut dibagi berdasarkan tujuan kelompok dibagi menjadi 3, yaitu : a. Berbagi informasi : komunikasi yang dilakukan guna menanamkan pengetahuan b. Pemeliharaan diri : memusatkan perhatian kepada anggota kelompok. Tindak komunikasi yang dihasilkan adalah kepuasan kebutuhan pribadi, kepuasan kebutuhan kolektif / kelompok bahkan kelangsungan hidup dari kelompok itu sendiri c. Pemecahan masalah : melibatkan pembuatan keputusan untuk mengurangi kesulitan – kesulitan yang dihadapi
4. Menumbuhkan karakteristik personal anggota lainnya secara akurat Anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan satu dengan yang lain dengan tujuan / maksud kelompok yang telah didefinisikan dengan jelas. Disamping itu, identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif stabil dan permanen.

#### **2.2.4. Komunikasi organisasi**

Komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu organisasi, ia merupakan proses penyampaian dan menafsirkan ide-ide, pesan dan perintah yang terjadi di dalam totalitas unit suatu organisasi, dengan menggunakan komunikasi yang relevan untuk mencapai pertumbuhan, perkembangan dan konsistensi kehidupan

organisasi. Komunikasi menjadi instrumen dalam menyebarkan berbagai informasi untuk dikerjakan oleh semua orang yang terlibat dalam organisasi, sehingga ia mampu menciptakan sinergi.

S. Djuarsa dalam R. Tua (2021) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia (human communication) yang terjadi dalam konteks organisasi. Oleh karena itu, ketika organisasi dianggap sekedar sekumpulan orang yang berinteraksi, maka komunikasi organisasi akan berpusat pada simbol-simbol yang akan memungkinkan kehidupan suatu organisasi, baik berupa kata-kata atau gagasan-gagasan yang mendorong, mengesahkan mengkoordinasikan dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi-situasi tertentu.

Dalam kenyataan yang ada komunikasi akan muncul dalam setiap proses organisasi. Bahkan dapat diilustrasikan bahwa organisasi yang tanpa komunikasi diibaratkan manusia yang kekurangan aliran darahnya, apabila kurang darahnya manusia yang menjadi lemah, demikian pula sebaliknya. Maka untuk itu komunikasi yang baik harus selalu dijaga agar tetap stabil sehingga tidak menimbulkan apa yang disebut miss communication. Organisasi merupakan komposisi sejumlah orang yang memiliki posisi atau peranan yang berbeda, maka akan terjadi pertukaran pesan yang membutuhkan jalan atau jaringan komunikasi tertentu. Untuk itu setiap komunikator harus mampu memahami berbagai peranan dalam suatu organisasi. Menurut Muhammad (2005), ada enam jaringan komunikasi dalam organisasi yaitu:

- 1) *Opinion leader*, adalah pimpinan informal dalam organisasi. Mereka tidaklah selalu orang-orang yang mempunyai otoritas formal dalam organisasi tetapi membimbing tingkah laku organisasi dan mempengaruhi keputusan mereka.
- 2) *Gate keepers*, adalah individu yang mengontrol arus informasi di antara anggota organisasi.
- 3) *Cosmopolities*, adalah individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungannya. Mereka mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada dalam lingkungan dan memberikan informasi mengenai organisasi kepada orang-orang tertentu pada lingkungannya.

- 4) *Bridge*, adalah anggota kelompok atau klik dalam satu organisasi yang menghubungkan kelompok dengan kelompok lainnya. Individu ini membantu saling memberi informasi di antara kelompok-kelompok dan mengkoordinir kelompok.
- 5) *Laison*, adalah sama perannya dengan “bridge ” tetapi individu itu sendiri bukanlah anggota dari satu kelompok, tetapi merupakan penghubung di antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Individu ini juga membantu dalam membagi informasi yang relevan di antara kelompok-kelompok dalam organisasi.
- 6) *Isolate*, adalah anggota organisasi yang mempunyai kontak minimal dengan orang lain dalam organisasi. Orang-orang ini menyembunyikan diri dalam organisasi atau diasingkan oleh teman-temannya.

Secara umum, jaringan komunikasi dalam organisasi dapat dibedakan atas jaringan komunikasi formal dan jaringan komunikasi informal (*grapevine communication*).

Komunikasi formal adalah komunikasi yang dilakukan melalui struktur organisasi secara hierarkis dan menggunakan jaringan komunikasi formal. Beberapa jenis komunikasi formal yaitu antara lain:

- (1) Komunikasi vertikal dari atas ke bawah, yaitu komunikasi yang menyalurkan informasi dari eselon atas ke eselon bawahnya atau ke anggota sistem sosial. Fungsi dari komunikasi ini adalah untuk
  - Menjelaskan dan membangun dukungan pelaksanaan visi, misi dan strategi organisasi.
  - Memberi perintah kepada pengikut
  - Menjelaskan kebijakan dan pelaksanaannya
- (2) Komunikasi vertikal dari bawah ke atas, yaitu komunikasi yang menyalurkan informasi dari anggota organisasi atau eselon bawah ke eselon atasannya. Komunikasi vertikal berfungsi untuk:
  - Mengumpulkan Informasi yang berharga.
  - Memberikan kesempatan kepada para pengikut untuk mengemukakan keluhan dan mengajukan pertanyaan.
  - Memperoleh balikan

- Mengemukakan problem pelaksanaan tugas
- (3) Komunikasi horizontal, yaitu komunikasi yang menyalurkan informasi dari unit kerja yang eselonnya sama. Komunikasi horizontal berfungsi untuk:
  - Mengkoordinasikan aktivitas
  - Berbagai informasi
  - Memecahkan problem dan konflik
  - Mengembangkan kerjasama dan saling mengerti.

Komunikasi informal adalah komunikasi yang berlangsung tidak melalui struktur hierarki organisasi formal dan tidak menggunakan channel yang telah ditetapkan secara formal. Informasi yang disalurkan melalui komunikasi informal antara lain gosip, rumor, desas, desus, atau informasi yang tidak mungkin diperoleh oleh anggota organisasi melalui komunikasi formal. Hodgetts & Dovel (dalam Wirawan 2002)

Organisasi informal adalah kumpulan dari dua orang atau lebih yang terlibat pada suatu aktivitas serta tujuan bersama yang tidak disadari. Kegiatan organisasi informal bisa terjadi dengan adanya kegiatan perkumpulan beberapa orang yang tidak resmi dan mungkin tanpa disadari orang-orang pada umumnya telah melakukan kegiatan organisasi informal tersebut. Organisasi informal merupakan struktur sosial yang saling terkait yang mengatur bagaimana orang bekerja sama dalam suatu kegiatan. Ini merupakan gabungan dari perilaku, interaksi, norma, hubungan pribadi dan profesional melalui dimana pekerjaan dilakukan dan hubungan dibangun di antara orang-orang yang memiliki afiliasi organisasi atau kelompok afiliasi yang sama. Organisasi informal berkembang secara organik dan spontan sebagai respons terhadap perubahan lingkungan kerja dan dinamika sosial yang kompleks dari para anggotanya.

Sedangkan menurut Hicks dan Gullet dalam (Irawan,2018), organisasi informal terdiri dari hubungan tidak resmi yang tidak dapat dihindari terjadi antara individu dan kelompok dalam organisasi formal. Oleh karena itu organisasi informal diperlukan untuk organisasi organisasi formal sebagai sarana komunikasi yang bersifat kohesi, dan untuk melindungi integritas individu dalam organisasi formal.

Organisasi Informal muncul dari interaksi sosial. Disimpulkan dari kajian yang dilakukan oleh The Hawthorne Study (The Hawthorne Study Report, 2017) bahwa organisasi informal merupakan bagian integral dari keseluruhan situasi kerja. Organisasi informal adalah jaringan hubungan pribadi dan sosial yang muncul secara spontan saat orang melakukan kontak satu sama lain dan bukan hasil dari otoritas formal. Kekuasaan dalam organisasi informal melekat pada orang dan tidak pada posisi dan itu diberikan oleh anggota, kelompok terlepas dari posisi dalam struktur formal atau dicapai oleh pemimpin.

