

TEORI MEDIA/TEORI DIFUSI INOVASI

Mailin¹, Gepeng Rambe², Abdi Ar-Ridho³, Candra

UIN Su Medan¹, KUA Gunung Meriah², STAI As-Sunnah³, MTsS Al-Muhajirin⁴
Surel: mailin@uinsu.ac.id¹, aligepengrambe93@gmail.com²,
vmatron73@gmail.com³, fennywahyunimaha@gmail.com⁴

Abstract: Media Theory/Difusion Theory Of Innovation. This study aims to examine the theory of diffusion of innovation, the method of this research is library research, the results of this study are: The process of adopting innovation through several stages so that there is a public decision to accept and reject innovation. 1. The knowledge stage where the community obtains a number of information or knowledge, functions, benefits and various things regarding innovation from various information channels, including: friends, family, neighbors, and the mass media. 2. Then the community began to give both positive and negative attitudes, here there was a search for additional information from various communication channels. Communication channels make a big enough contribution to the spread of innovation to the community, interpersonal communication channels are more commonly found when there is a spread of innovation. 3. Next is the decision stage, namely the decision to adopt or reject the innovation, so that in the decision process there are people who adopt, that is, fully use the innovation and some reject the innovation. In making decisions, people tend to consider the relative advantages of innovation, which can be seen from the speed of healing, low and affordable costs, the suitability of the innovation to the needs of the community, as evidenced by observations by other people regarding the advantages of innovation, location affordability and perceptions of information. 4. The implementation stage is that people who choose to adopt will carry out their decisions by coming to the treatment of sangkal putung, on the other hand, people who refuse will also carry out the decisions they have chosen. 5. The last stage is the confirmation process in which the community assesses that the chosen decision is correct or not.

Keywords: *Media, Diffusion, Innovation*

Abstrak: Teori Media/Teori Difusi Inovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai teori difusi inovasi, metode penelitian ini yaitu library riset, hasil penelitian ini yaitu: Proses adopsi inovasi melalui beberapa tahapan sehingga terjadi keputusan masyarakat yaitu menerima dan menolak inovasi. 1. Tahap pengetahuan dimana masyarakat memperoleh sejumlah informasi atau pengetahuan, fungsi, keuntungan dan berbagai hal mengenai inovasi dari berbagai saluran informasi antara lain: teman, keluarga, tetangga, dan media masa. 2. Kemudian masyarakat mulai memberikan sikapnya baik sikap positif maupun negatif, disini terjadi pencarian informasi tambahan dari berbagai saluran komunikasi. Saluran komunikasi memberikan andil yang cukup besar dalam penyebaran inovasi kepada masyarakat, saluran komunikasi interpersonal lebih banyak ditemukan ketika terjadi penyebaran inovasi. 3. Selanjutnya tahap keputusan, yaitu keputusan untuk mengadopsi atau menolak inovasi, sehingga pada proses keputusan ada masyarakat yang mengadopsi yaitu menggunakan sepenuhnya inovasi dan ada yang menolak inovasi. Dalam memutuskan, masyarakat cenderung mempertimbangkan keunggulan relatif inovasi yang dilihat dari cepat penyembuhannya, biaya murah dan terjangkau, kesesuaian inovasi dengan kebutuhan masyarakat, dapat dibuktikan dengan diamati oleh masyarakat lainnya mengenai keunggulan inovasi, keterjangkauan lokasi

serta persepsi mengenai informasi. 4. Tahap pelaksanaan yaitu masyarakat yang memilih mengadopsi akan melaksanakan keputusannya dengan datang pada pengobatan sangkal putung, sebaliknya masyarakat yang meonolak juga akan melaksanakan keputusan yang telah di pilihnya. 5. Tahap terakhir yaitu proses konfirmasi dimana masyarakat menilai keputusan yang dipilih sudah tepat atau belum..

