

**DIFUSI INOVASI *DIGIDES* (APLIKASI DIGITAL DESA)  
DI MASYARAKAT CILELLANG UTARA**

**OLEH:  
SOFIYAH RUDI HARTONO**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**2023**

**DIFUSI INOVASI *DIGIDES* (APLIKASI DIGITAL DESA)  
DI MASYARAKAT CILELLANG UTARA**

**OLEH:  
SOFIYAH RUDI HARTONO  
E021181509**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Difusi Inovasi Digides (Aplikasi Digital Desa)  
Di Masyarakat Cileleng Utara  
Nama Mahasiswa : Sofiyah Rudi Hartono  
Nomor Induk : E021181509

Makassar, 2 Mei 2023

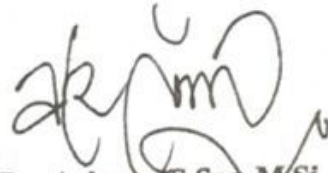
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Sudirman Karnay, M.Si**  
NIP. 196410021990021001



**Dr. Arianto, S.Sos, M.Si**  
NIP. 197307302003121002

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Hasanuddin



**Dr. Sudirman Karnay, M.Si**  
NIP. 196410021990021001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofriyah Rudi Hartono

Nomor Pokok : E021181509

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul :

**Difusi Inovasi Digidis (Aplikasi Digital Desa)**

**Di Masyarakat Cilellang Utara**

Adalah karya tulisan sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain, saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya.

Makassar, 2 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

  
  
**Sofriyah Rudi Hartono**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan tanggapan dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini, penulis juga berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan oleh penulis maupun pembaca.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orangtua tercinta (**H.Rudi Hartono dan Hj.Suriati Nudju**) yang tiada henti melantunkan doa dalam setiap sujudnya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, perhatian, dukungan moral serta materil dan memberikan energi positif selama mengerjakan skripsi ini.

Tak lupa pula penulis ucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas segala bantuan dan dukungannya yang diberikan selama penulisan skripsi ini. Rasa terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Bapak selaku Penasehat Akademik serta Pembimbing I **Dr. Sudirman Karnay, M.Si** yang telah meluangkan waktunya serta memberikan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan kondisi fisik yang prima.

2. Bapak **Dr. Arianto, S.Sos.,M.Si** selaku Pembimbing II atas bimbingan, nasehat dan arahan baik selama perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan kondisi fisik yang baik.
3. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi **Dr. Sudirman Karnay, M.Si** beserta Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi **Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.** atas segala dukungan dan kebijakan yang diberikan.
4. Staf Pengajar Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, dengan rasa tulus dan ikhlas berbagi ilmu selama ini. Semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyyah serta membawa kemuliaan. Aamiin.
5. Staf Akademik Departemen Ilmu Komunikasi, Ibu Ida, Ibu Ima dan Pak Jufri serta Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Terima kasih atas bantuannya dalam penyelesaian berkas kelengkapan ujian dan wisuda.
6. Terima kasih untuk **Ibu Murni** atas kebaikan hatinya telah menerima penulis dan teman-teman untuk selalu berada di ruang baca untuk menyelesaikan tugas kuliah hingga penyelesaian skripsi.
7. Terima kasih kepada seluruh informan dalam penelitian ini, terima kasih telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat – sahabat saya Nipe, Dian, Izzah, Rispa, Muyas, Fadil M, Ansarullah, Syahrul, Rihwal R, Alif asyur Terima kasih tidak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis sejak masa SMA hingga penyelesaian skripsi ini.

9. Teman-teman **FOSMADIM 2018 ( Fauzan, Muhaimin, Zubair, Riswandi, Aspar, Nipe, Dian, Serly )** yang turut menjadi teman seperjuangan selama di masa perkuliahan .
10. Teman-teman **ALTOCUMULUS** angkatan 2018, terima kasih sudah menerima penulis untuk menjadi bagian dari kalian dan menjadi bagian dari cerita penulis.
11. Teman-teman **Bukan Anak Bureng (Imran, Elsa, Melly dan Lita)**. Terima kasih atas pengalaman hidup yang sudah diberikan dan terima kasih karena selalu mengingatkan penulis ketika lalai dalam segala hal.
12. Kakak-kakak dan adik-adik **Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (KOSMIK)**, terima kasih telah menjadi wadah untuk penulis belajar tentang hal baru diluar perkuliahan dan telah menerima penulis sebagai bagian dari keluarga, semoga selalu panjang umur. Kalaupun lama walaupun jauh kita kan selalu menyatu.
13. Terima kasih buat Tante dan Sepupu saya (**Hj.Nurhasanah Nudju, Surtati Nudju, Nurlaela Imron, Aisyah Nur Alipiyah, St Maemunah** ) yang turut banyak memberikan kontribusi kepada penulis selama perkuliahan dan memberikan semangat kepada penulis .

Terima kasih untuk seluruh saudara, kerabat serta kawan yang tidak sempat penulis sebutkan. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pembaca dan penelitian selanjutnya. Penulis mengakui bahwa penelitian ini tidaklah sempurna dan masih banyak kekurangan dalam penggalan data maupun pengungkapan teori yang

digunakan. Maka besar harapan penulis akan adanya kritik dan saran untuk mengembangkan penulisan selanjutnya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Makassar, 2 Mei 2023

**Penulis**



## ABSTRAK

**SHOFIYAH RUDI HARTONO. *Difusi inovasi digides (aplikasi digital desa) di masyarakat cilellang utara.* (Dibimbing oleh Sudirman Karnay dan Arianto).**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui *difusi inovasi* penggunaan aplikasi *digides* di masyarakat Cilellang Utara; (2) untuk mengetahui hal-hal yang menjadi faktor pendukung *difusi inovasi* penggunaan aplikasi *digides* di masyarakat Cilellang Utara. Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis penelitian fenomenologi.

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan sejak Desember 2022 hingga Januari 2023. Teknik penentuan data menggunakan teknik kualitatif purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data primer penelitian ini dikumpulkan secara langsung melalui wawancara. Sementara itu, data sekunder yang digunakan bersumber dari studi pustaka melalui literatur terkait.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses difusi inovasi penggunaan aplikasi di masyarakat Cilellang Utara terdapat lima tahap yang dilalui yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Serta faktor pendukung difusi inovasi penggunaan aplikasi *digides* di masyarakat Cilellang Utara yaitu derajat manfaat, efektivitas diri, insentif status, nilai individu dan uji coba.

**Kata Kunci: Difusi Inovasi, Aplikasi Digital.**

## ABSTRACT

**SHOFIYAH RUDI HARTONO.** *The diffusion of innovation digides (digital village applications) in the North Cillang community. (Supervised by Sudirman Karnay and Arianto).*

*The aims of this study were: (1) to find out the diffusion of innovations using the digides application in the North Cilellang community; (2) to find out the factors that support the diffusion of innovations using the digides application in the North Cilellang community. The type of research used is descriptive qualitative using phenomenological research analysis.*

*This research was conducted for three months from December 2022 to January 2023. The data determination technique used a qualitative purposive sampling technique. This study uses a qualitative method. The primary data of this study were collected directly through interviews. Meanwhile, the secondary data used comes from literature studies through related literature.*

*This study's results indicate that the diffusion of innovations using applications in the North Cilellang community consists of five stages: knowledge, persuasion, decision, implementation, and confirmation. As well as factors supporting the diffusion of innovations using the digides application in the North Cilellang community, namely the degree of benefit, self-efficacy, status incentives, individual values , and trials.*

**Keywords:** *Innovation Diffusion, Digital Applications.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>10</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>E. Kerangka Konseptual Penelitian.....</b>	<b>11</b>
1. Media Baru dan <i>Difusi Inovasi</i> .....	11
2. Digital Desa .....	20
<b>F. Definisi Konseptual.....</b>	<b>23</b>
<b>G. Metode Penelitian .....</b>	<b>24</b>
1. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	24
2. Tipe Penelitian .....	24
3. Teknik Penentuan Data .....	25
4. Teknik Pengumpulan Data.....	26
5. Teknik Analisis Data.....	29
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>30</b>
<b>A. Teknologi Komunikasi .....</b>	<b>30</b>
<b>B. Difusi Inovasi dan Elemen Difusi Inovasi.....</b>	<b>36</b>

C. Proses Difusi Inovasi.....	38
D. Aplikasi Digital Desa .....	40
<b>BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
A. Proses Difusi Inovasi <i>Digides</i> .....	63
B. Faktor Pendukung Difusi Inovasi <i>Digides</i> .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>1.1</b>	<b>Homepage Website Digital Desa (<i>Digides</i>) .....</b>	<b>5</b>
<b>1.2</b>	<b>Aplikasi Digital Desa (<i>Digides</i>) .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3</b>	<b>Testimoni Aplikasi Digital Desa (<i>Digides</i>) .....</b>	<b>15</b>
<b>1.4</b>	<b>Aplikasi Digital Desa (<i>Digides</i>) .....</b>	<b>20</b>
<b>1.5</b>	<b>Kerangka Konseptual.....</b>	<b>22</b>

## DAFTAR TABEL

<b>1.1 Informan Penelitian .....</b>	<b>25</b>
--------------------------------------	-----------

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di era globalisasi tidak lagi dapat terbendung, perkembangannya pun pesat, dan masif, tidak hanya barang elektronik saja, namun mencakup konvergensi dakwah ke dalam dunia digital, Berkembangnya teknologi sebagai pemacu terus berkembangnya inovasi-inovasi di semua lini, baik ekonomi, pendidikan, dan lain sebagainya. Begitupun dalam konteks komunikasi, media komunikasi semakin banyak, digitalisasi yang semakin pesat ini, sangat dimanfaatkan baik secara perorangan maupun secara organisasi, atau lembaga dalam melakukan komunikasinya, sesuai dengan kepentingannya.