Fungsi Organisasi Informal Keith Davis (dalam Irawan 2018) menyarankan agar kelompok informal melayani setidaknya empat fungsi utama dalam struktur organisasi formal.

a. Melestarikan nilai-nilai budaya dan sosial.

Mereka mengabadikan nilai-nilai budaya dan sosial yang dimiliki kelompok ini. Nilai-nilai tertentu biasanya sudah umum dimiliki oleh anggota kelompok informal. Interaksi sehari-hari memperkuat nilai-nilai ini yang mengabadikan gaya hidup tertentu dan mempertahankan kesatuan kelompok dan integritas.

b. Organisasi informal memberikan status sosial dan kepuasan yang mungkin tidak diperoleh dari organisasi formal.

c. Mempromosikan komunikasi antar anggota, kelompok informal mengembangkan saluran komunikasi atau sistem (yaitu, selentingan) untuk menjaga agar anggotanya mengetahui tentang tindakan manajemen yang akan mempengaruhi mereka dalam berbagai cara.

d. Menyediakan kontrol sosial. Mereka memberikan kontrol sosial dengan mempengaruhi dan mengatur perilaku di dalam dan di luar kelompok. Kontrol internal membujuk anggota kelompok untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidupnya.

Setiap pesan yang disampaikan dalam komunikasi organisasi mempunyai alasan tertentu mengapa dikirimkan dan diterima oleh orang-orang tertentu dalam komunitas organisasi tersebut. Menurut Muhammad (1995), ada beberapa fungsi pesan yang

disampaikan dalam komunikasi organisasi, yang berhubungan dengan tugas-tugas kemanusiaan, dan pembaharuan dalam organisasi, yaitu:

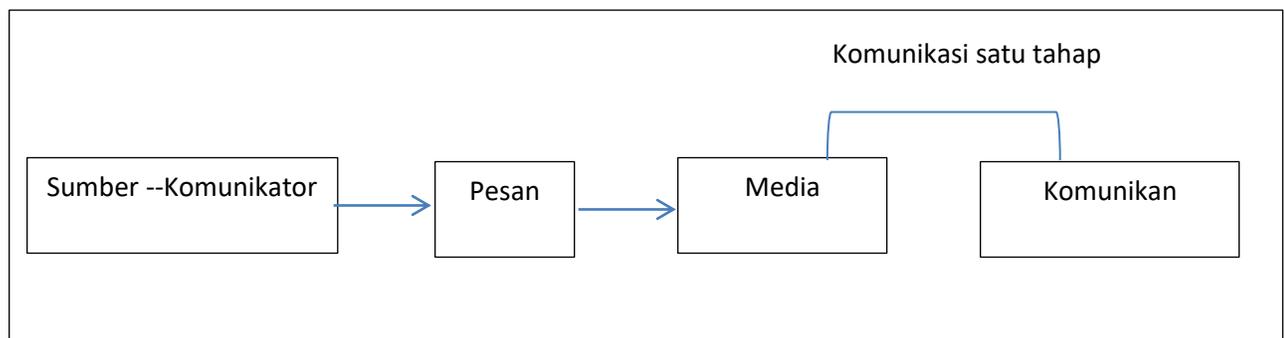
- 1) Pesan tugas, yaitu pesan-pesan yang berkenaan dengan pelaksanaan tugas tugas organisasi oleh anggota organisasi. Pesan tersebut mencakup pemberian informasi kepada bawahan untuk melakukan tugas secara efisien, seperti pemberian latihan, orientasi, penentuan tujuan, produktivitas dan lainlain.
- 2) Pesan pemeliharaan, yaitu pesan yang berkenaan dengan kebijaksanaan dan pengaturan organisasi, pesan ini mencakup perintah, ketentuan, prosedur, aturan dan kontrol yang diperlukan untuk mempermudah gerakan organisasi untu mencapai output sistem.
- 3) Pesan kemanusiaan, yaitu diarahkan kepada orang-orang dalam organisasi dengan mempertimbangkan sikap mereka, pesan ini berkenaan dengan hubungan interpersonal, konsep diri perasaan dan moral. Yang termasuk dalam kategori pesan ini adalah penghargaan terhadap hasil yang dicapai, penyelesaian konflik antara individu atau kelompok aktivitas informal dan bimbingan.
- 4) Pesan pembaharuan, yaitu suatu pesan yang menjadikan organisasi dapat menyesuaikan diri dengan perubahan perubahan yang terjadi dalam lingkungannya. Untuk itu suatu organisasi membuat rencana-rencana baru, aktivitas aktivitas baru, program-program baru, proyek- proyek baru dan saran-saran baru pula. Komunikasi organisasi adalah sebagai salah satu alat pada proses difusi inovasi untuk membantu pencapaian tujuan organisasi.

#### **2.2.5. Model Komunikasi Alir Satu Tahap (*One- Step Flow Model*)**

Menurut Verling dalam (Wiryanto, 2004) Model alir satu tahap menyatakan bahwa saluran-saluran media berkomunikasi secara langsung secara langsung kepada khalayak, dalam arti bahwa pesan-pesan media mengalir tanpa harus ada opinion leader dengan pesan-pesan komunikasi yang sama dengan efek yang ditimbulkan tidak selalu sama untuk masing-masing penerima. Model ini memformulasikan bahwa :

1. Media bukanlah *all power full* dan tidak semua media mempunyai kekuatan yang sama
2. aspek-aspek seleksi penyaringan dari khalayak seperti: selective exposure, selective perception, dan selective retention mempengaruhi dampak pesan.
3. Kemungkinan timbulnya reaksi atau efek yang berbeda dikalangan audience penerima pada pesan media yang sama.

Gambar 4 : Model Komunikasi satu tahap



Sumber : Hasil Penelitian

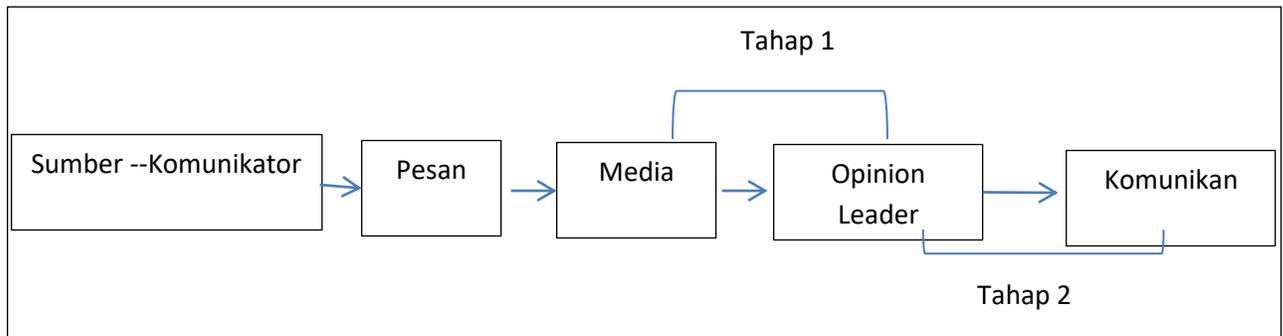
### 2.2.6. Komunikasi Dua Tahap

Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan H. Gaudet dalam *People's Choice*. Lazarsfeld menyatakan dalam komunikasi dua tahap bahwa pengaruh media massa tidak secara langsung mengenai individu, tetapi terlebih dahulu sampai ke pemuka pendapat (*opinion leader*). (Muhammad Mufid, 2007)

Menurut model ini, penyebaran dan pengaruh informasi yang disampaikan melalui media massa kepada khalayaknya tidak terjadi secara langsung (satu tahap), melainkan melalui perantara seperti misalnya "pemuka pendapat" (*opinion leaders*). Dengan demikian proses pengaruh penyebaran informasi melalui media massa terjadi dalam dua tahap:

- Pertama, informasi mengalir dan media massa ke para pemuka pendapat (opinion leaders);
- Kedua, pemuka pendapat meneruskan informasi (opini) tersebut ke sejumlah orang yang menjadi pengikutnya.