Kata Kunci: *Media, Difusi, Inovasi*

PENDAHULUAN

Teori difusi inovasi yang dikembangkan Everett M Rogers dikenal luas sebagai teori yang membahas keputusan inovasi. Melalui buku *Diffusion of Innovation (DOI)*, Rogers (1983) menawarkan konsep difusi inovasi berikut kecepatan sebuah sistem sosial menerima ide-ide baru yang ditawarkan sebuah inovasi. Teori Rogers ini hingga kini banyak dirujuk para peneliti khususnya saat membahas soal difusi inovasi. Saverin-Tankard Jr (2005) mengatakan riset difusi inovasi karya Rogers paling terkenal dan dihormati secara luas. Rogers mengkaji hampir 4.000 publikasi difusi untuk merevisi teori tentang proses keputusan inovasi sebelumnya. Peningkatan yang sangat besar dalam riset difusi saat itu. Peneliti tertarik menggunakan perspektif Rogers (1983) tentang karakteristik inovasi guna membantu menjelaskan niat konsumen Solopos edisi cetak untuk mengadopsi koran Solopos epaper. Selain itu peneliti juga menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan Fred D. Davis (1986) untuk menjelaskan perilaku niat (*behavior intention*).

Ada tiga konsep pokok yang dibahas Rogers dalam DOI, yakni inovasi, difusi, dan adopsi. Inovasi adalah sebuah ide, praktik atau objek

yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru oleh individu. Sedangkan difusi merupakan proses mengkomunikasikan sebuah inovasi melalui saluran komunikasi tertentu dalam waktu tertentu kepada anggota sistem sosial. Adopsi akan terjadi ketika individu menggunakan secara penuh sebuah inovasi ke dalam praktek sebagai pilihan terbaik (Rogers, 1983)

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data adalah studi pustaka. Metode yang akan digunakan untuk pengkajian ini studi literatur. Data yang diperoleh dikompulsi, dianalisis, dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai studi literatur (Nana Syaodih & Sukmadinata, 2005; Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Teori Media/Teori Difusi Inovasi

1. Pengertian Teori

Secara umum teori (*theory*) adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Stephen Littlejohn dan Karen Foss (2005) menyatakan bahwa sistem yang abstrak ini didapat dari pengamatan yang sistematis. Tahun 1986, Jonathan

H. Turner mendefinisikan teori sebagai sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi.

Dalam arti luas, tujuan dari teori dapat termasuk menjelaskan, memahami, melakukan prediksi, dan mendorong perubahan sosial. Karena adanya berbagai konsep dan hubungan konsep-konsep tersebut yang dijelaskan dalam sebuah teori. Kriteria ini merujuk pada kegunaan teori, atau nilai praktisnya. Teori yang baik memiliki kegunaan (utility), dalam hal teori tersebut dapat memberitahukan banyak hal kepada kita mengenai komunikasi dan perilaku manusia. Hal ini memungkinkan kita untuk memahami beberapa elemen dari komunikasi yang sebelumnya tidak jelas. Hal tersebut menyatukan bagian-bagian informasi begitu rupa sehingga kita dapat melihat suatu pola yang sebelumnya tidak jelas bagi kita. Dengan demikian, teori dapat membentuk dan mengubah perilaku kita. (Richard: 2008)

2. Teori Difusi Inovasi (Diffusion of Innovation Theory)

Artikel berjudul *The People's Choice* yang ditulis oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan H. Gaudet pada tahun 1944 menjadi titik awal munculnya teori difusi-inovasi. Di dalam teori ini dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang. Dengan demikian, adanya inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media

massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya.

Teori ini di awal perkembangannya mendudukan peran pemimpin opini dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Artinya, media massa mempunyai pengaruh yang kuat dalam menyebarkan penemuan baru. Apalagi jika penemuan baru itu kemudian diteruskan oleh para pemuka masyarakat. Akan tetapi, difusi-inovasi juga bisa langsung mengenai khalayak. Menurut Rogers dan Shoemaker (1971) difusi adalah proses dimana penemuan disebarkan kepada masyarakat yang menjadi anggota sistem social. (Nurudin: 2007)

Rogers (1995) menjelaskan bahwa ada empat teori utama yang berhubungan dengan difusi inovasi, yaitu : teori proses keputusan inovasi, teori inovasi individu, teori tingkat adopsi, dan teori atribut yang dirasakan.

a. Teori Proses Keputusan Inovasi

Teori ini berbasis pada waktu dan lima tahap yang berbeda. Yaitu :

- 1) Pengetahuan, potensi pengadopsi harus terlebih dahulu belajar tentang inovasi.
- 2) Persuasi, mereka harus dibujuk tentang manfaat dari inovasi.
- 3) Keputusan, mereka harus memutuskan untuk mengadopsi inovasi.
- 4) Implementasi, setelah mereka mengadopsi inovasi, mereka harus menerapkannya.