Media publik saat ini jika dicermati sebenarnya banyak bersumber dari berbagai penggunaan media online yang berbasis internet. Pengguna internet yang besar di Indonesia menjadi sebuah fenomena menarik. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang sangat pesat akan berdampak ke berbagai sektor kehidupan sebut saja teknologi ponsel yang makin berubah berpengaruh terhadap tata kehidupan orang Indonesia yang mulai merambah ke layanan online di era digital (Kurmia, N. 2005). Pengguna internet di Indonesia dari hari kehari semakin meningkat, hal itu pula membuat Indonesia menjadi salah satu negara pengguna internet terbesar di dunia.

Analisa ini diambil dari beberapa sumber diantaranya adalah dilakukan oleh International Telecommunications Union (ITU) dan Nielsen Online, sehingga data yang diperoleh dapat dikatakan mendekati valid. Jika berdasarkan hasil catatan

yang dirilis kepala riset Teknologi Global Mary Meeker, Indonesia menempati urutan ketiga pengguna internet tertinggi dengan catatan pengguna mencapai 55 juta dari jumlah populasi yang ada di Indonesia Sedangkan data yang dirilis oleh Internet World Stats Indonesia menempati urutan 8 dari 10 negara terbesar pengguna internet diseluruh dunia dan mengalahkan Inggris dan Prancis yang hanya menempati urutan sembilan dan sepuluh. Sedangkan urutan pertama masih ditempati China. Dari data tersebut Indonesia menjadi negara yang memiliki potensi besar dalam peraturan bisnis global khususnya yang berbasis internet dalam layanan bertransaksi (Wibowo, T. 2018).

Kekayaan informasi yang sekarang tersedia di internet telah lebih mencapai harapan dan bahkan imajinasi para penemu sistemnya. Melalui internet dapat diakses sumber-sumber informasi tanpa batas dan aktual dengan sangat cepat. Manfaat internet menurut Hardjito (2002) menyatakan bahwa internet lebih banyak disebabkan oleh kecepatan, kemudahan, murah dan canggih. Namun pemakai lebih cenderung menggunakannya untuk kebutuhan e-mail dan browsing. Padahal kemampuan dan fasilitas dari internet lebih dari itu. Teknologi komunikasi memungkinkan seseorang untuk mengumpulkan dan mengirimkan informasi dari satu generasi ke generasi berikutnya. Teknologi memungkinkan kita untuk “menjembatani” atau “mengikat” waktu-untuk menggunakan rekaman dari masa lalu seperti halnya masa kini, serta untuk membuat pesan hari ini yang akan menjadi bagian di generasi mendatang.

Menurut Webster (2006) dalam melihat definisi masyarakat informasi dari beberapa kriteria. Pertama, technological, masyarakat informasi akan



bergantung pada inovasi teknologi yang semakin lama semakin berkembang. Kedua, *economic*, masyarakat informasi akan mempunyai industri informasi terbagi dalam lima kategori yaitu pendidikan, media komunikasi, mesin informasi, pelayanan informasi dan kegiatan informasi lain seperti penelitian dan kegiatan sosial. Ketiga, *occupational*, perubahan yang terjadi dalam masyarakat informasi menyebabkan perubahan yang terjadi dalam ketersediaan dan kebutuhan tenaga kerja dalam bidang informasi. Keempat, *spatial*, masyarakat informasi mempunyai jaringan informasi yang terhubung dengan lokasi dan mempunyai efek pada perorganisasian waktu dan ruang. Kelima, *cultural*, masyarakat informasi mengalami perubahan sirkulasi sosial budaya dalam kehidupan sehari-hari karena informasi yang tersedia berbagai saluran (termasuk media) yang ada.

Menurut Mc. Luhan (2009) dalam buku *Teknologi komunikasi* karya Agoeng Noegroho bahwa Teknologi Komunikasi diartikan sebagai perlengkapan hardware, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial dimana individu-individu mengumpulkan, memproses, dan tukar-menukar informasi dengan individu lain.

Selain itu, tidak heran jika kebijakan dalam kegiatan sosial atau politik juga dikemas dalam aplikasi *smartphone* atau *website PC*. Termasuk kegiatan yang berhubungan dengan pemerintah dan masyarakat, seperti pelayanan publik. Pelayanan publik merupakan kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik terdapat 83.931 wilayah administrasi setingkat desa di Indonesia pada 2018. Jumlah tersebut terdiri atas 75.436

desa, kemudian 8.444 kelurahan serta 51 Unit Permukiman Transmigrasi (UPT)/Satuan Permukiman Transmigrasi. Jumlah yang besar tersebut belum sepenuhnya tersentuh dengan teknologi digitalisasi terutama desa, sedangkan ditingkat kelurahan sudah semakin massif penggunaan teknologi dalam menunjang kegiatan administrasi dan perkantornya, hal ini perlu mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai pihak terutama perguruan tinggi untuk membantu desa-desa yang belum sepenuhnya menggunakan digitalisasi dalam pengelolaan administrasi. Untuk hal tersebut dibutuhkan pendampingan dan pembuatan aplikasi desa digital sehingga dapat mempermudah Tata kelola administrasi dan perkantoran desa (Wibowo, T. 2018).

Hadirnya inovasi transformasi digital desa melalui aplikasi dan website yang diberi nama digides dengan takeline aplikasi perluas jangkauan, lakukan percepatan pelayanan dengan *Smart System* Terintegrasi. Dimana aplikasi ini memberikan solusi pengelolaan sistem informasi administrasi secara mandiri, sistem pelayanan online untuk administrasi desa, sistem pencatatan pajak mulai dari rekapitulasi perpajakan, anjungan mandiri untuk mempermudah pengurusan surat, website profile untuk meningkatkan potensi wisata desa, *marketplace* dan permintaan surat eksklusif untuk warga desa, buku tamu untuk warga desa dan absensi untuk staff desa.



Gambar 1.1 (Sumber. Screenshot Homepage Website Digital Desa (*Digidas*))

Menurut Wibowo, T. (2018) Inovasi transformasi digital dengan hadirnya internet di Desa mendorong sejumlah warga melakukan terobosan baru. Mereka memanfaatkan teknologi digital guna membangkitkan perekonomian masyarakat. pembangunan infrastruktur telekomunikasi akan turut memberi kemudahan bagi warga untuk mengurus perizinan secara *online* dan memberi dampak ekonomi bagi masyarakat. Saat ini sudah ada 400 orang pengguna aktif dari layanan digital desa. Di jenjang pemerintahan, pemerintah desa sudah bisa melayani masyarakat lebih mudah dan lebih cepat. Keberadaan akses internet juga turut dibuktikan dengan tersedianya pelayanan *online* bagi warga apabila ingin berkirim surat. Jika ada warga yang ingin membuat surat-surat administrasi terkait kependudukan dan yang lainnya, mereka tinggal membuka aplikasi di HP atau website di PC miliknya. Aplikasi cukup mudah digunakan, dimana warga desa tinggal memasukkan nama, NIK, dan jenis surat yang dimohon. Lalu mengisi keterangan yang diperlukan. Salah satu Desa di Provinsi Sulawesi Selatan yang juga telah menerapkan Digitalisasi Desa adalah Desa Pao- Pao lewat Sistem Informasi Administrasi Pemerintahan (SIAP). SIAP dibangun sebagai sebuah inovasi pelayanan terkait dengan administrasi pemerintahan berbasis teknologi, informasi, dan komunikasi

(TIK).



Gambar 1.2 (Sumber. Screenshot Aplikasi Digital Desa (*Digides*))

*Digides* merupakan platform tata kelola desa yang menawarkan sejumlah layanan seperti sistem informasi pembangunan desa, administrasi, kependudukan, pelayanan publik, anggaran, dan berbagai layanan lainnya. Keunggulan aplikasi *digides* ini adalah mudah digunakan, terintegrasi antara android dan website, dapat berjalan secara online dan offline, mudah dalam memasukkan data, kompatibel dengan prodeskel, terintegrasi dengan idm. Pertanggal 21 Juli 2022 tercatat sebanyak 10.114 pengguna aplikasi *digides* dengan rincian 583 Desa, dan 108 Kabupaten.

Seiring dengan berkembangnya masyarakat, pelayanan publik juga berhubungan dengan paradigma pembangunan yang mulai ada perubahan. Teori komunikasi *difusi inovasi* menjelaskan tentang bagaimana upaya pembaharuan atau inovasi dapat tersampaikan melalui beberapa saluran tertentu dengan ditujukan kepada sekelompok anggota yang berasal dari sistem sosial. Teori komunikasi satu ini kerap dikaitkan dan digunakan dalam prosedur pembangunan rakyat. Teori tersebut yakin bahwa inovasi yang terdifusi ke seluruh masyarakat dengan pola yang dapat diprediksi.

*Difusi inovasi* sebagai sebuah proses yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Makna inovasi demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa *difusi inovasi* merupakan proses sosial dalam mengkomunikasikan informasi mengenai ide-ide baru yang awalnya dipandang secara subjektif, namun perlahan-lahan mulai dikembangkan melalui proses konstruksi sosial sehingga dapat dipandang secara objektif.

Yang disebut struktur status adalah peran atau perilaku aktual dari individu dalam status tertentu. Ini menyebabkan, perubahan yang terjadi pada level sistem akan menjalar ke tingkat individu, dan sebaliknya perubahan yang terjadi pada tingkat individu akan menghasilkan perubahan ke tingkat sistem. Dalam proses perubahan, komunikasi memegang peran penting, walaupun komunikasi tidak identik dengan perubahan sosial. Namun elemen ini sangat mempengaruhi keberterimaan atau penolakan suatu inovasi. Berbeda dengan komunikasi biasa, dalam *difusi inovasi*, komunikasi berfokus pada perubahan pengetahuan dan sikap anggota sistem sosial yang menjadi sasaran inovasi. Dalam konteks Indonesia, pembangunan yang dijadikan sebagai dasar berpijak dan bertindak, dapat dilihat dan dirasakan dampaknya dalam sejarah. Paradigma pembangunan yang dianut juga sangat menentukan bagaimana model komunikasi pembangunan yang digunakan.