Gambar 5. Komunikasi 2 Tahap



Sumber : Hasil Penelitian

Menurut Sendjaja, teori komunikasi dua tahap dan konsep pemuka pendapat memiliki asumsi-asumsi sebagai berikut:

- a) Individu tidak terisolasi dari kehidupan sosial, tetapi merupakan anggota dari kelompok-kelompok sosial dalam berinteraksi dengan orang lain;
- b) Respons dan reaksi terhadap pesan dari media tidak terjadi secara langsung dan segera, tetapi melalui perantara dan dipengaruhi oleh hubungan-hubungan sosial tersebut;
- c) Ada dua proses yang berlangsung, yang pertama mengenai penerimaan dan perhatian dan yang kedua berkaitan dengan respons dalam bentuk persetujuan atau penolakan terhadap upaya mempengaruhi atau penyampaian informasi.
- d) Individu tidak bersikap sama terhadap pesan media, melainkan memiliki berbagai pesan yang berbeda dalam proses komunikasi, dan khususnya dapat dibagi diantara mereka yang secara aktif menerima dan menyebarkan gagasan dari media, dan mereka yang semata-mata hanya mengandalkan hubungan personal dengan orang lain sebagai panutannya.

e) Individu-individu yang berperan lebih aktif (pemuka pendapat) ditandai oleh penggunaan media massa yang lebih besar, tingkat pergaulan yang lebih tinggi, anggapan bahwa dirinya berpengaruh terhadap masing-masing lain, dan memiliki pesan sebagai sumber informasi dan panutan. ( Burhan Bungin,2008)

### **2.2.7. New Media**

Menurut Rahmanita Ginting (2021) New media adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik. Media baru lahir dari pesatnya perkembangan teknologi yang sering digunakan manusia. Disadari atau tidak, new media telah memberi banyak manfaat bagi kehidupan manusia saat ini. Manfaat lain dari new media adalah efisiensi dalam berkomunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia bisa saling berkomunikasi meskipun berbeda lokasi dan zona waktunya.

### **2.2.8. Media Sosial**

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation).

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial

### **2.2.8.1. Fungsi sosial media**

Fungsi-fungsi sosial media adalah sebagai berikut :

#### **1) Komunikasi**

Fungsi pertama dari media sosial tentunya adalah komunikasi. Sebelum berkembang hingga seperti ini, media sosial pada awalnya hanya berfokus pada membangun ekosistem komunikasi yang baik bagi pengguna. Namun, seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi, media sosial lebih dari hanya komunikasi, media sosial telah menjadi dunia kedua bagi manusia di seluruh belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi. Media sosial telah berhasil membangun komunikasi yang tanpa batasan waktu dan geografi.

#### **2) Branding**

Fungsi kedua dari media sosial yaitu branding. Setelah berhasil membangun tempat berkumpul untuk seluruh manusia dari berbagai belahan dunia, media sosial selalu berkembang dan menyediakan berbagai kebutuhan dari manusia, salah satunya yaitu branding. Branding sendiri adalah cara seseorang dalam membangun sebuah citra di mata banyak orang.

Untuk melakukan branding, pengguna biasanya memiliki cara yang unik dan khas untuk mendesain akun media sosial sehingga menarik untuk dilihat pengguna yang lain. Hal inilah yang menjadikan akun media sosial mirip seperti dunia nyata, karena setiap orang memiliki ciri khasnya masing-masing.

#### **3) Tempat Usaha**

Fungsi ketiga dari media sosial adalah sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis. Setelah berhasil menyediakan komunikasi dan branding, sosial media perlahan berkembang sehingga membuat setiap penggunanya dapat membangun sebuah usaha dalam jaringan atau online. Sebagai tempat yang terbuka selama 24 jam, media sosial terbukti sangat memudahkan penggunanya untuk membangun suatu bisnis secara maya. Hal ini diprediksi memiliki banyak potensi untuk menjangkau lebih banyak orang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata.

#### 4) Marketing

Fungsi keempat dari media sosial adalah untuk melakukan marketing atau pemasaran. Sebagai platform yang hampir selalu digunakan oleh manusia, sekarang ini media sosial berhasil menciptakan layanan yang memudahkan pebisnis untuk mengenalkan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Cara ini terbukti efektif untuk meningkatkan keuntungan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan kebutuhannya.

#### **2.2.8.2. Manfaat media sosial**

##### 1) Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan

Beberapa platform media sosial yang sekarang tersedia bisa dimanfaatkan untuk belajar, mulai dari mencari berbagai informasi, data, hingga isu yang sedang hangat di masyarakat. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi kepada para pengguna lainnya, baik teman di dunia nyata maupun teman di dunia maya.

##### 2) Sarana Dokumentasi, Administrasi, dan Integrasi

Manfaat kedua yang bisa didapatkan dari menggunakan sosial media adalah untuk membuat dokumentasi, administrasi, hingga integrasi. Aplikasi media sosial pada dasarnya adalah sebuah tempat untuk Kamu menyimpan berbagai konten, mulai dari profil, informasi, reportase, kejadian, rekam peristiwa, sampai pada hasil riset-riset kajian. Tidak hanya itu, ini adalah beberapa manfaat dari media sosial, seperti membuat blog organisasi, melakukan integrasi berbagai lini pada suatu perusahaan, membagikan konten yang relevan sesuai target masyarakat, dan efektivitas operasional organisasi.

##### 3) Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen

Manfaat yang ketiga dari media sosial adalah sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen. Di tangan para ahli manajemen dan marketing, media sosial bisa berubah menjadi salah satu senjata yang digunakan untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet

pelanggan setia, menjajaki pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan tanggapan dari para konsumen atau masyarakat.

#### 4) Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran

Terakhir, manfaat sosial media keempat adalah sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran. Media sosial sendiri dapat digunakan untuk melakukan kontrol terhadap organisasi sekaligus melakukan evaluasi, mulai dari perencanaan dan strategi. Selain itu,

sosial media juga dapat mengolah data terkait tanggapan masyarakat dan pasar sebagai alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.

### **2.2.9. Opinion Leader**

Penelitian terkait difusi telah difokuskan pada lima unsur: (1) karakteristik suatu inovasi yang dapat mempengaruhi proses adopsi; (2) proses pengambilan keputusan yang terjadi ketika individu mempertimbangkan mengadopsi ide baru, produk atau praktek; (3) karakteristik individu yang membuat mereka cenderung untuk mengadopsi suatu inovasi; (4) konsekuensi bagi individu dan masyarakat mengadopsi suatu inovasi; dan (5) saluran komunikasi yang digunakan dalam proses adopsi.

Konsep opinion leader disini muncul sebagai salah satu elemen didalam sistem sosial yang memiliki pengaruh terhadap penyebaran inovasi. Rogers (1986) menyatakan bahwa inovasi adalah “an idea, practice, or object perceived as new by the individual.” (suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/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 (sesuatu yang baru) bagi sebagian orang tetapi bagi sebagian lainnya tidak, tergantung apa yang dirasakan oleh individu terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Sedangkan difusi 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.

Lazarsfeld memperkenalkan konsep aliran komunikasi dua langkah. Aliran ini memungkinkan tokoh masyarakat yang dapat menjadi penyambung lidah bagi informasi yang terdapat pada media massa. Opinion leader umumnya mempunyai status sosial yg tinggi pada mata warga dan bisa mempengaruhi opini publik. Temuan Lazarsfeld dipatahkan bersamaan semakin mudahnya akses media massa ke semua lapisan warga. Namun, opinion leader masih berperan besar bagi masyarakat dengan literasi digital yang rendah dan kesadaran yang rendah terhadap akses informasi penting. (Muhammad Mufid,2007)

Rogers mendefinisikan konsep opinion leader sebagai sejauh mana seorang individu dapat muncul dan mempengaruhi individu lain pada frekuensi tertentu melalui sikap atau perilaku yang dianggap tepat. Rogers dan Cartono juga mengkarakteristikan seorang opinion leader sebagai orang yang memberikan contoh sebuah nilai kepada orang-orang yang mengikutinya (Kotler & Keller, 2009).