5) Konfirmasi, mereka harus mengkonfirmasi bahwa keputusan mereka untuk mengadopsi adalah keputusan yang tepat. Setelah tahap ini tercapai, maka diperoleh hasil difusi.

b. Teori inovasi individu

didasarkan pada siapa pengadopsi inovasi dan kapan. Kurva berbentuk lonceng sering digunakan untuk menggambarkan persentase individu yang mengadopsi suatu inovasi.

c. Teori Tingkat Adopsi

Teori tingkat adopsi menunjukkan bahwa adopsi inovasi yang terbaik diwakili oleh s-kurva. Teori ini menyatakan bahwa adopsi suatu inovasi tumbuh perlahan dan bertahap diawal. Kemudian akan mewakili periode pertumbuhan cepat yang akan berangsur-angsur berkurang (taper off) dan menjadi stabil dan akhirnya menurun.

d. Teori Atribut Persepsi

Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa individu akan mengadopsi suatu inovasi jika mereka menganggap bahwa inovasi tersebut memiliki atribut sebagai berikut :

- 1) Inovasi harus memiliki beberapa keuntungan relatif lebih dari inovasi yang ada atau status quo.
- 2) Inovasi harus kompatibel dengan nilai-nilai dan praktik-praktik yang ada.
- 3) Inovasi tidak bisa terlalu rumit.
- 4) Inovasi harus memiliki kemampuan percobaan yang berarti inovasi dapat diuji untuk waktu yang terbatas tanpa adopsi.
- 5) Inovasi harus menawarkan hasil yang dapat diamati.

Rogers (1995) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara para anggota suatu sistem sosial. Dia menggambarkan sebuah inovasi sebagai ide baru, praktek, atau objek dianggap baru untuk individu. Dia menjelaskan bahwa teknologi adalah desain untuk tindakan instrumental yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat yang terlibat dalam mencapai hasil yang diinginkan. Dia menjelaskan bahwa teknologi adalah informasi, bukan hanya peralatan. Kebanyakan teknologi memiliki komponen hardware dan software. Aspek hardware terdiri dari “alat yang mewujudkan teknologi sebagai ibjek material atau fisik,” dan aspek software terdiri dari “basis informasi untuk alat”.

Berdasarkan definisi Rogers, literasi media adalah inovasi teknologi karena dianggap menjadi ide baru oleh pengadopsi potensial. Konsep literasi media telah berkembang selama beberapa tahun, tetapi sedang “dipasarkan” sebagai ide baru dalam bentuk yang sekarang. Pendidik, kelompok peminat, dan orang tua telah menyadari kebutuhan untuk meningkatkan literasi media di kalangan anak muda. Oleh karena itu, gagasan media literacy sedang disajikan sebagai ide baru dan segar untuk pengadopsi potensial.

Literasi media merupakan inovasi teknologi yang berguna untuk menerapkan prinsip-prinsip teori difusi untuk lebih memahami difusi literasi

media ke dalam sistem sosial. Hal ini dilakukan karena beberapa alasan, sebagai berikut :

1). Teori difusi menyediakan kerangka kerja yang membantu pendukung literasi media memahami mengapa literasi media diadopsi oleh beberapa individu dan bukan oleh orang lain. Teori difusi membantu masyarakat literasi media mengidentifikasi kualitas yang akan membuat inovasi media literasi lebih menarik bagi pengadopsi potensial.

2). Teknologi media yang terus berubah dan memperkenalkan hardware dan software baru. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang solid tentang bagaimana memperkenalkan ide-ide baru ke dalam sistem sosial. Teori difusi membantu pemahaman tersebut lebih lanjut.