Menurut Spetianti, D. (2019). Introduksi teknologi baru dalam proses pembangunan misalnya, selalu diawali dan dikawal oleh negara secara sangat ketat. Proses introduksi teknologi baru tersebut, dalam ranah komunikasi pembangunan

dikenal dengan istilah “*Difusi Inovasi*”.

Difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di Antara para anggota suatu system sosial. Pada dasarnya Teori *difusi inovasi* menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari system sosial. Adapun inovasi yang dimaksud adalah, adanya aplikasi *digides*, yang merupakan inovasi transformasi digital desa. Yang mana inovasi ini dikomunikasikan kepada sisytem sosial, sisytem sosial dimaksud oleh penulis adalah warga desa Cilellang Utara, Kelurahan Cilellang, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Kepala Desa Cilellang H. Rudi Hartono berkata “dengan *digides* di Desa Cilellang memudahkan masyarakat dalam memperoleh pelayanan maupun informasi di tingkat desa, di era digital sekarang digitalisasi merupakan sebuah keniscayaan termasuk bagi masyarakat desa. Digitalisasi ini bisa digunakan oleh BUMNDes dengan digitalisasi produk-produk desa bisa dipasarkan secara luas”. Dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Desa Cilellang dalam periode menganggap bahwa dengan melakukan inovasi Pelayanan Publik yang mampu menjadikan Desa Cilellang menerapkan digitalisasi desa di Kabupaten Barru dengan Pelayanan Berbasis Digital akan memberikan dampak yang besar bagi pengembangan desa dan masyarakat.



Gambar 1.3 (Sumber. Screenshot Testimoni Aplikasi Digital Desa (*Digides*))

Adapun penelitian serupa yang juga meneliti mengenai *difusi inovasi* aplikasi yaitu pada penelitian yang berjudul *Difusi Inovasi Penggunaan Aplikasi Dakwah di Pesantren di Pesantren Luhur Ciputat* oleh Nida Arafat (2019). Dalam penelitian ini disimpulkan ada 4 poin penting yang tercakup didalamnya. Termasuk adanya implikasi atau dampak yang dirasakan secara langsung dan menimbulkan beberapa perubahan. Selain itu, Skripsi Farah Dwi Kania Nur Haida mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta (2017) yang berjudul “ *Difusi Adopsi Inovasi Cyber Village Sebagai Fasilitas Internet Desa (Studi Deskripsi Kualitatif Difusi Inovasi Dan Adopsi Inovasi Cyber Village Pada Remaja Di Desa Campurejo, Kecamatan Tretep, Kabupaten Temanggung)*” Yang menjadi persamaan dengan skripsi Farah adalah dalam penggunaan teori *difusi inovasi*, akan tetapi farah menambahkan satu teori yaitu adopsi inovasi, sedangkan pada objek penelitiannya, sangat jauh berbeda, farah menekankan pada *cyber village*, sedangkan subjek penelitian yang dilakukan oleh penulis ialah masyarakat desa Cilellang Utara. Dalam hal ini perbedaan antara penelitian terdahulu terdapat pada analisis penelitian yang digunakan yaitu fenomenologi. Sedangkan persamaannya adalah mengkaji dan menelusuri proses difusi inovasi pada masyarakat desa dengan menggunakan pendekatan teori difusi inovasi.

Pemilihan Desa Cilellang Utara sebagai objek penelitian dinilai sangat relevan dan cocok untuk menjawab segala permasalahan administrasi yang terjadi baik dalam lingkup masyarakat maupun pejabat desa. Keluhan yang cukup sering dikeluhkan masyarakat desa menumbuhkan solusi bagi pejabat desa dalam menanggapi hal tersebut. Proses pengurusan administrasi yang dinilai masyarakat

desa rumit dan memakan waktu yang lama dalam pengurusannya menjadi alasan utama masyarakat dan pejabat desa melakukan difusi inovasi penggunaan aplikasi *digides* ini. Selain itu, adanya dukungan dari pemerintah Kabupaten Barru dengan adanya kebijakan digitalisasi yang semakin dikedepankan. Kebijakan tersebut mendorong masyarakat untuk melakukan difusi inovasi baik pada bidang administrasi hingga pembayaran pajak non tunai dan sosialisasi platform lainnya dalam rangka selangkah lebih maju.

Secara keseluruhan, total pengguna aktif *digides* sebanyak 14041 jiwa. Dengan rekap 82 Kabupaten termasuk Kabupaten Barru, dan 750 Desa register termasuk Desa Cilellang Utara. Dari perolehan data yang dijelaskan oleh pemerintah Kabupaten Barru, tercatat sebanyak 20 desa pengguna aktif *digides*. Yang mana merupakan urutan ketiga pengguna terbanyak setelah Kabupaten Mamasa 41, dan Kabupaten Enrekang 26.

Berdasarkan uraian di atas, teknologi komunikasi memberikan inovasi-inovasi baru yang dapat menciptakan fasilitas yang dapat memudahkan kehidupan manusia, terkhusus dalam aspek pelayanan publik, baik dari kalangan pemerintah maupun masyarakat. Di desa Cilellang Utara aplikasi *digides* telah dimanfaatkan oleh beberapa masyarakat dalam melakukan praktek pelayanan, meskipun pengguna aplikasi ini terkadang tidak digunakan secara intens, namun masyarakat desa Cilellang Utara telah mencoba untuk memanfaatkan keberadaan aplikasi desa digital ini. Pentingnya penelitian ini dilakukan adalah untuk melihat sebagaimana hal tersebut berpengaruh terhadap inovasi yang telah diterima oleh sistem sosial yakni masyarakat (*difusi*). Melalui tulisan ini diharapkan dapat memberikan



pengetahuan tentang bagaimana penyebaran atau *difusi* dari sebuah *inovasi* kepada masyarakat. Dengan demikian judul yang dimaksud dalam skripsi ini adalah *Difusi Inovasi Aplikasi Desa Digital ‘Digides’ Ke Masyarakat Desa Cilellang Utara*.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk memperjelas dan mempermudah mencari data, maka penulis merumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana proses difusi inovasi penggunaan aplikasi *digides* di Masyarakat Cilellang Utara ?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendukung difusi inovasi penggunaan aplikasi *digides* di Masyarakat Cilellang Utara ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui difusi inovasi penggunaan aplikasi *digides* di Masyarakat Cilellang Utara.
2. Untuk mengetahui hal-hal yang menjadi faktor pendukung difusi inovasi penggunaan aplikasi *digides* di Masyarakat Cilellang Utara.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan keberlakuan teori-teori komunikasi mengenai *difusi inovasi*, dan

dapat memberikan informasi tentang penggunaan aplikasi desa digital bagi masyarakat Desa Cilellang Utara.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi akademisi, praktisi, dan kepada pembaca pada umumnya, dapat memberikan manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan dapat memberikan gambaran mengenai proses *difusi inovasi* beserta faktor- faktornya, terkhusus dalam proses *difusi inovasi* aplikasi *Digides* di Masyarakat Desa Cilellang Utara.

## E. Kerangka Konseptual

### 1. Media Baru dan *Difusi Inovasi*

#### a. Media Baru dan *Difusi Inovasi*

Media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi massa digital dimana seseorang dapat melakukan interaksi melalui dunia maya tanpa bertatap muka langsung dengan bantuan internet. Menurut Mc Quail (2011:148) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Holmes (2005:7) menyatakan bahwa internet merupakan awal mula perkembangan teknologi interaksi global akhir abad ke-20 yang mengubah cakupan serta sifat dasar dari medium komunikasi. Transformasi ini disebut sebagai “*second media age*”. Dimana media tradisional seperti radio, koran dan televisi telah banyak ditinggalkan oleh masyarakat. Media tradisional memakai pola menyebarkan

informasi dari satu sumber ke audiens luas, bersifat satu arah dan bahkan tidak ada interaksi timbal balik antara pengirim dan penerima. Terdapat perbedaan antara media baru dengan media konvensional seperti media cetak, majalah, tv dan radio dimana para penggunanya tidak dapat menggunakannya dimana saja, kapan saja, fleksibel serta real time.

Seperti yang dikutip Mc Quail (2011:44-45) Chastelles (2001) menjelaskan internet pada awalnya digunakan sebagai alat komunikasi non komersil yang kemudian berkembang sebagai alat penyedia barang dan jasa dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antar pribadi. Aplikasi internet seperti berita online, merupakan perkembangan dari jurnalisme surat kabar, yang semakin berkembang dimana masyarakat sekarang juga dapat menjadi seorang jurnalis dengan cara mengumpulkan atau melaporkan langsung kejadian-kejadian yang ada disekitarnya yang disebut sebagai *citizen journalism*.