Dominasi peran opinion leader dalam sistem sosial masyarakat Indonesia menjadikan posisi peran opinion leader sangat penting di Indonesia. Sehingga masyarakat menjadikan sering menjadikan opinion leader sebagai rujukan dalam permasalahan mereka. Di masyarakat pedesaan, opinion leader berada pada posisi yang sangat baik dan termasuk golongan elit, yang memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan masyarakat. Opinion leader termasuk dalam elit strategis masyarakat karena mereka adalah orang-orang yang berpengetahuan. Oleh karena itu, tidak heran jika opinion leader menjadi sumber legitimasi bagi berbagai aspek kehidupan masyarakat (Atho'illah, 2009).

#### **2.2.10. Agen Perubahan**

Menurut Havelock dalam Nasution (1990), agent of change yaitu orang yang membantu terlaksananya perubahan sosial atau suatu inovasi berencana. Menurut

Robbins & Coulter dalam (Supriyanto, 2016), agen perubahan adalah orang yang bertindak sebagai katalisator dan mengelola perubahan yang terjadi. Pengetian lebih luas menurut Griffin dan Pareek dalam (Wibowo, 2006), bahwa agen perubahan adalah orang profesional yang tugasnya membantu masyarakat atau kelompok merencanakan pembangunan atau membentuk kembali sasaran, fokus pada masalah, mencari pemecahan yang mungkin, mengatur bantuan, merencanakan tindakan, yang dimaksud untuk memperbaiki situasi, mengatasi kesulitan, dan mengevaluasi hasil dari usaha yang terencana.

Usaha yang dilakukan dalam pembangunan suatu masyarakat ditandai dengan adanya sejumlah orang yang menggerakkan dan menyebarkan proses perubahan tersebut. Mereka tersebutlah dinamakan sebagai agen perubahan. Seorang agen perubahan harus mampu menanamkan karakteristik dalam dirinya agar menjadi panutan atau teladan bagi sekelompok orang yang menjadi target perubahannya.

Agen perubahan selalu menanamkan pada dirinya sikap optimis demi terciptanya sebuah perubahan yang diharapkannya. Para individu atau kelompok yang diberi tanggung jawab untuk mengubah perilaku atau untuk melakukan perubahan dinamakan agen perubahan. Para ahli ilmu jiwa dan para konsultan, sering diminta bantuan mereka pada organisasi-organisasi sebagai agen-agen perubahan guna menghadapi bahkan mengikuti perubahan (Winardi, 2008).

Fungsi fungsi dari agen perubahan atau Agent of Change adalah sebagai berikut:

- 1) Catalyst (Penghubung), menggerakkan suatu masyarakat untuk melakukan perubahan.
- 2) Solution Giver (Memberikan solusi), memberikan solusi dalam suatu pemecahan masalah yang terjadi.
- 3) Process Helper (Memberikan pertolongan), sebagai tokoh yang membantu dalam proses perubahan.
- 4) Resources Linker (Sumber-sumber), sebagai penghubung dengan sumber-sumber yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang terjadi.

Tugas yang dilakukan oleh agen perubahan atau yang biasa kita sebut dengan Agent of Change adalah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan keinginan perubahan didalam masyarakat.
- 2) Menciptakan keinginan perubahan dikalangan masyarakat lainnya.
- 3) Menjalin dan membina hubungan dalam rangka melakukan perubahan.
- 4) Mendiagnosa permasalahan yang dihadapi masyarakat.
- 5) Melaksanakan perubahan atau menerjemahkan keinginan perubahan menjadi suatu tindakan yang nyata.
- 6) Menjaga kestabilan perubahan.

### **2.2.11. Hambatan-hambatan Komunikasi**

DeVito menjelaskan (2011), dalam salah satu elemen komunikasi interpersonal yaitu hambatan(barriers). Secara teknis, hambatan adalah hal apapun yang dapat mendistorsi pesan, apapun yang menghalangi penerima dalam menerima pesan. Ada empat tipe hambatan. Sangat penting artinya untuk mengidentifikasi tipe-tipe hambatan dan ketika memungkinkan, untuk mengurangi efek hambatan tersebut. Hambatan fisik, hambatan fisiologi, hambatan psikologi, dan hambatan semantik. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi, terdapat berbagai macam hambatan yang dapat merusak komunikasi itu sendiri.

Wursanto (2005) menyampaikan hambatan komunikasi terdiri dari tiga macam, yaitu:

- 1) Hambatan yang bersifat teknis
 

Hambatan yang bersifat teknis adalah hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti :

  - a. Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses komunikasi
  - b. Penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai
  - c. Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/ keadaan, dan kondisi peralatan
- 2) Hambatan semantik
 

Hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi.

### 3) Hambatan perilaku

Hambatan perilaku disebut juga hambatan kemanusiaan. Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti :

- a. Pandangan yang sifatnya apriori
- b. Prasangka yang didasarkan pada emosi
- c. Suasana otoriter
- d. Ketidakmauan untuk berubah
- e. Sifat yang egosentris

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan multi metode yang fokus, melibatkan interpretasi, pendekatan alamiah pada materi subjek. Ini berarti bahwa penelitian kualitatif studi segala sesuatu dalam setting alamiah mereka, berusaha mengerti dan menginterpretasi, fenomena dalam pengertian sesuai arti masyarakatnya. Penelitian kualitatif melibatkan studi menggunakan dan mengkoleksi variasi materi-materi empiris, studi kasus, pengalaman personal, introspektif, life history, interview, observasi, sejarah, interaksional, dan teks visual yang menggambarkan rutinitas dan problem waktu dan arti hidup individual. Denzin dan Yvonna S dalam (Susilo, 2017)

Penelitian kualitatif menekankan realitas alami konstruksi sosial, hubungan kedekatan antar peneliti dan yang diteliti dan suasana situasional yang menajamkan penelitian. Pencarian jawaban pertanyaan penelitian yang menekankan bagaimana pengalaman sosial dibentuk dan memberikan arti. Denzin dan Yvonne dalam (Susilo, 2017)

Paradigma digunakan dalam metode penelitian kualitatif ini adalah konstruktivisme. Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisnya paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah dan masuk akal paradigma juga bersifat normatif menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang. (Mulyana, 2008)

Paradigma konstruktivis ini menjadi pedoman arah berpikir peneliti dalam mencari, menemukan dan menjelaskan makna dari realitas yang telah dikonstruksi oleh subjek

atau informan penelitian terhadap difusi inovasi budikdamber pada masyarakat Lampung Selatan.

### **3.2. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena focus penelitian mengarahkan jalannya suatu penelitian. Agar tidak terjebak dengan banyaknya data-data yang masuk yang tidak sesuai dengan masalah penelitian. Fokus memberikan batas dalam studi dan batasan dalam pengumpulandata, sehingga peneliti focus memahami masalah yang menjadi tujuan penelitian. Didalam rancangan penelitian kualitatif, focus kajian penelitian dan/atau pokok soal yang hendak diteliti, mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian serta yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas. (Burhan, 2012)

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada proses difusi inovasi budidaya ikan dalam ember (Budikdamber) dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan. Aspek-aspek yang menjadi focus penelitian ini adalah :

- 1) Proses difusi inovasi budidaya ikan dalam ember dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan.
- 2) Hambatan yang terjadi dalam proses difusi inovasi budidaya ikan dalam ember dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan.