3). Penelitian difusi menyediakan beberapa model yang sukses dapat digunakan untuk mengembangkan kampanye difusi sukses untuk literasi media. (Rosyidah, dkk: 2013)

3. Literasi Media

Literasi media adalah suatu pendekatan abad ke-21 kepada pendidikan. Itu menyediakan suatu kerangka untuk mengakses, meneliti, mengevaluasi, menciptakan dan mengambil bagian dari pesan-pesan di dalam bermacam wujud-wujud dari cetakan ke video sampai internet. Media melek huruf membangun satu pemahaman peran dari media dalam keterampilan-keterampilan masyarakat penting maupun dari pemeriksaan dan

pernyataan diri (yang) penting bagi para warga negara suatu demokrasi.

Perkembangan teknologi di era konvergensi membuat akses informasi menjadi lebih mudah. Hanya dengan menekan satu tombol, kita dapat mengetahui informasi di seluruh penjuru dunia. Sebelum munculnya teknologi digital seperti televisi ataupun internet, proses penyampaian dan akses informasi dilakukan secara konvensional yaitu melalui oral communication. Namun kini proses penyampaian informasi dilakukan secara modern yaitu melalui media massa. Menurut Nurudin, dalam bukunya; “Pengantar Komunikasi Massa” mengatakan bahwa media massa merupakan produk dari teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Media massa ini dapat berupa media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan buku serta media elektronik seperti radio, televisi, film dan internet.

Sebagai saluran dalam komunikasi massa, media massa mempunyai beberapa fungsi yang menurut Undang-Undang Pers nomor 40 tahun 1999, diantaranya:

a. Informasi; Fungsi informasi merupakan fungsi paling penting yang terdapat dalam komunikasi massa. Komponen paling penting untuk mengetahui fungsi informasi ini adalah berita-berita yang disajikan melalui media. Fakta-fakta yang dicari wartawan di lapangan kemudian dituangkannya dalam tulisan juga merupakan informasi. Bahkan iklan juga dalam beberapa hal memiliki

fungsi memberikan informasi. Untuk mengejar ketertinggalan negara-negara berkembang para pakar pernah memperkenalkan “jurnalistik pembangunan” atau “komunikasi pembangunan”. Jurnalistik pembangunan menitikberatkan penyebarluasan informasi pada upaya untuk mengubah karakter masyarakat tradisional menjadi terbuka terhadap pembaruan.

- b. Mendidik; Masih sejalan dengan fungsi informatif, jurnalisme juga digunakan sebagai fungsi mendidik. Informasi itu disampaikan secara edukatif atau mendidik. Berita yang bertebaran di media massa sangat kaya dengan informasi yang mendidik karena mampu meningkatkan kecerdasan dan pekerti masyarakat. selain berita-berita langsung (straight news), informasi yang lebih kaya lagi dapat diperoleh dari ulasan-ulasan berita atau laporan yang mendalalam, tajuk rencana, artikel opini, dan kolom. Bahkan beberapa media secara khusus memang dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran dan pendidikan. Untuk keperluan pengajaran misalnya sekolah/kuliah jarak jauh.
- c. Hiburan; Fungsi hiburan dalam media elektronik menduduki posisi yang paling tinggi dibandingkan dengan fungsi lainnya. Hal ini sangat berbeda dengan media cetak. Media cetak biasanya tidak menempatkan hiburan pada posisi

paling atas, tetapi informasi. Namun demikian, media cetak pun harus tetap memiliki fungsi demikian.

Gambar-gambar berwarna yang muncul di setiap halaman, adanya teka-teki, cerita bergambar (cergam) menjadi beberapa ciri bahwa media cetak juga memberikan layanan hiburan. Fungsi hiburan jurnalisme atau media massa tampak jelas dari isi (content) medianya, yang mencakup berita, laporan, foto, dan artikel mengenai gaya hidup, cerita bersambung, cerpen, dunia tari, dunia model, humor, film Seinetron, teka-teki dan lain-lain.