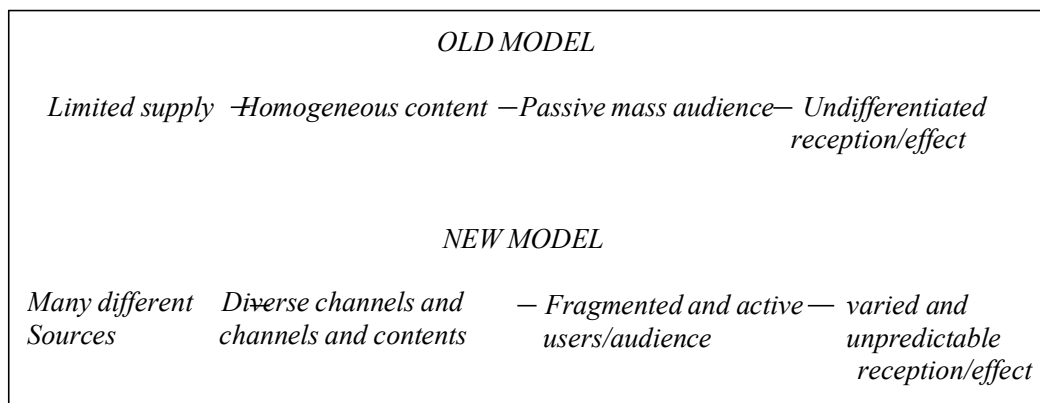
Roger (1997:38) menjelaskan kemajuan teknologi yang pesat saat ini khususnya yang berhubungan dengan internet, memunculkan banyak perkembangan pada system komunikasi manusia. Perkembangan teknologi yang pesat mampu mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan system komunikasi saat ini telah mempermudah seseorang untuk terhubung dan berkomunikasi yang tidak hanya sebatas dalam bentuk audio, namun secara audio-visual sekalipun. Ada tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru yaitu, media baru memiliki sifat interaktif pada komunikasi dimana komunikasi yang interaktif memungkinkan penggunanya untuk dapat berkomunikasi secara lebih akurat, efektif, dan memuaskan, tidak bersifat massal

yang artinya pesan khusus dapat di pertukarkan secara individual diantara para penggunanya, dan yang terakhir teknologi komunikasi baru atau media baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang di kehendaki oleh para setiap penggunanya.

Trevo barr (2000) dalam Holmes (2005:79) menyebutkan adanya tipe interaksi yang terjadi akibat adanya media baru ( internet), antara lain:

1. *One to one message*: komunikasi yang dilakukan antar personal melalui internet seperti (email).
2. *One to many message*: komunikasi yang dilakukan komunikator terhadap kelompok tertentu dalam satu group tertentu, seperti (mailing list atau broadcast).
3. *Distributed message database*: pesannya dapat dikirim secara global dan cepat.
4. *Real time communication*: komunikasi yang dapat dilakukan dengan menggunakan koneksi internet atau sering disebut dengan “chatting” (seperti *instant messaging*).
5. *Real time remote computer utilization*: pemanfaatan media komputer sebagai alat komunikasi (seperti Telnet (*Telecommunication network*)).
6. *Remote information retrieval*: dapat berkomunikasi dengan jarak jauh atau sebagai mesin pencari informasi diinternet (seperti *word wide web*).

Dalam Mc Quail (2011:45) Ciri-ciri media baru merupakan suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja atau tidak tergantung lokasi, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, setiap penggunanya merupakan komunikator, dan kontrol yang tidak ketat. Masyarakat di era modernisasi seperti sekarang ini sudah sangat mudah untuk mengakses internet (media baru) tidak hanya dapat diakses melalui komputer saja, tetapi kini juga dapat mengaksesnya melalui teknologi telepon seluler atau handphone. Perubahan model komunikasi sehubungan dengan hadirnya media baru dalam skema sebagai berikut.



Gambar 1.4 (Sumber. Buku Teknologi Media Baru)

Dari model di atas bisa terlihat jelas bahwa ketika pada model lama, sumber informasi sangat terbatas, maka pada model baru terdapat banyak sekali sumber informasi. Perubahan juga terlihat dari isi yang cenderung homogen pada model lama menjadi isi dan saluran yang menjadi sangat bervariasi dalam media baru. Sedangkan audiens sendiri dilihat sebagai audiens yang terfragmentasi sekaligus bersifat sangat aktif, tak lagi bersifat pasif dan massal. Hal yang sama juga nampak pada respon maupun efek yang semula tidak terdiferensiasi beralih menjadi respon

dan efek yang sangat bervariasi sekaligus tak dapat diprediksikan.

Perubahan yang terjadi di atas tentu saja masih belum menjadi patokan baku atas hadirnya media baru di tengah masyarakat yang sangat haus terhadap informasi sekarang ini. Hal ini dikarenakan perkembangan komunikasi disertai teknologi komunikasi dan media yang ada akan selalu berubah sejalan dan saling pengaruh mempengaruhi dengan perkembangan yang ada di dalam masyarakat. Oleh karena itu, kajian terhadap fenomena media baru haruslah selalu dilakukan untuk bisa menangkap dinamika yang terjadi dalam hubungan antara media dan masyarakat.

#### **b. Proses *Difusi Inovasi***

Dalam proses *difusi inovasi* sebagai kegiatan mengkomunikasikan inovasi melalui saluran- saluran tertentu pada saat tertentu diantara anggota- anggota suatu system social yang mencakup teknologi, produk baru, dan ide- ide baru. *Difusi inovasi* yaitu tentang bagaimana sebuah ide dan teknologi baru tersebar dalam sebuah kebudayaan. Makna inovasi demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. Dilansir dari situs *Investopedia*, pemahaman dan proses *difusi inovasi* adalah hipotesis yang menjelaskan bagaimana teknologi baru dan kemajuan lainnya menyebar.

*Teori Diffusion of Innovations* dipopulerkan oleh Everett Rogers pada tahun 1964 melalui bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovations*. Teori ini dikembangkan Rogers sebagai suatu teori yang berusaha menjelaskan bagaimana, mengapa, dan seberapa cepat ide-ide baru dan teknologi menyebar melalui berbagai budaya. Secara teori, *difusi inovasi* menjadi dasar untuk mendukung keputusan para aktor untuk memakai sebuah inovasi dengan menggabungkan pengaruh yang saling

mengimbangkan dari tingkat individu, tingkat sub kelompok, tingkat sistem, yang menerangkan perubahan organisasi dan mengurangi ketidakpastian (Charles R. Berger dkk, 2014: 349). Setelah memahami apa itu teori *difusi inovasi*, Terdapat empat elemen menurut Rogers yang terdapat dalam teori *difusi inovasi* sebagai berikut.

1. Inovasi, merupakan ide atau gagasan dan praktek baru yang dapat diadopsi oleh seorang individu. Jika suatu gagasan tersebut masih dianggap baru oleh seseorang, maka hal tersebut bisa dikatakan inovasi untuk seseorang tersebut. Rogers dan Shoemaker (1971) menyatakan terdapat lima atribut inovasi yang sebagian besar terlibat mempengaruhi adopsi terhadap suatu inovasi yaitu:
  - a) *Relative Advantages* atau keuntungan relatif yaitu jika seseorang menganggap suatu ide baru bisa lebih menguntungkan maka akan dengan mudah mengadopsi inovasi yang ada. Jika inovasi lebih menguntungkan maka akan lebih cepat pula proses penyebarannya dalam sistem sosial. Para adopter selalu memikirkan seberapa besar keuntungan yang akan diperolehnya.
  - b) *Copatibility* atau keserasian yang dimaksud adalah kesesuaian antara nilai- nilai dengan inovasi yang didifusikan. Suatu ide yang memiliki keserasian maka akan mengurangi ketidakpastian, sehingga seorang adopter tidak ragu untuk mengadopsi inovasi tersebut.
  - c) *Complexity* atau kerumitan biasanya kelompok atau individu dalam sistem sosial akan kurang berminat dalam mengadopsi suatu inovasi jika inovasi tersebut dianggap sangat rumit dan sulit untuk diadopsi.

Rogers menyatakan bahwa semakin sederhana suatu inovasi tersebut maka akan semakin antusias individu dalam mengadopsinya.

- d) Trialability atau ketercobaan merupakan tahap pemeriksaan dan menguji sebuah inovasi sebelum seorang adopter benar-benar mengadopsinya. Suatu inovasi biasanya mengandung resiko kegagalan dan keberhasilan, hal inilah yang menjadikan tahap ketercobaan untuk melihat seberapa tepat inovasi yang diadopsi sebelum mengadopsi secara sepenuhnya.
- e) Observability atau kemampuan diamati yaitu keterlihatan berkaitan dengan suatu hasil dari inovasi yang dapat dilihat oleh orang lain. Hasil inovasi yang dapat dilihat dengan mata secara langsung memungkinkan seseorang untuk dapat mempertimbangkan agar mengadopsi suatu inovasi dibandingkan dengan hasil yang hanya diwujudkan melalui pikiran dan hanya dibayangkan saja.

2. Saluran Komunikasi, dalam suatu inovasi diperlukan suatu saluran komunikasi sebagai sarana penyebarluasan suatu gagasan atau ide baru tersebut kepada anggota masyarakat. Proses difusi disini merupakan pertukaran informasi dari individu yang mengkomunikasikan ide baru tersebut kepada individu atau kelompok lainnya ( Rogers (1995) Fokus dari teori difusi inovasi ini yaitu tidak hanya kesadaran akan pengetahuan tetapi juga perubahan sikap dan proses pengambilan keputusan yang mengarah pada adopsi dan praktik sebuah inovasi( Rogers & Singhal ( 1996)). Saluran komunikasi merupakan penghubung suatu proses komunikasi antara kedua



belah pihak yang kemudian akan mempengaruhi keduanya untuk memilih saluran komunikasi yang dirasa tepat untuk digunakan dalam mencapai komunikasi yang efektif. Terdapat dua jenis saluran komunikasi yaitu komunikasi Interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan lawan bicara sehingga memungkinkan setiap orang dapat menangkap reaksi secara langsung baik verbal maupun non verbal dan komunikasi massa merupakan saluran komunikasi yang diasumsikan memiliki efek yang berbeda-beda. Media massa merupakan saluran komunikasi yang juga penting untuk dipilih guna memberikan kemudahan dalam penyebarluasan akan informasi dan ide-ide baru.