### **3.3. Kriteria Pemilihan Informan**

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2017), "*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu". Agar sesuai dengan permasalahan dan tujuan dari penelitian ini, maka yang menjadi subjek penelitian ditentukan berdasarkan karakteristik sebagai berikut :

- 1) Subjek ditentukan dari perannya sebagai opinion leader dalam proses difusi inovasi budidaya ikan dalam ember (Budikdamber) pada masyarakat Kabupaten

Lampung Selatan ataupun subjek yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber yang merupakan anggota masyarakat Kabupaten Lampung Selatan.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah :

- 1) Tulas Aprilia, M.Si. Tenaga pengajar Politeknik Negeri Lampung, yang melakukan pembinaan ke masyarakat kabupaten Lampung Selatan.
- 2) Pak Waris, Penyuluh Lapangan dari Dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan.
- 3) Lia Yulianti, Penyuluh Lapangan dari Dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan.
- 4) Saryatun, Ibu rumah tangga dari desa Simbaringin Kecamatan Natar Lampung Selatan, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber.
- 5) Suparno, desa Taman Sari Kecamatan Haji Mena Lampung Selatan, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber.
- 6) Sunarmi, Ibu rumah tangga dari desa Simbaringin Kecamatan Natar Lampung Selatan, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber.
- 7) Suendang, Ibu rumah tangga dari desa Banjarejo Kecamatan Natar Lampung Selatan, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber.
- 8) Nitam Ketua Kelompok Tani Sinar Muda desa Sido Sari Natar, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber melalui PKM dari akademisi;
- 9) Saydat, Ibu rumah tangga dari desa Rejomulyo Jatiagung, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber melalui pembinaan dari dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan;
- 10) Sutarso dari Jatimulyo, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber melalui pembinaan dari dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan
- 11). Mardiana, ibu rumah tangga dari Candipuro, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber melalui pembinaan dari dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan;

- 12) Sanalik dari Candipuro, yang telah mengikuti pelatihan dan sosialisasi Budikdamber melalui pembinaan dari dinas Kelautan dan Perikanan Lampung Selatan;
- 13) Kaerun dari Merak Belatung Kalianda, Pekerjaan Petambak Udang, Belajar Budikdamber dengan melihat video dari Juli Nursandi dan memelihara Budikdamber dengan mengikuti SOP yang telah dibuat Juli.

### **3.4. Sumber Data Dalam Penelitian**

#### 1) Data Primer

Data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variable yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung. (Arikunto, 2010)

#### 2) Data Sekunder

Data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti serta dari studi pustaka. Data sekunder ini dokumen-dokumen grafis seperti table, catatan, WA, foto, dan lain-lain. (Arikunto, 2010)

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, ada tiga teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu: wawancara, observasi, studi dokumen.

#### 1) Wawancara

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (interview) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang di wawancarai (interviewee) melalui komunikasi langsung. Yusuf dalam (Wiliam, 2021)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam (*dept interview*).

Menurut Kiryantono (2006), wawancara mendalam adalah cara mengumpulkan data atau informasi dengan langsung bertatap muka dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif.

Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab kepada informan yang sudah ditentukan yaitu *founder* budidamber dan penggunaannya.

## 2) Observasi

Observasi (pengamatan) adalah teknik dalam memperoleh data melalui pengamatan terhadap suatu objek atau orang pada periode tertentu (Burhan, 2012). Edwards dan Talbott dalam (Harahap, 2020) menyampaikan “all good practitioner research studies start with observations”, Observasi demikian bisa dihubungkan dengan upaya: merumuskan masalah, membandingkan masalah (yang dirumuskan dengan kenyataan di lapangan), pemahaman secara detail permasalahan (guna menemukan pertanyaan) yang akan dituangkan dalam kuesioner, ataupun untuk menemukan strategi pengambilan data dan bentuk perolehan pemahaman yang dianggap paling tepat. Dalam metode ini peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan sambil mencari informasi mengenai masalah yang diteliti yaitu observasi ke lapangan dimana difusi inovasi budidamber digunakan.

## 3) Studi Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiono (2017) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi yang digunakan untuk menelusuri data historis. Kumpulan data tersebut antara lain history foto, instagram, facebook, youtube, media massa, dan televisi yang menyampaikan informasi tentang proses difusi inovasi Budidamber.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Menurut Miles dan Huberman (2014) tahapan-tahapan analisis data adalah:

#### 1) Kondensasi Data

Kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, memfokuskan, menyederhanakan, abstrak, dan/atau mengubah data yang muncul dalam corpus lengkap (tubuh) dari catatan lapangan tertulis, wawancara, transkrip, dokumen, dan bahan empiris lainnya, dengan kondensasi, membuat data lebih kuat.

Kondensasi data terjadi terus menerus sepanjang kegiatan penelitian, bahkan sebelum data benar-benar dikumpulkan, hasil pengumpulan, lebih lanjut dari kondensasi data berupa ringkasan penulisan, pengkodean, mengembangkan tema, menghasilkan kategori. Data Proses kondensasi/transformasi berlanjut setelah kerja lapangan selesai, sampai laporan akhir lengkap. Kegiatan kondensasi data yang telah dilakukan dalam penelitian ini adalah merekap hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi selanjutnya mengelompokkan data, serta difokuskan pada proses difusi inovasi Budikdamber pada masyarakat Lampung Selatan.

## 2) Tampilan Data

Tampilan data yaitu kegiatan penyajian data atau informasi dalam bentuk yang terorganisir dengan baik sehingga kegiatan pembuatan kesimpulan dalam bentuk narasi atas kategori dan pola tertentu menurut pandangan informan dapat dilakukan. Dalam penelitian ini data ditampilkan dalam bentuk uraian, table, gambar atau foto, dan penyajian datanya lebih banyak dengan teks naratif.

## 3) Membuat Kesimpulan

Membuat kesimpulan yaitu kegiatan pembuatan kesimpulan dalam bentuk narasi atas kategori dan pola tertentu menurut pandangan informan. Pada penelitian ini, data diperoleh kemudian dianalisis dan dicari pola, tema serta hal-hal yang sering muncul, yang dituangkan dalam kesimpulan. Proses penarikan kesimpulan dalam penelitian ini akan dilakukan menyandingkan hasil penelitian dengan teori-teori yang digunakan.

### **3.7. Pengujian Kridibilitas Data**

Setelah data-data semua terkumpul maka harus dilakukan pengujian terhadap keabsahan data. Keabsahan data disini sangatlah penting untuk menjamin valid nya

sebuah data, karena peneliti harus mampu mempertanggung jawabkan kebenaran data yang sudah didapatkannya. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi, adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2005).

Menurut Patton ada empat macam triangulasi yang dapat digunakan dalam penelitian diantaranya:

- 1) Triangulasi sumber yaitu pemeriksaan sumber yang memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda-beda untuk menggali data yang sejenis.
- 2) Triangulasi metode yaitu pemeriksaan yang menekankan pada penggunaan metode pengumpulan data yang berbeda dan bahkan jelas untuk diusahakan mengarah pada sumber data yang sama untuk menguji kemantapan informasinya.
- 3) Triangulasi peneliti yaitu hasil penelitian baik diatas atau simpulan mengenai bagian tertentu atau keseluruhannya bisa diuji validitasnya dari beberapa peneliti yang lain.
- 4) Triangulasi teori yaitu pemeriksaan data dengan menggunakan perspektif lebih dari satu teori dalam membahas permasalahan yang dikaji (Moleong, 2005)

Triangulasi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, dimana pemeriksaan sumber yang memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda-beda untuk menggali data yang sejenis. Peneliti melakukan triangulasi sumber meliputi sumber data diantara informan, sosial media, media massa, dokumentasi foto dan lain-lain.