- d. Pengawasan atau Kontrol Sosial; Bagi Lasswell, komunikasi massa mempunyai fungsi pengawasan. Artinya, menunjuk pada pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada di sekitar kita. Fungsi pengawasan bisa dibagi dua yaitu; warning or beware surveillance atau pengawasan peringatan dan instrumental surveillance atau pengawasan instrumental. Fungsi pokok media atau pers di negara-negara demokrasi adalah mengadakan fungsi kontrol sosial atau pengawasan masyarakat. Demikian besar pengaruhnya dalam masyarakat disuatu negara sehingga pers dalam melaksanakan fungsi kontrolnya itu sering disebut sebagai kekuatan keempat (the fourth estate). Hal ini diambil dari tiga pilar kekuasaan negara, yaitu Eksekutif (Pemerintahan),

Legislatif (Parlemen), dan Yudikatif (Peradilan). (Willing: 2011)

Sebagai pilar keempat itu, media massa cetak maupun elektronik dapat dimanfaatkan sebagai penyalur aspirasi masyarakat banyak, pembentuk opini publik, alat penekan yang dapat ikut mempengaruhi dan mewarnai kebijakan politik negara, pembela kebenaran dan keadilan. (Zaenuddin: 2011)

Media massa sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita. Setiap hari kita senantiasa bersentuhan dengan media. Hal tersebut dapat dimaklumi karena menurut Nurudin salah satu ciri masyarakat modern yaitu; “Adanya ketergantungan terhadap media massa. Bahkan kebanyakan orang menetapkan apa yang baik dan tidak baik itu berdasarkan informasi dari media massa. Kita tidak akan bisa mengamati realitas dunia ini hanya dengan mata dan telinga saja. Bahkan kita tidak akan bisa berpartisipasi dalam kehidupan kita ini tanpa bantuan media massa”.

Namun yang perlu diperhatikan, sebagai konsumen media kita boleh langsung menelan mentah-mentah informasi yang ada di media massa. Kita harus menjadi produsen sekaligus konsumen yang cerdas dan kritis. Semua informasi yang diterima harus terlebih dulu disaring dan diinterpretasikan dengan baik agar tidak menimbulkan dampak yang negatif. Atau dengan kata lain kita harus melek media (media literacy), tetapi bukan di taraf yang rendah yaitu

hanya mengonsumsi media tanpa menganalisa dan mengevaluasi pesan yang diterima.

Pendekatan literasi media kini tidak hanya terbatas lagi pada kemampuan individu orang dewasa atau sebatas kajian studi diperguruan tinggi, namun lebih jauh mempersiapkan generasi selanjutnya dalam aktifitas literasi media. Dari definisi yang dikemukakan baik oleh pakar komunikasi dan lembaga penggiat literasi media, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam kurun waktu yang lama literasi media yang terbatas hanya pada kajian studi di perguruan tinggi kini sudah bergerak lebih maju lebih terorganisir/terlembaga dan generasi selanjutnya dalam menyentuh pada upaya mempersiapkan kemampuan literasi media setiap individu di masa yang kan datang.

1). Elemen Penting Literasi Media

Istilah Media Literacy sering kali disalahkaprahkan dengan Media Education. Literas media bukanlah pendidikan media, meski begitu untuk memahami literasi media juga diperlukan pengetahuan tentang media. Perbedaannya adalah pendidikan media memandang fungsi media massa yang senantiasa positif, yaitu sebagai a site of pleasure dalam berbagai bentuk sedangkan literasi media yang memakai pendekatan inoculations yang berupaya melindungi khalyak dari dampak buruk pesan media massa.

Seperti dikemukakan Baran bahwa kemampuan dan keahlian kita sangat penting dalam proses komunikasi massa.

Kemampuan ini tidak terlalu mudah untuk dikuasai tetapi ini sangat penting dipelajari dan dapat dilakukan. Kemampuan ini adalah literasi media (media literacy) kemampuan yang secara efektif dan efisien memahami dan menggunakan berbagai bentuk komunikasi yang bermedia.