3. Jangka Waktu, merupakan salah satu aspek utama dan terpenting dalam proses komunikasi. Proses pengambilan keputusan oleh seorang individu merupakan salah satu keterlibatan waktu dalam proses difusi. Dalam hal ini waktu diukur dari pertama kali seseorang mengetahui suatu inovasi sampai seseorang mengadopsi atau menolak inovasi tersebut. Kemudian tingkat kecepatan individu dalam mengadopsi inovasi dibandingkan dengan individu lainnya. Serta jumlah anggota sistem yang mengadopsi inovasi dalam kurun waktu tertentu. Tingkat adopsi inovasi juga dapat diukur dari seberapa lama waktu yang diperlukan untuk mengadopsi suatu inovasi berdasarkan jumlah anggota sistem sosial yang mengadopsi inovasi tersebut.
4. Sistem Sosial, merupakan seperangkat unit yang saling berhubungan dalam upaya memecahkan masalah untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Rogers hal hal yang perlu dibahas dalam difusi inovasi yaitu :

- a) Struktur Sosial, dalam hal ini difusi terjadi pada lingkungan sosial. Dalam sistem sosial terdapat unit-unit yang memiliki struktur sosial yang jugaberbeda-beda. Struktur sosial ini menciptakan kestabilan dan keteraturan anggota dalam berperilaku. Didalam sistem sosial terdapat dua jenis struktur sosial diantaranya struktur formal dan struktur informal. Struktur formal meliputi organisasi birokrasi sedangkan struktur informal dipakai dalam suatu hubungan antarpribadi oleh anggota sistem sosial. Maka dari itu, jika suatu sistem sosial akan mendifusikan suatu ide baru atau inovasi maka harus mengetahui dahulu struktur sosial yang ada di sistem sosial tersebut.
- b) Sistem Norma, merupakan kebiasaan yang menjadi standar acuan yang digunakan oleh masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas kehidupan dalam suatu sistem sosial. Sebagai suatu standar acuan maka norma dapat mempengaruhi anggota dalam sistem sosial untuk menerima atau menolak suatu kegiatan difusi inovasi. Jadi, seorang agen perubahan harus bisa menyesuaikan suatu proses difusi inovasi apakah sesuai dengan norma yangberlaku di dalam sistem sosialnya.
- c) Pemuka Pendapat dan Agen Perubahan Seorang pemuka pendapat dan agen perubahan adalah seseorang yang secara informal bisa mempersuasi anggotadidalam sistem sosial baik perilaku maupun sikap untuk mengikuti apa yangdiinginkannya. Seorang pemuka pendapat sangat berpengaruh dibandingkan dengan seorang pemimpin formal yang mungkin memiliki status sosial yanglebih tinggi. Ada beberapa

karakteristik yang terdapat dalam seorang pemuka pendapat yaitu lebih membuka diri dalam artian bisa berkomunikasi dengan berbagai pihak yang berada diluar sistem sosialnya, lebih kosmopolitan, memiliki kedudukan dan status sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan anggota lain, lebih bersifat inovatif dan yang terpenting seorang pemuka pendapat bisa mempengaruhi struktur sosial yang ada didalam sistem sosialnya.

- d) Tipe dari keputusan inovasi Sistem sosial tentunya memiliki berbagai unit yang terdiri dari struktur-struktur sistem sosial maupun anggota sistem. Maka dari itu keputusan inovasi bisa dilakukan secara kolektif maupun individu.
- e) Konsekuensi suatu Inovasi Konsekuensi memiliki pengertian berupa akibat yang ditimbulkan setelah anggota sistem sosial menolak atau menerima suatu inovasi.

## **2. Aplikasi Digital Desa (*Digides*)**

Digital Desa *App* adalah aplikasi sistem informasi desa yang berbasis Android. Aplikasi ini merupakan aplikasi penunjang untuk aplikasi sistem informasi desa berbasis web yang diluncurkan oleh Digital Desa.id. *Digides* merupakan platform tata kelola desa yang menawarkan sejumlah layanan seperti administrasi, kependudukan, pelayanan publik, anggaran, dan berbagai layanan lainnya.

### Digides Mobile App

Aplikasi Warga Desa Seluruh Indonesia



Gambar 1.4 (Sumber. Screenshot Aplikasi Digital Desa (*Digides*))

Dalam mewujudkan desa yang pintar, Kemkominfo melalui Direktorat Layanan Aplikasi Informatika Pemerintahan (LAIP) mempunyai program Digital Desa. Program ini, akan memberikan bimbingan teknis (bimtek) kepada operator dan pemerintah desa untuk sudah mulai memberikan layanan-layanan secara online. Seperti halnya tata pemerintahan ataupun sistem informasi yang kini perlu ditingkatkan dengan mulai memanfaatkan TIK, sehingga dapat dilakukan dan dimonitor secara online. Dalam memonitor setiap potensi dan perkembangan desa, bukanlah hal yang mudah. Di Indonesia, terdapat sekitar 75 ribu desa yang perlu diperhatikan dan diberi dukungan. Oleh sebab itu, dengan adanya pembuatan website dan aplikasi digital desa ini dinilai dapat memudahkan pemerintah, termasuk presiden, dalam memonitor secara online seluruh kegiatan pemerintahan, bahkan kegiatan-kegiatan yang ada di level desa.



#### Layanan Publik

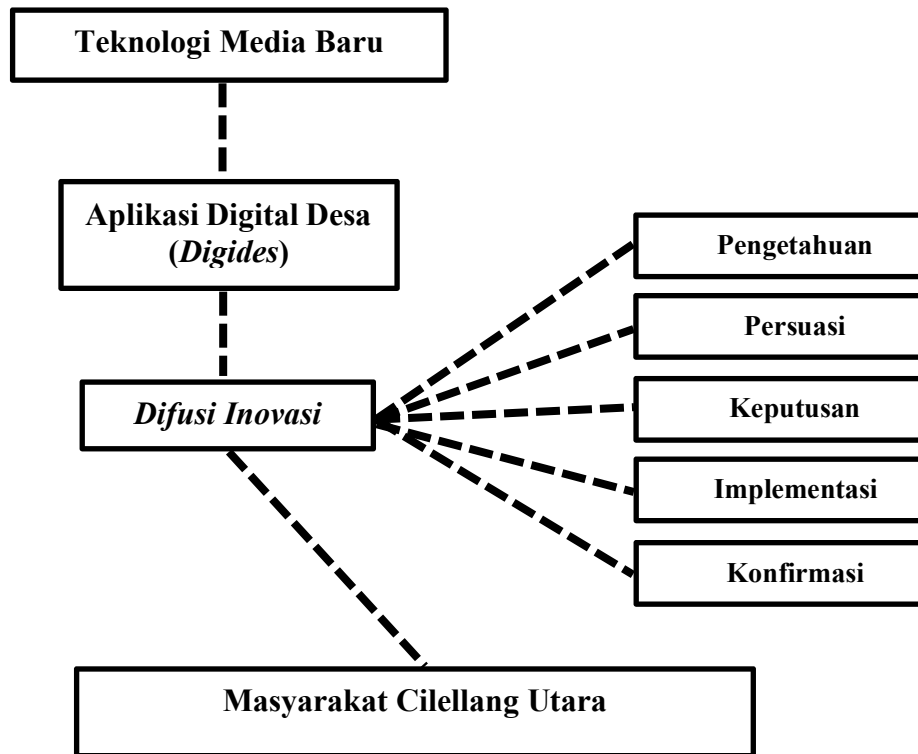
Terdapat berbagai informasi layanan yang telah bekerjasama dengan DIGIDES seperti, pencarian info bansos, lokasi vaksinasi ataupun cek DPT

Gambar 1.5 (Sumber. Screenshot Aplikasi Digital Desa (*Digides*))

Secara ringkas, pembuatan website dan aplikasi digital desa tersebut akan digunakan untuk memberikan informasi-informasi yang dinamis. Misalnya, kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh desa tersebut, informasi-informasi seputar tata kelola pemerintahan desa dan potensi-potensi desa, seperti potensi pariwisatanya untuk bisa dilihat tidak hanya oleh desa itu sendiri melainkan secara nasional, bahkan internasional.

Program aplikasi lainnya adalah aplikasi Bank Sampah, e-Posyandu, dan Dasawisma. Rangkaian aplikasi yang sudah dipersiapkan oleh Kementerian Kominfo ini, nantinya akan memberikan para operator desa terkait akan pelatihan-pelatihan seputar pemanfaatan aplikasi tersebut dan TIK, yang akhirnya dapat diimplementasikan penggunaannya dan dapat dibagikan kepada masyarakat daerah tersebut. Berbagai fitur aplikasi desa gratis untuk menghilangkan kesenjangan teknologi di desa.

Berbagai macam layanan dalam satu platform *Digides* yang juga berdasar pada UU Desa dan Permendagri. Dengan fitur yang lengkap dan mudah digunakan, *Digides* menjadi platform tata kelola desa yang menawarkan sejumlah layanan seperti sistem informasi pembangunan desa, administrasi, kependudukan, pelayanan publik, anggaran, dan berbagai layanan lainnya. Berdasarkan uraian di atas dapat disederhanakan dalam bentuk kerangkakonseptual sebagai berikut.



Gambar 1.5 Kerangka Konseptual

#### F. Defenisi Konseptual

1. Teknologi Komunikasi adalah peralatan perangkat keras (*hardware*) dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar menukar informasi dengan individu-individu lain.
2. Aplikasi Digital Desa (*Digides*) adalah Platform atau sistem informasi yang dirancang untuk menangani berbagai hal dalam pengurusan dalam desa. Mulai dari administrasi dan pelayanan desa menggunakan website ataupun aplikasi pada Android. Sehingga dapat membantu masalah pelayanan desa secara komputerisasi.

3. *Difusi Inovasi* adalah merupakan proses sosial dalam mengkomunikasikan informasi mengenai ide-ide baru yang awalnya dipandang secara subjektif, namun perlahan-lahan mulai dikembangkan melalui proses konstruksi sosial sehingga dapat dipandang secara objektif. Adapun lima elemen *difusi inovasi* sebagai berikut, pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi.
4. Masyarakat Desa Cilellang Utara adalah mereka yang terdaftar sebagai penduduk Desa Cilellang Utara dan pernah atau akan menggunakan aplikasi digital desa (*Digides*) tersebut.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Desa Cilellang Utara, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru, Provinsi Sulawesi Selatan, 90753. Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 7 bulan, yakni pada bulan September – April 2023.