## IV GAMBARAN UMUM

### 4.1. Sejarah Singkat Kabupaten Lampung Selatan

Kabupaten Lampung Selatan adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Lampung. Wilayah administratif Kabupaten Lampung Selatan terletak antara  $105^{\circ}14'$  sampai dengan  $105^{\circ}45'$  Bujur Timur dan  $5^{\circ}15'$  sampai dengan  $6^{\circ}$  Lintang Selatan, dengan demikian sama seperti daerah lainnya di Indonesia, Kabupaten Lampung Selatan merupakan daerah tropis. Daerah yang terletak paling ujung bagian selatan pulau Sumatera ini memiliki sebuah pelabuhan di kecamatan Bakauheni dan merupakan tempat transit penduduk dari pulau Jawa ke Sumatera dan sebaliknya. Jarak antara pelabuhan Bahauheni (Lampung Selatan) dengan pelabuhan Merak (Provinsi Banten) kurang lebih 29 Km dengan waktu tempuh kapal penyeberangan sekitar 2 jam sampai 2,5 jam.

Kabupaten Lampung Selatan dibentuk berdasarkan Undang-Undang Darurat nomor 4 tahun 1956 tanggal 14 Nopember 1956 sebagai Daerah tingkat II, sehingga pada tanggal 14 Nopember lah ditetapkan sebagai hari jadi Kabupaten Lampung Selatan. Pada awalnya Kabupaten Lampung Selatan merupakan bagian dari wilayah Propinsi Sumatera Bagian Selatan (Sumbagsel). Selanjutnya, berdasarkan Undang-undang nomor 14 tahun 1964 tentang Pembentukan Daerah TK I Propinsi Lampung, dimana Kabupaten Lampung Selatan secara otomatis menjadi salah satu Kabupaten Daerah Tingkat II dalam wilayah Propinsi Lampung yang wilayahnya saat itu meliputi Kabupaten Tanggamus, Kabupaten Pesawaran dan Kabupaten Pringsewu yang sekarang.

Selain memiliki pelabuhan Bakauheni Kabupaten Lampung Selatan juga memiliki Bandara Raden Inten II yang terletak di Kecamatan Natar.

Kabupaten Lampung Selatan memiliki luas wilayah 2.109,74 km<sup>2</sup> dan berpenduduk

sebanyak kurang lebih 972.579 jiwa (LSDA 2016), dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Timur.

Sebelah Selatan : Selat Sunda.

Sebelah Barat : Bandar Lampung dan Kabupaten Pesawaran

Sebelah Timur : Laut Jawa.

Daerah Kabupaten Lampung Selatan mempunyai daerah daratan kurang lebih adalah 2.109,74 Km<sup>2</sup>, dengan Kantor Pusat Pemerintahan berada di Kota Kalianda. Wilayah administrasi Kabupaten Lampung Selatan terdiri dari 17 Kecamatan dengan 256 desa dan 4 kelurahan. Kabupaten Lampung Selatan juga memiliki 42 pulau besar maupun kecil. Pulau yang terluas di kabupaten ini adalah Pulau Sebesi dengan luas 4.643 Ha. Selain itu, Kabupaten Lampung Selatan mempunyai beberapa gunung, yang tertinggi adalah Gunung Rajabasa di Kecamatan Rajabasa, dengan ketinggian 1.280 m, dan juga beberapa sungai yang melintasi Kabupaten Lampung Selatan seperti Way Sekampung, Way Jelai, Way Katibung, Way Pisang dan Way Gatal. Berikut adalah daftar Kecamatan di Kabupaten Lampung :

Tabel 2 . Data Kecamatan di Kabupaten Lampung Selatan

No	Kecamatan	Nama Ibukota	Luas (Km2)
1	<b>Natar</b>	Merak Batin	250.88
2	<b>Jati Agung</b>	Marga Agung	164.47
3	<b>Tanjung Bintang</b>	Jati Baru	129.72
4	<b>Tanjung Sari</b>	Kerto Sari	103.32
5	<b>Katibung</b>	Tanjung Ratu	188.62
6	<b>Merbau Mataram</b>	Merbau Mataram	113.94
7	<b>Way Sulan</b>	Karang Pucung	46.54
8	<b>Sidomulyo</b>	Sidorejo	158.99
9	<b>Candipuro</b>	Titiwangi	84.90
10	<b>Way Panji</b>	Sidoharjo	38.45
11	<b>Kalianda</b>	Kalianda	179.82
12	<b>Rajabasa</b>	Banding	100.39
13	<b>Palas</b>	Bangunan	165.57
14	<b>Sragi</b>	Kuala Sekampung	93.44
15	<b>Penengahan</b>	Pasuruan	124.96
16	<b>Ketapang</b>	Bangun Rejo	108.60
17	<b>Bakauheni</b>	Hatta	57.13

Sumber *Web Site* Kabupaten Lampung Selatan

Kabupaten Lampung Selatan dipimpin oleh Bupati yang ke 16 yaitu Bapak Nanang Ermanto dan Wakil Bupati Pandu Kesuma Dewangsa. Berikut perangkat daerah Kabupaten Lampung Selatan

Tabel 3. Perangkat daerah Kabupaten Lampung Selatan

<b>NO</b>	<b>INSTANSI</b>	<b>ALAMAT</b>
1	Sekretariat Daerah	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
2	Bagian Tata Pemerintahan	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
3	Bagian Sumber Daya Alam	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
3	Bagian Sumber Daya Alam	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
4	Bagian Bina Mental Spiritual dan Kemasyarakatan	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
5	Bagian Kerjasama	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
6	Bagian Layanan Pengadaan Barang dan Jasa	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
7	Bagian Perekonomian	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
8	Bagian Administrasi Pembangunan	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
9	Bagian Organisasi	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
10	Bagian Hukum	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
11	Bagian Umum	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
12	Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513

NO	INSTANSI	ALAMAT
13	Bagian Perencanaan dan Keuangan	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No. 1, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
14	Inspektorat	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
15	Badan Perencanaan Pembangunan Daerah	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
16	Badan Kesatuan Bangsa dan Politik	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
17	Badan Penanggulangan Bencana Daerah	
18	Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
19	Badan Pengelola Pajak dan Restribusi Daerah	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
20	Badan Kepegawaian dan Diklat	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
21	Badan Penelitian dan Pengembangan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
22	Dinas Pendidikan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
23	Dinas Kesehatan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
24	Dinas Pekerjaan Umum	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
25	Dinas Perumahan dan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda,

NO	INSTANSI	ALAMAT
	Permukiman	Kab. Lampung Selatan, 35513
26	Dinas Sosial	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
27	Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi	
28	Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak	
29	Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
30	Dinas Ketahanan Pangan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
31	Dinas Lingkungan Hidup Daerah	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
32	Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
33	Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
34	Dinas Perhubungan	Jl. Trans Sumatra, Kel. Way Lubuk, Kec. Kalianda Kab. Lampung Selatan 35551
35	Dinas Komunikasi dan Informatika	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
36	Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	
37	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan	Jl. Trans Sumatra-Stadion Jati Rukun, Kel. Way Lubuk, Kec. Kalianda Kab. Lampung

<b>NO</b>	<b>INSTANSI</b>	<b>ALAMAT</b>
	Perizinan Terpadu Satu Pintu	Selatan 35551
38	Dinas Kepemudaan dan Olahraga	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
39	Dinas Perpustakaan dan Kearsipan	
40	Dinas Perikanan dan Kelautan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
41	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan	
42	Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan	
43	Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan	
44	Dinas Perdagangan dan Perindustrian	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
45	Satuan Polisi Pamong Praja	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
46	Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan	Jalan Mustafa Kemal, Kel. Way Urang, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
47	RSUD dr. H. Bob Bazar, SKM	Jalan Lettu Rohani, Kel. Kedaton, Kec. Kalianda, Kab. Lampung Selatan, 35513
48	PDAM Tirta Jasa	

Sumber *Web Site* Kabupaten Lampung Selatan  
(<https://www.lampungselatankab.go.id/>)

## 4.2. Arti Lambang Kabupaten Lampung Selatan

Gambar 6 Lambang Kabupaten Lampung Selatan



Sumber *Web Site* Kabupaten Lampung Selatan

Warna Lambang Daerah terdiri dari biru muda, kuning emas, biru tua, merah, putih, hijau, coklat dan hitam, yang masing-masing warna melambangkan :

- 1) **Biru Muda** melambangkan perubahan, kejujuran, kemakmuran, ketaatan dan takwa;
- 2) **Kuning Emas** melambangkan keagungan dan kejayaan serta kebesaran cita dan masyarakat untuk membangun daerah dan negaranya;
- 3) **Biru Tua** melambangkan laut, kesetiaan, ketekunan dan ketabahan juga melambangkan kekayaan sungai dan lautan yang merupakan sumber perikanan dan kehidupan para nelayan;
- 4) **Merah** melambangkan keberanian dan kedinamisan;
- 5) **Putih** melambangkan kesucian;
- 6) **Hijau** melambangkan kesejahteraan dan kecerdasan; dan
- 7) **Coklat** melambangkan tanah yang subur untuk ladang dan sawah.