Jelas bahwa literasi media atau melek media bukanlah pengetahuan atau pendidikan tentang media semata, tetapi bergerak lebih jauh lagi yaitu melihat pengaruh buruk yang dapat ditimbulkan dari pesan-pesan media dan belajar mengantisipasi nya. Ahli komunikasi massa Art Silverblatt dalam Baran mengidentifikasi tujuh elemen literasi media, kemudian ditambah satu elemen oleh Stanley J. Baran sehingga menjadi delapan elemen literasi media, yakni :

- a) Sebuah keterampilan berpikir kritis yang memungkinkan anggota khalayak untuk mengembangkan penilaian independen tentang konten media.
- b) Pemahaman tentang proses komunikasi massa.
- c) Sebuah kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat.
- d) Strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan-pesan media.
- e) Memahami isi media sebagai teks yang memberikan wawasan kita tentang budaya hidup.
- f) Kemampuan untuk menikmati, memahami, dan menghargai isi media.
- g) Pembangunan dari

keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab.

- h) Pemahaman tentang kewajiban etika dan moral praktisi media.

2) Kemampuan Literasi Media

Tujuan mendasar media literasi ialah mengajar khalayak atau pengguna media untuk menganalisis pesan yang disampaikan oleh media massa, mempertimbangkan tujuan komersil dan politik dibalik suatu citra atau pesan media, dan meneliti siapa yang bertanggung jawab atas pesan atau ide yang diimplikasikan oleh pesan atau citra itu. Berdasarkan hasil Konferensi Tingkat Tinggi mengenai penanggulangan dampak negatif media massa, yaitu 21 Century Literacy Summit yang diselenggarakan di Jerman pada 7-8 Maret 2002, diperoleh gambaran kesepakatan yang disebut 21 Century in A Convergen Media World. Kesepakatan tersebut, seperti disampaikan Bertelsmann dan AOL Time Warner, menyatakan bahwa literasi media mencakup :

- a) Literasi teknologi; kemampuan memanfaatkan media baru seperti internet agar bisa memiliki akses dan mengkomunikasikan informasi secara efektif.
- b) Literasi informasi; kemampuan mengumpulkan, mengorganisasikan, menyaring, mengevaluasi dan membentuk opini berdasarkan hal-hal tadi.
- c) Kreativitas media; kemampuan yang terus meningkat pada individu dimana pun berada untuk membuat dan mendistribusikan isi

kepada khalayak berapa pun ukuran khalayak.

- d) Tanggung jawab dan kompetensi sosial; kompetensi untuk memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi publikasi secara online dan bertanggung jawab atas publikasi tersebut, khususnya pada anak-anak.

3) **Komponen Literasi Media**

Pendidikan media dapat digambarkan secara konseptual. David Buckingham berpendapat terdapat empat komponen dalam literasi media yaitu sebagai berikut :

a) **Produksi**

Komponen pertama ini berkaitan dengan segala aspek yang menyangkut perihal produksi dari suatu informasi dalam sebuah media. Dimana hal ini tidak lepas dari sebuah industri media, yang didalamnya tentu meliputi teknologi yang digunakan, praktisi jurnalisme, arus berita dan informasi sampai pada aturan yang mengatur berjalannya suatu informasi tersebut. Produksi melibatkan pengenalan bahwa teks-teks media secara sadar telah dibuat. Lebih dari itu produksi juga menyangkut bagaimana hubungan antar media dan bagaimana khalayak mengakses informasi dalam media tersebut.

b) **Bahasa**

Komponen yang kedua yaitu bahasa menjadi salah satu yang terpenting dalam literasi media. Dimana bahasa merupakan jembatan bagi pemaknaan atas sebuah informasi yang disampaikan kepada khalayak. Lebih dari itu bahasa disini juga

meliputi bagaimana sebuah informasi itu disampaikan dalam sudut pandang tertentu. Setiap media mempunyai kombinasi bahasa-bahasa sendiri yang biasa untuk menyampaikan pesan. Bahasa disini juga berkaitan dengan segala hal yang berhubungan dengan pemaknaan atas tersampainya pesan kepada khalayak meliputi penggunaan bahasa, kode-kode tertentu, kombinasi gambar dan kata-kata serta suara, dan juga dampak penggunaan suatu teknologi tertentu terhadap perubahan makna.