### **2. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan analisis penelitian fenomenologi. Hal yang dipelajari melalui penelitian ini ialah masalah masalah yang terjadi di masyarakat dan kondisi tertentu. Di mana obyek penelitiannya dapat berupa kegiatan, sikap, pandangan serta pengaruh dalam suatu fenomena tertentu yang sedang berlangsung di masyarakat. Adapun metode penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menginterpretasikan permasalahan

dalam kehidupan kerja organisasi masyarakat, pemerintah, swasta, kemasyarakatan dan sebagainya. Penelitian ini berusaha menjelaskan makna konsep atau proses tahapan *difusi inovasi* pada beberapa individu dan golongan masyarakat. Sehingga proses difusi inovasi yang dikaji dalam penelitian ini adalah penggunaan Aplikasi Digital Desa (Digides) oleh Masyarakat Desa Cilellang Utara menggunakan teori difusi inovasi milik Everett M. Rogers dan Floyd Shoemaker.

### **3. Teknik Penentuan Data**

Dalam penelitian ini, telah ditentukan subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian bisa diartikan sebagai penentu sumber data, artinya dari mana data itu diperoleh. Subjek penelitian bisa berarti orang atau apa saja yang menjadi sumber penelitian merupakan subjek yang dituju oleh peneliti 7 untuk diteliti.

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif purposive sampling. Karena peneliti merasa sampel yang diambil paling mengetahui tentang masalah yang akan diteliti oleh peneliti. Penggunaan purposive sampling dalam penelitian ini yaitu bertujuan untuk dapat mengetahui bagaimana proses *difusi inovasi* di masyarakat Desa Cilellang Utara. Untuk memudahkan dalam pencarian data dan informasi serta untuk lebih jelasnya tentang data *key informan* dan informan dalam penelitian ini maka dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:



No.	Keterangan	Informan
1	Kepala Desa	1 orang
2	Staff Desa	1 orang
3	Masyarakat Desa Cilellang Utara (Pengguna)	5 orang
Jumlah		7 orang

Tabel 1.1 Informan Penelitian

Sedangkan objek penelitian adalah Aplikasi Digital Desa (*Digides*).

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian lapangan yang langsung menemui para informan dan dilakukan sebagai berikut.
  - a. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat bagaimana keadaan yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti akan terjun langsung ke lapangan dan mengamati situasi, kondisi, dan keadaan yang terjadi pada Masyarakat Desa di Cilellang Utara dalam proses pendifusian perilaku pengguna terhadap aplikasi Digital Desa (*Digides*), sehingga peneliti mendapatkan data yang akurat.
  - b. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data atau keterangan lisan melalui seseorang yang disebut responden melalui suatu percakapan. Wawancara dapat dilakukan dengan individu tertentu untuk mendapatkan data atau informasi tentang masalah sebuah

percakapan yang dilakukan antara pewawancara (interviewer) dan responden (interviewee) untuk mendapatkan sejumlah informasi terkait dengan masalah yang diteliti. Metode wawancara memiliki kekuatan yaitu lebih mengerti kadar subjek terhadap pertanyaan yang diajukan, wawancara bersifat fleksibel dapat disesuaikan tiap individu, dan teknik wawancara menjadi teknik satu-satunya apabila tidak dapat melakukan teknik pengumpulan data lainnya. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik wawancara semi formal, yakni bertemu langsung maupun secara virtual dan mengajukan beberapa pertanyaan.

- c. Dokumentasi merupakan suatu proses melihat kembali sumber-sumber data dari dokumen yang ada karena dapat digunakan sebagai pendukung dan perluas data-data yang telah ditemukan. Adapun sumber-sumber data dokumen ini diperoleh dari lapangan seperti surat kabar, majalah atau dokumen tertulis lainnya untuk memperkuat landasan teori dalam penelitian ini.

- 2) Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan atau buku, literatur, internet, media, dan lain sebagainya mengenai informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Pencarian data ini perlu dilakukan dengan pertimbangan bahwa data-data tersebut dapat menjadi jembatan dari fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga diperoleh validitas data serta pengetahuan yang lebih terhadap subjek penelitian.

## **5. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif adalah teknik yang bersifat induktif dimana cara penyusunan / penarikan kesimpulan dengan metode pemikiran yang bertolak dari kaidah khusus untuk menentukan kaidah yang umum. Proses penalaran ini bergerak mulai dari penelitian dan evaluasi atas fenomena-fenomena yang ada. Sehingga teknik analisis yang berdasarkan data yang diperoleh, kemudian dikembangkan menjadi sebuah hipotesis.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Teknologi Komunikasi**

Adanya teknologi komunikasi sejalan dengan proses perkembangan komunikasi secara umum. Berbicara mengenai komunikasi yang berpangkal pada perkataan latin “*communis*” yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin “*communico*” yang artinya membagi. Para ahli mendefinisikan komunikasi menurut sudut pandang mereka masing-masing. Sarah Trenholm dan Arthur Jensen yang dikutip dalam bukunya wiryanto. mendefinisikan komunikasi demikian: “*a process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.*” (komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran).

Sedangkan menurut Everett M. Rogers yang dikutip oleh Hafid Cangara dalam bukunya, seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya pada penyebaran inovasi membuat definisi bahwa: komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa: Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Melalui Harold Laswell yang dikutip Deddy Mulyana, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *Who Says, What In Which, Channel, To Whom With, What Effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

Komunikasi dari pengertian-pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dan adanya respon atau feedback dari pihak komunikan. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat menciptakan informasi sampai dipahami oleh komunikan. Joseph De Vito yang dikutip oleh Tommy Suprpto, dalam bukunya mengemukakan komunikasi adalah transaksi. Hal tersebut dimasukdikan bahwa komunikasi merupakan suatu proses, di mana komponen-komponen saling terkait. Dalam setiap transaksi, setiap elemen berkaitan secara integral dengan elemen yang lain. Artinya, elemen-elemen komunikasi saling bergantung, tidak pernah independen, masing-masing komponen saling mengait dengan komponen yang lain. Dalam aplikasinya, langkah-langkah dalam proses komunikasi adalah sebagai berikut.

- a) Langkah pertama, ide atau gagasan diciptakan oleh sumber atau komunikator.
- b) Langkah kedua, ide yang diciptakan tersebut kemudian dialih bentukkan menjadi lambang-lambang komunikasi yang mempunyai makna dan dapat dikirim.
- c) Langkah ketiga, pesan yang telah diencoding tersebut selanjutnya dikirim

melalui saluran atau media yang sesuai dengan karakteristik lambang-lambang komunikasi ditujukan kepada komunikan.

- d) Langkah keempat, penerima menafsirkan isi pesan sesuai dengan persepsinya untuk mengartikan maksud pesan tersebut.
- e) Langkah kelima, apabila pesan tersebut telah berhasil didecoding, khalayak akan mengirim kembali pesan tersebut ke komunikator.

Dengan demikian, sejak ide itu diciptakan sampai dengan dipahaminya pesan komunikasi yang menimbulkan umpan balik merupakan suatu proses komunikasi termasuk dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga perkembangannya seiring dengan adanya teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras, struktur organisasi, dan nilai-nilai sosial dimana individu mengumpulkan, memproses, dan bertukar informasi dengan orang lain. Teknologi komunikasi atau teknologi telekomunikasi terdiri dari sistem dan peralatan *electromagnetic* untuk berkomunikasi jarak jauh. Misalnya telepon, radio, televisi dan tv kabel. Dengan adanya gabungan antara teknologi computer dan teknologi komunikasi maka orang dapat go online di internet.

Sesungguhnya teknologi komunikasi adalah peralatan atau perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu lainnya. Betapapun canggihnya teknologi komunikasi, ia hanyalah alat yang bisa membantu manusia untuk mencapai tujuan komunikasi, seperti perubahan wawasan, perubahan sikap, perubahan perilaku dan perubahan sosial. Bagaimanapun canggihnya teknologi komunikasi, ia selalu merupakan alat

elektronik yang diciptakan manusia dan tidak akan bermanfaat bila tidak dipakai secara proporsional. Itulah sebabnya orang cenderung berhati-hati mengadopsi teknologi komunikasi. Ditarik dari uraian unsur unsur komunikasi maka teknologi komunikasi ini merupakan *media* atau *channel* yang dilakukan dalam pertukaran informasi atau *message*, yang menjadikan jalannya kegiatan komunikasi antara sender dan encoding.

Ada anggapan umum yang menyatakan bahwa implementasi teknologi komunikasi ditentukan oleh sejauh mana teknologi komunikasi itu mampu membuka akses pada berbagai pelayanan dan jaringan informasi. Semakin banyak pelayanan dan jaringan informasi yang bisa diakses oleh sebuah teknologi komunikasi, maka semakin banyak pula orang yang mau mengimplementasikan teknologi komunikasi tersebut. Di Indonesia, sudah banyak masyarakat informasi, tetapi masih ada masyarakat yang baru masuk masyarakat industri. Lebih celaka lagi, masih ada masyarakat yang berada dalam taraf masyarakat agraris. Karena itu sulit untuk menjawab dengan tegas pertanyaan tentang bagaimana masyarakat Indonesia mengimplementasikan teknologi komunikasi.