Isi Lambang Daerah mempunyai makna terdiri atas :

- 1) Tulisan Lampung Selatan berarti Daerah Kabupaten Lampung Selatan;
- 2) Pita Berwarna Merah melambangkan keberanian;
- 3) Bintang Emas Bersegi 5 (lima) melambangkan nilai-nilai keagamaan;
- 4) Siger melambangkan mahkota keagungan adat budaya dan tingkat kehidupan terhormat;

- 5) Bergerigi 7 (tujuh) melambangkan 7 (tujuh) marga yakni : Marga Pesisir/Rajabasa, Marga Legun, Marga Katibung, Marga Dantaran, Marga Ratu, Marga Sekampung Ilir, dan Marga Sekampung Udik;
- 6) Setangkai Padi berjumlah 14 (empat belas) bulir, Kapas berjumlah 11 (sebelas) tangkai, Mutiara pada Siger berjumlah 56 (lima puluh enam) butir, merujuk pada hari jadi Kabupaten Lampung Selatan 14 November 1956;
- 7) Gunung, Laut, Daratan, dan Pohon Kelapa melambangkan kekayaan alam;
- 8) Aksara Lampung Khagom Mufakat yang berarti suka bermusyawarah untuk menuju mufakat;
- 9) Sebuah Badik melambangkan keperwiraan;

### **4.3. Visi dan Misi Kabupaten Lampung Selatan**

#### **VISI**

Terwujudnya Masyarakat Lampung Selatan yang Berintegritas, Maju dan Sejahtera dengan Semangat Gotong Royong.

#### **MISI**

- 1) Meningkatkan penerapan nilai-nilai agama, budaya dan keluarga dalam kehidupan bermasyarakat;
- 2) Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia melalui pelayanan pendidikan dan kesehatan serta kesejahteraan sosial;
- 3) Membangun infrastruktur untuk meningkatkan konektivitas antar wilayah dan pusat-pusat perekonomian yang berkelanjutan;
- 4) Mengembangkan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan potensi unggulan daerah;
- 5) Meningkatkan kualitas tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang profesional, transparan, efektif dan akuntabel.

### **Penjabaran Visi**

Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan harus mampu mewujudkan masyarakat yang berintegritas yaitu masyarakat yang memiliki sikap konsistensi atau keteguhan yang tidak bisa tergoyahkan dalam menjunjung nilai-nilai keyakinan dan prinsip. Dengan begitu masyarakat Lampung Selatan bisa maju dan sejahtera.

Masyarakat yang maju ditandai dengan lima indikator peningkatan, yakni peningkatan pada :

- 1) kualitas sumber daya manusia;
- 2) pendapatan rata-rata;
- 3) ketersediaan infrastruktur;
- 4) kehidupan demokrasi; serta
- 5) keamanan dan ketertiban.

Sedangkan masyarakat yang sejahtera dicirikan dengan terpenuhinya kebutuhan jasmani dan rohaninya. Fokus pemenuhan kebutuhan jasmani masyarakat adalah pada terpenuhinya kebutuhan sosial dan ekonomi, kemampuan pendayagunaan segenap sumberdaya alam, ketersediaan infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi yang dimanfaatkan dan dikelola secara bijaksana. Sedangkan fokus pemenuhan kebutuhan rohani masyarakat adalah pada dicapainya kondisi masyarakat yang memahami, menyadari dan melaksanakan ajaran agamanya masing-masing. Kesemuanya dapat diwujudkan dengan semangat gotong royong, yaitu pelaksanaan nilai-nilai kehidupan sehari-hari yang dilandasi dengan semangat saling hormat-menghormati, toleransi, tolong-menolong, bermusyawarah untuk mufakat serta solidaritas sosial.

## VI. SIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Pada bab terakhir peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kehadiran budidaya Ikan dalam ember yang menghadirkan inovasi yang sederhana dan mudah menarik perhatian masyarakat Indonesia. Fungsi media sosial sebagai alat untuk mengkomunikasikan inovasi, sebagai media branding budikdamber hingga banyaknya inovasi budikdamber bermunculan menunjukkan adanya proses imitasi atau adopsi dan tingkat adopsi dalam suatu sistem, menunjukkan bahwa inovasi tersebut telah diterima oleh masyarakat. Informasi tentang budikdamber disebarakan melalui sosial media dalam hal ini *instagram*, *facebook*, dan *youtube*, pada proses mengkomunikasi inovasi budikdamber diadopsi masyarakat, terdapat dua tahapan alur komunikasi, yang pertama alur komunikasi satu tahap yaitu pesan inovasi budikdamber disampaikan melalui sosial media diteri langsung oleh khalayak atau masyarakat, da nada alur komunikasi dua tahap dimana pesan inovasi yang disampaikan melalui sosial media diterima oleh opinion leader dan selanjutnya opinion leader menyampaikan ke masyarakat.

*Opinion Leader* / Agen Perubahan sangatlah berperan dalam proses difusi inovasi Budidaya ikan dalam ember (Budikdamber) di mana lewat merekalah problematika dari masyarakat mungkin bisa diatasi hanya saja yang perlu diperhatikan di sini adalah kepercayaan masyarakat terhadap mereka dan juga bagaimana cara mereka menyampaikan informasi terhadap masyarakat.

Keputusan Adopsi Budikdamber Ada empat tahapan dalam pengambilan keputusan suatu inovasi yaitu:

- (1) Pengetahuan, bahwa seseorang mengetahui adanya inovasi budidaya ikan dalam ember dan bagaimana inovasi tersebut berfungsi.

- (2) Pada tahapan persuasi seseorang menunjukkan sikap suka terhadap inovasi budidaya ikan dalam ember.
- (3) Tahapan keputusan, pada tahapan ini seseorang membuat keputusan untuk menerima inovasi karena ketertarikan akan inovasi budikdamber
- (4) Implementasi, seseorang sudah mempraktekkan budikdamber, dan
- (5) Konfirmasi, bahwa kemudian seseorang akan mengevaluasi atas inovasi budidaya ikan dalam ember apakah akan melanjutkan terus, atau akan berhenti setelah panen sekali karena tidak mendapat bantuan lagi.

Dalam penelitian ini ditemukan hambatan-hambatan pada adopsi budikdamber yaitu, antaralain:

- (1) Perbedaan persepsi agen perubahan dalam menyampaikan pesan, kurang detailnya informasi terkait dengan SOP pengelolaan budikdamber maka masyarakat Lampung Selatan cenderung gagal dalam pengelolaan budikdamber.
- (2) Ada seseorang yang tertarik tetapi bersifat sementara, jika menghadapi kesulitan maka dia akan berhenti menerima inovasi tersebut, bahkan menganggap inovasi tersebut adalah inovasi gagal tidak bisa diterapkan.
- (3) Keberlanjutan adopsi inovasi budikdamber juga bergantung pada kemampuan ekonomi adopter, memelihara ikan dalam ember membutuhkan benih ikan dan pakan ikan, seseorang yang tidak mampu secara ekonomi akan mempertimbangkan setiap uang yang keluar, walaupun mungkin menurut orang lain nilainya tidak seberapa.
- (4) Budikdamber yang sudah ditetapkan sebagai program nasional seharusnya disambut daerah untuk mensosialisasikan ke seluruh masyarakat di kabupaten Lampung Selatan dengan menggunakan SOP Budikdamber yang telah ditetapkan.
- (5) Pembina lapangan tidak dilatih terlebih dahulu, sehingga mereka dalam menyampaikan informasi Budikdamber tidak sesuai dengan system operasional prosedur (SOP) teknik pemeliharaan Budikdamber, hal tersebut menjadi pengalaman yang kurang baik bagi masyarakat yang mendapat binaan karena kegagalan dalam mengimplementasikan Budikdamber.