c) **Penyajian Media**

menawarkan kepada khalayak suatu pandangan yang mewakili dunia realitas namun telah dikonstruksi ulang. Produksi media melibatkan cara memilih dan mengkombinasikan peristiwa-peristiwa, pembuatan kejadian ke dalam kisah-kisah, dan menciptakan karakter-karakter. Penyajian berkaitan dengan bagaimana pesan itu disampaikan kepada khalayak. Media sebagai suatu sumber informasi adalah bagi khalayak haruslah benar-benar menjadi sumber informasi yang dapat diakses oleh khalayak. Dalam penyajian ini juga lebih lanjut menyangkut pengaruh pesan dalam media terhadap kelompok sosial atau isu dalam masyarakat.

d) **Audiens (Khalayak)**

Audiens dalam literasi media adalah khalayak ramai. Dalam aspek ini literasi media menyangkut berbagai hal terkait hubungannya dengan khalayak ramai mulai dari siapa yang menjadi target dari pesan yang disampaikan, cara media itu

berkomunikasi, cara media itu menjangkau khalayaknya, sampai kepada aspek subjektif dari khalayak terkait dia dalam menafsirkan pesan dari suatu media serta aspek kebutuhannya dan informasi dari suatu media.

SIMPULAN

Proses adopsi inovasi melalui beberapa tahapan sehingga terjadi keputusan masyarakat yaitu menerima dan menolak inovasi.

1. Tahap pengetahuan dimana masyarakat memperoleh sejumlah informasi atau pengetahuan, fungsi, keuntungan dan berbagai hal mengenai inovasi dari berbagai saluran informasi antara lain: teman, keluarga, tetangga, dan media masa.
2. Kemudian masyarakat mulai memberikan sikapnya baik sikap positif maupun negatif, disini terjadi pencarian informasi tambahan dari berbagai saluran komunikasi. Saluran komunikasi memberikan andil yang cukup besar dalam penyebaran inovasi kepada masyarakat, saluran komunikasi interpersonal lebih banyak ditemukan ketika terjadi penyebaran inovasi.
3. Selanjutnya tahap keputusan, yaitu keputusan untuk mengadopsi atau menolak inovasi, sehingga pada proses keputusan ada masyarakat yang mengadopsi yaitu menggunakan sepenuhnya inovasi dan ada yang menolak inovasi. Dalam memutuskan, masyarakat

cenderung mempertimbangkan keunggulan relatif inovasi yang dilihat dari cepat penyembuhannya, biaya murah dan terjangkau, kesesuaian inovasi dengan kebutuhan masyarakat, dapat dibuktikan dengan diamati oleh masyarakat lainnya mengenai keunggulan inovasi, keterjangkauan lokasi serta persepsi mengenai informasi.

4. Tahap pelaksanaan yaitu masyarakat yang memilih mengadopsi akan melaksanakan keputusannya dengan datang pada pengobatan sangkal putung, sebaliknya masyarakat yang meonolak juga akan melaksanakan keputusan yang telah di pilihnya.
5. Tahap terakhir yaitu proses konfirmasi dimana masyarakat menilai keputusan yang dipilih sudah tepat atau belum.

DAFTAR PUSTAKA

- Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), hlm. 49-64.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 187-188.
- Rosidah, Umi Rochayati, Ridwan Daud Mahande, “*Menerapkan Teori Difusi: Adopsi Program Literasi Media di Sekolah,*” dalam Zamroni (ed.), *Theories of Diffusion of Innovation* (Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).
- Barus Sedia Willing, *Jurnalistik : Petunjuk Teknis Menulis Berita*, (Jakarta: Erlangga, 2011) hlm. 13-18.



- HM Zaenuddin, *The Journalist*,
(Bandung: Simbiosis Rekatama
Media, 2011), hlm. 10.
- Herry Hermawan, *Literasi Media dan
Kesadaran dan Analisis*,
(Yogyakarta), Calpulis, 2017 hal.
57