Teknologi komunikasi merupakan sistem teknologi dan untuk memakainya, manusia perlu mengaturnya sesuai dengan nilai-nilai yang diisyaratkan oleh teknologi komunikasi. Nilai-nilai ini bisa berbenturan dengan nilai-nilai yang telah lama dikenal masyarakat. Karena itu, penerapan teknologi komunikasi sering melahirkan masalah dalam kehidupan sosial masyarakat. Teknologi komunikasi merupakan sebuah inovasi, dengan demikian implementasi teknologi komunikasi bisa merujuk pada model inovasi. Bahwa proses inovasi

harus melewati tahap, pertama, inisiasi, yaitu usaha mengumpulkan informasi tentang teknologi komunikasi, memahami dengan seksama dan merencanakannya untuk mengadopsinya. Tahap ini memiliki dua tingkat, yaitu agenda setting, yaitu munculnya ide untuk mengadopsi teknologi komunikasi demi menyelesaikan permasalahan informasi yang muncul, dan matching, yaitu kecocokan teknologi komunikasi dengan kebutuhan dan kemampuan mengadopsinya. Kalau nilai kedua tingkat inisiasi ini positif, maka lahirlah keinginan untuk mengadopsi teknologi komunikasi yang diangankan.

Tahap kedua adalah implementasi, yaitu seluruh kegiatan dan aktivitas yang dilakukan untuk menggunakan teknologi komunikasi yang diinginkan. Tahap ini memiliki tiga tingkat, yaitu (1) redefining, yaitu mengatur, menyusun, dan bahkan memodifikasi struktur organisasi (bagi lembaga) atau mental serta kebiasaan (bagi individu) untuk keperluan teknologi komunikasi yang dimaksud, (2) clarifying, yaitu meyakinkan kepada semua anggota (bagi lembaga) atau diri sendiri (bagi individu) tentang seluk beluk teknologi komunikasi yang dimaksud, sehingga teknologi komunikasi tersebut tidak menjadi sesuatu yang asing lagi, dan (3) routinizing, yaitu teknologi komunikasi sudah diketahui secara jelas dan menjadi bagian dari infrastruktur sebuah organisasi (bagi lembaga) atau pelengkap kehidupan sehari-hari (bagi individu). teknologi komunikasi sudah menjadi kebiasaan dalam prosedur sehari-hari dan bagian dari perilaku informasi. Kelima model di atas, yaitu agenda setting, matching, redefining, clarifying, dan routinizing dalam kegiatannya berjalan secara kronologis. Tetapi bagi orang atau lembaga yang mempunyai karakteristik yang kuat, bukan mustahil urutan-urutan kegiatan



implementasi teknologi komunikasi ini tidak berjalan secara kronologis, bahkan ada kegiatan yang terlewat.

Informasi merupakan sesuatu yang sangat penting bagi individu maupun masyarakat di era modern saat ini. Bahkan, informasi telah menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Dapat dikatakan bahwa informasi menjadi instrumen penting bagi masyarakat industri. Upaya yang dilakukan agar kebutuhan akan informasi tersebut dapat terpenuhi, digunakanlah media massa sebagai alat untuk memperoleh informasi. Media juga dapat diartikan sebagai saluran yang mampu menghantarkan pesan oleh komunikator kepada komunikan. Media komunikasi konvensional adalah media komunikasi yang telah ditemukan terlebih dahulu sebelum media baru. Media konvensional biasa digunakan untuk mengirimkan atau menerima pesan dan informasi kepada masyarakat luas. Oleh sebab itu, media konvensional sering juga disebut sebagai media komunikasi massa. Berita pada media konvensional disajikan dalam berbagai bentuk seperti artikel, tajuk, feature dll.

Dengan pergeseran generasi masyarakat dan perubahan gaya hidup tersebut maka media cetak semakin terancam kedudukannya dalam menyediakan informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi dewasa ini, media massa terus berkembang hingga memunculkan adanya media baru, seperti internet. Adanya persaingan media dan pergeseran gaya hidup menimbulkan persoalan terhadap eksistensi surat kabar. Pengguna media cetak perlahan mulai beralih ke media elektronik. Banyak perhatian diberikan pada munculnya internet sebagai media berita yang baru, hal ini termasuk gagasan bahwa kita akan memiliki akses berita

yang lebih beragam dan relevan secara pribadi; bahwa kita akan memiliki akses kepada berita global. Hal yang mendorong untuk mencari berita adalah kemampuan berita untuk memberikan informasi. Sajian berita yang menarik dan bermanfaat akan memberikan kepuasan bagi orang yang mengkonsumsinya dan memungkinkan akan menurunkan tingkat ketidakpastian. Internet merupakan singkatan dari interconnection-networking. Internet memiliki kemampuan untuk menghubungkan sejumlah komputer untuk membentuk suatu jaringan di seluruh dunia. Saat ini, Internet telah berkembang dengan pesat. Hal ini terlihat dari survei yang dilakukan oleh sebuah lembaga bernama Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Dengan adanya internet, pengguna media dapat mengakses berbagai aplikasi dalam media baru. Internet maupun media lama mampu saling menunjang satu sama lain. Ketika media lama digunakan untuk tahap membangun kesadaran (awareness) dari sebuah produk maka internet dapat menjadi lanjutan konsumen untuk memahami (knowledge) sebuah produk. Konsumen dapat mengenal produk yang ditawarkan secara menyeluruh karena informasi yang disajikan melalui halaman web mampu menampung informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan media lama. Internet atau media baru dengan media lama memiliki perbedaan. Perbedaan antara internet dengan media lama ditunjukkan pada jumlah konten informasi yang disajikan, kelompok umur, hingga akses medianya pun berbeda.

Hal ini dikarenakan perkembangan komunikasi disertai teknologi komunikasi dan media yang ada akan selalu berubah sejalan dan saling pengaruh mempengaruhi dengan perkembangan yang ada di dalam masyarakat. Oleh karena itu, kajian

terhadap fenomena media baru haruslah selalu dilakukan untuk bisa menangkap dinamika yang terjadi dalam hubungan media dan masyarakat.

## **B. Difusi Inovasi dan Elemen Difusi Inovasi**

Difusi Inovasi terdiri dari dua padanan kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers 1995 dalam Sciffman dan Kanuk (2010) mendefinisikan difusi sebagai (the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social system), proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial.

Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut.

Dari kedua padanan kata di atas, maka difusi inovasi adalah suatu proses penyebar serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Dalam proses difusi inovasi terdapat unsur pokok sebagai berikut.

a) *The Innovation* (Inovasi)

*An idea, or object perceived as new by the individual* (Adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lain). Dengan definisi ini maka kata *perceived* merupakan kata yang penting, karena pada umumnya suatu ide atau praktek yang dianggap sebagai inovasi hanya bagi sebagian orang, dan sebagian orang lainnya tidak tergantung apa yang dirasakan oleh individu yang menganggap ide atau praktek sebagai inovasi.

b) *Communication chanel* (Komunikasi melalui saluran tertentu)

Adalah sarana dimana pesan itu didapatkan dari satu individu ke individu lainnya. Jika dikaitkan dengan teori dasar komunikasi, yang mana komunikasi akan berjalan dengan sempurna jika mempunyai unsur chanel atau saluran dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, hal itu pula sangat berlaku dalam difusi inovasi.

c) *Time* (Kelebihan waktu)

Waktu merupakan proses yang jelas dalam komunikasi, tetapi kebanyakan penelitian komunikasi (non difusi) tidak berurusan dengan waktu secara eksplisit). Waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi, dimensi waktu dalam proses difusi berpengaruh dalam proses keputusan menerima informasi pertama sampai seseorang menerima atau menolak inovasi dan dimensi waktu pula berpengaruh dalam menentukan berapa banyak adopter sebuah inovasi dengan jangka waktu.

d) *A sosial sistem* (Diantara anggota sistem sosial)

Sistem sosial didefinisikan sebagai suatu unit yang saling terkait yang terlibat

dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama).

### C. Proses Difusi Inovasi

Ketika suatu individu atau sistem sosial sudah memasuki tahapan element difusi di atas maka proses selanjutnya adalah proses putusan akan inovasi yang dilakukannya, yang mana proses putusan itu sendiri adalah proses adalah proses mental yang dilalui individu atau unit lain yang membuat keputusan. Proses ini terdiri atas lima tahap yaitu:

1. *Knowledge*

*Knowledge occurs when an individual or other decision making unit is exposed to the innovation's existence and some understanding of how it functions.* (Pengetahuan, pengetahuan terjadi ketika unit pengambilan keputusan individu atau lainnya terkena keberadaan inovasi dan beberapa pemahaman tentang bagaimana fungsinya).

2. *Persuasion*

*Persuasion occurs when individual forms a favorable or unfavorable attitude toward the innovation.* (Persuasi, persuasi terjadi ketika individu membentuk sikap menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap inovasi).

3. *Decision*

*Decision occurs when an individual engages in activities that lead to a choice to adopt or reject the innovation.* (Keputusan, keputusan Keputusan terjadi ketika seseorang terlibat dalam kegiatan yang mengarah pada pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi).

4. *Implementation,*

*Implementation occur when an individual puts an innovation into use.*

(Implementasi, implementasi terjadi ketika seorang individu menempatkan suatu inovasi mulai digunakan).

5. *Confirmation,*

*Confirmation occurs when an individual seeks reinforcement of an innovation decision that has already been made, but he or she may reverse this previous decision if exposed to conflicting messages about the innovation.*

(Konfirmasi, konfirmasi terjadi ketika seorang individu mencari penguatan keputusan inovasi yang telah dibuat, tetapi dia dapat membalikkan keputusan ini sebelumnya jika terkena pesan yang bertentangan tentang inovasi).