- (6) Menganalisa program bantuan Budikdamber yang lebih difokuskan kepada pencegahan stunting, tetapi tidak memantau keberlanjutan program apakah masyarakat menemukan masalah di lapangan atau tidak, hal ini yang membuat program budidaya ikan dalam ember dalam upaya meningkatkan gizi masyarakat tidak berhasil.
- (7) Tindaklanjut adopsi Budikdamber tidak menjadi perhatian pemerintah, pemerintah hanya memberikan bantuan sarana sedangkan untuk keberlanjutan budikdamber guna meningkatkan gizi masyarakat tidak menjadi focus pemerintah.

## **6.2. Saran**

Komunikasi organisasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari suatu organisasi, komunikasi merupakan proses penyampaian dan menafsirkan ide-ide, pesan dan perintah yang terjadi di dalam totalitas unit suatu organisasi, dengan menggunakan komunikasi yang relevan untuk mencapai pertumbuhan, perkembangan dan konsistensi kehidupan organisasi. Perlu adanya komunikasi antar pemberi kebijakan dengan masyarakat dalam rangka mendukung peningkatan gizi masyarakat kabupaten Lampung Selatan. Pembina lapangan harus dibina dan dilatih lebih dulu sebelum mereka terjun kelapangan membina masyarakat sehingga persepsi teknologi inovasi budikdamber seragam. Budikdamber sebagai salah satu program untuk meningkatkan gizi masyarakat, seharusnya sosialisasi budikdamber dilakukan kepada seluruh masyarakat kabupaten Lampung Selatan.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Edited by ARMICO. 2nd ed. Bandung: ARMICO.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Budyatna, Muhammad & Ganiem, Leila Mona, 2011, *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Bungin Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Kencana: Jakarta
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Devito, J. .2011. *Komunikasi Antar-Manusia; Kuliah Dasar* . Jakarta: Karisma Publishing.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 2nd ed. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. PT Pustaka: Yogyakarta.
- Dearing, James W. 2021. *Diffusion of Innovations. The Oxford Handbook of Organizational Change and Innovation*.  
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198845973.013.23>.
- Deddy Mulyana. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya
- Harahap, Nursapia. 2020. *Penelitian kualitatif*. Wal ashri Publishing: Sumatera Utara.
- Handayani, Sri. 2020. *Panduan Praktis Budikdamber*. Universitas Negeri Malang
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.

- Michael A. Hogg Graham M. Vaughan. 2018. *sosial Psychology*, Eighth Edition, Pearson
- Miles, Matthew, B, & Huberman, Michael, A, & Saldana, Johnny, *Qualitative Data Analysis*, Sage, Edition 3
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Mubarok, 2014. *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*. Dapur Buku: Makasar.
- Muhammad, Arni. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mufid Muhammad, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta: Kencana, 2007
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rully. 2019. *Teori dan Riset Khalayak Media*
- Nasution, Zulkarimein. 1990. *Prinsip-prinsip Komunikasi Untuk Penyuluhan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Nur Maghfirah. 2018, *Komunikasi Interpersonal*
- Onong Effendi. 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Rahmanita Ginting. 2021, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial*, Isnania
- Richard M. Perloff. 2017, *The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitude in The 21<sup>st</sup> Century*, Sixth Edition, Routledge
- Rizky Agus Utomo, 2020, *Panduan Praktis Budikdamber*, Malang
- Robert Tua. 2021, *Komunikasi Organisasi*
- Roger, E. M. 1996. *Diffusion of Innovation*. New York: The Free Press, Collier Macmillan Publishers.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susilo, 2017, *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif*, Uny Press

- S. Djuarsa Sendjaja , 2003, Teori Komunikasi, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Supriyanto, A. 2016. Manajemen Perubahan. Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang
- Wibowo. 2006. *Manajemen Perubahan*, Rajawali Pers
- Winardi, J. 2008. *Manajemen Perubahan (The Management Of Change)*. Jakarta: Kencana
- Wursanto, I. 2005. *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Zaenal .Mukarom. 2020, *Teori-teori Komunikasi*, UIN Sunan Gunung Jati

### **B. Jurnal Ilmiah:**

- Atho'illah. 2009. *Peran Opini Leader Dalam Sosialisasi KB di Desa Mojopurogede Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik*, UIN Surabaya
- Danang Satrio. 2018. *Jurnal Penelitian, Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Viral Budaya Batik Di Sosial Media*. JP feb Unifersitas Jenderal Sudirman
- Imam Sofyan. 2019, *Komunikasi Inovasi Pola dan Strategi Pada Masyarakat Petani*, CV. Putra Media Nusantara, Surabaya.
- Anton Surahmat. 2022, *Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Difusi Teknologi Pengolahan Limbah Air*, Jurnal Komunikasi Pembangunan, Universitas Padjadjaran.
- Imam Tri Wibowo. 2019, *Proses Difusi Inovasi Program Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi (Sakti)*, Indonesian Trasury Review.

### **C. Sumber Lainnya:**

- Abraham Wiliam. 2021, *Mengenal Teknik Pengumpulan Data Kualitatif dan Kuantitatif*, <https://tirto.id/mengenal-teknik-pengumpulan-data-kualitatif-dan-kantitatif-gali>
- Portal web Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan.  
<https://www.lampungselatankab.go.id/>

- Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya. 2021, Budikdamber Jadi Inovasi Budidaya Berbasis Rumah Tangga, <https://kkp.go.id/djpb/artikel/37291-kek-budikdamber-jadi-inovasi-budidaya-berbasis-rumah-tangga>
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Kulon Progo, Budikdamber Peluang Usaha di Masa Pandemi <https://dkp.kulonprogokab.go.id/detil/271/budikdamber-peluang-usaha-di-masa-pandemi>
- Umam, Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi dan Manfaat <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Viva Budy K. 2022, Daftar Kabupaten di Lampung dengan Prevalensi Balita Stunting Tertinggi 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/daftar-kabupaten-di-lampung-dengan-prevalensi-balita-stunting-tertinggi-2021>
- Oktaviani Safitri. 2022, KKP RI Gelar Perluasan Safari Gemarikan Pencegahan Stunting dan Gizi Buruk di Lamsel, <https://hanuang.com/kkp-ri-gelar-perluasan-safari-gemarikan-pencegahan-stunting-dan-gizi-buruk-di-lamsel/>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2021, KKP Dukung Lampung Selatan Bebas Stunting 2023 lewat Program Gemarikan, <https://kkp.go.id/djpdspkp/artikel/29685-kek-dukung-lampung-selatan-bebas-stunting-2023-lewat-program-gemarikan>
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2021, KKP Pastikan Ketahanan Keluarga Lewat Olahan dan Budidaya Ikan Dalam Ember <https://kkp.go.id/kkp/artikel/28611-kek-pastikan-ketahanan-keluarga-lewat-olahan-ikan-dan-budidaya-ikan-dalam-ember>
- Portal web Pemerintah Kabupaten Lampung Selatan. 2022, Road Show Bunda Winarni Tekankan Keseriusan Tpps Dalam Penanganan Stunting, <https://www.lampungselatan.kab.go.id/web/2022/07/27/road-show-di-kecamatan-bakauheni-bunda-winarni-tekankan-keseriusan-tpps-dalam-penanganan-stunting/>