Sebuah system sosial atau sekumpulan orang yang ada dalam satu lingkungan, yang mana disetiap harinya pasti ada interaksi yang dilakukannya, untuk memakai sebuah inovasi bahkan sampai bisa memutuskan bahwasannya sebuah inovasi yang diadopsinya itu merupakan sesuatu yang bermanfaat dan menjadikannya sesuatu yang pokok didalam kehidupannya, pasti ada alasan yang melatar belakanginya, atau dengan kata lain factor pendukung dalam proses difusi inovasi ini. Berikut faktor-faktor pendukung sebuah inovasi dan bisa kita kaitkan juga sebagai faktor-faktor difusiinovasi diantaranya:

a) Derajat Manfaat

Riset menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang diperoleh dari inovasi tersebut, makin semakin kuat dorongan untuk menerima inovasi bersangkutan.

b) Efektivitas Diri

Penerimaan inovasi juga dipengaruhi oleh “efektivitas diri” atau kepercayaan pada kemampuan diri sendiri. Sebelum seseorang memutuskan untuk mencoba sesuatu yang baru, ia akan bertanya pada dirinya, “dapatkah saya melakukannya?” jika ia percaya akan berhasil, maka kemungkinan lebih besar baginya untuk mencoba dan menerima inovasi atau perilaku baru tersebut.

c) Insentif Status

Adanya insentif status merupakan salah satu faktor motivasi yang paling kuat bagi penerimaan sesuatu yang baru.

d) Nilai Individu

Penerimaan atau adopsi juga tergantung pada nilai-nilai individu seseorang dan persepsi dirinya. Jika inovasi atau perilaku baru tersebut berkonflik dengan nilai atau persepsi yang dimilikinya, maka kecil peluang orang itu akan menerimanya.

e) Uji Coba

Penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi yang dapat diuji coba sebelumnya secara terbatas memiliki kemungkinan lebih besar untuk dapat diterima dan digunakan secara lebih cepat. Semakin besar biaya dan upaya yang harus dilakukan untuk mencoba suatu inovasi, semakin kecil kemungkinannya untuk berhasil.

**D. Aplikasi Digital Desa (*Digides*)**

Seiring perkembangan teknologi digital, suatu pelayanan, laporan, dan

pengelolaan pemerintahan desa sudah seyogyanya dikemas secara digital. Terlebih jika wilayah desa tersebut telah terbangun infrastruktur jaringan internet. Guna mendukung penyelenggaraan pemerintahan desa secara digital atau komputerisasi tersebut, saat ini terdapat satu fasilitator yang telah terdaftar pada Kominfo yang keberadaannya dapat dimaksimalkan oleh pemerintah desa, yaitu *Digides*.

Dengan menggunakan platform berbasis website, *DIGIDES* hadir untuk merancang sistem informasi dalam menangani berbagai pengurusan Pemerintahan Desa. Mulai dari administrasi dan pelayanan desa, yang penggunaannya berbasis website ataupun aplikasi android. Menurut keterangan yang diperoleh JurnalDesa melalui website resminya pada domain [digitaldesa.id](http://digitaldesa.id), bahwa layanan yang dilakukan secara digital itu dapat membantu masalah pelayanan desa secara komputerisasi.

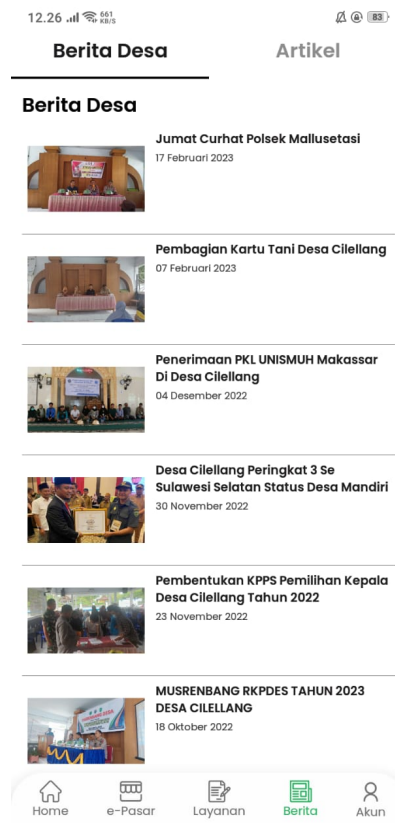
Sehingga segala urusan administrasi, pelayanan masyarakat desa, pengurusan berkas perangkat desa, administrasi keuangan hingga administrasi pembangunan dan kas desa dapat diakses dengan mudah oleh perangkat desa maupun warga desa.

Berikut beberapa fitur yang dihadirkan oleh aplikasi *Digides* yang mana fitur ini merupakan sesuatu yang baru dan dianggap sebagai sebuah inovasi :

- a. **Kabar Desa** merupakan fitur yang berisikan informasi paling baru dari seluruh dunia yang dapat berguna dan bagi warga desa di seluruh Indonesia. Media informasi resmi yang diterbitkan oleh pemerintah desa Cilellang Utara guna menyediakan informasi faktual, aktual, dan akurat yang terjadi. Terdapat berbagai info acara, artikel, kesempatan seperti beasiswa dan

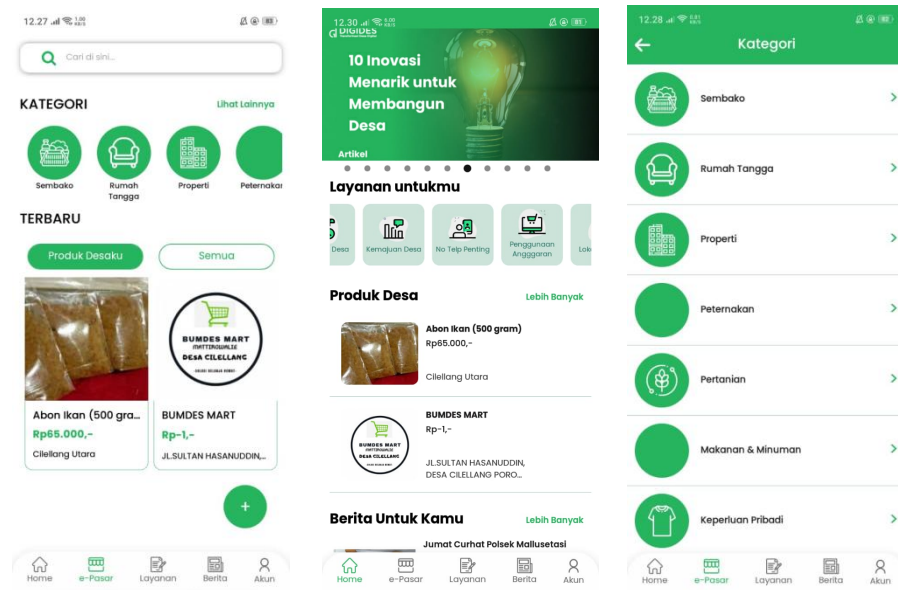


lowongan pekerjaan, juga dengan edukasi berbagai bidang. Dengan fitur inilah pengguna dapat mengetahui update kabar desa. Kabar Desa itu sendiri dianggap sebagai inovasi.



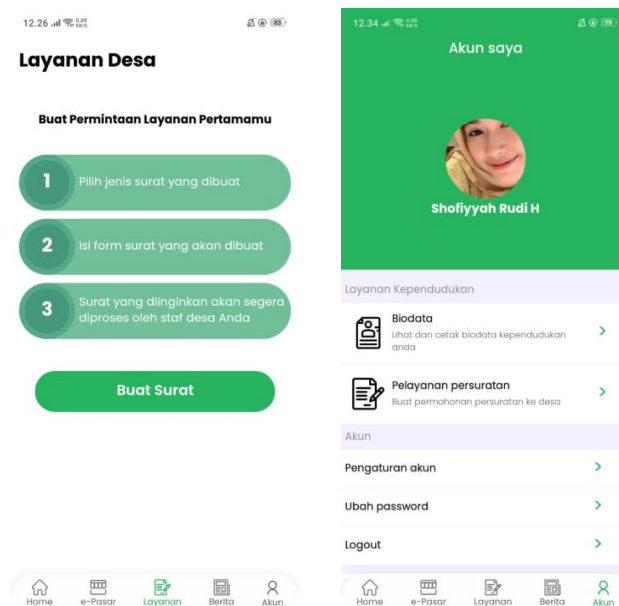
Gambar 4.1 (Sumber. Screenshot Fitur Kabar Desa)

- b. **E Pasar.** dengan E Pasar, sahabat desa dapat memasarkan produk desa ke seluruh Indonesia. Fitur ini terintegrasi dengan whatsapp, sehingga mudah bagi masyarakat desa untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan. Dengan fitur E Pasar inilah pengguna dapat melakukan penjualan secara online dalam memasarkan produk atau jualannya.



Gambar 4.2 (Sumber. Screenshot Fitur E Pasar)

- c. **Layanan Publik**, pada fitur ini terdapat berbagai informasi layanan yang telah bekerjasama dengan *Digides* seperti, pencarian info bansos, lokasi vaksinasi ataupun cek DPT.



Gambar 4.3 (Sumber. Screenshot Fitur Layanan Publik)

- d. **Fitur Premium** adalah fitur yang hanya didapatkan oleh desa yang telah bergabung dengan Digides. Warga dapat menggunakan fitur-fitur yang sangat bermanfaat untuk membangun hubungan dengan Kantor Desa. Fitur ini memungkinkan sahabat desa untuk melakukan permintaan surat pelayanan publik hanya dari rumah. Selain itu juga dapat mengetahui perkembangan surat secara real time. Masyarakat Desa akan mendapatkan pengalaman yang berbeda dengan fitur yang hanya dapat diakses oleh warga desa terdaftar saja. Seperti berita lokal, kemajuan desa, profil desa, penggunaan anggaran, dan nomor telepon penting.



Gambar 4.4 (Sumber. Screenshot Fitur Premium)

- e. Fitur Lainnya, fitur ini terbagi dalam beberapa bagian yang tak kalah pentingnya. Beberapa diantaranya sebagai berikut:

1. Website Profile memuat profil website, produk andalan, serta wisata yang ada di Desa Cilellang Utara.
2. Mobile App memberikan layanan tanpa batas di genggam tangan warga dengan aplikasi mobile yang memuat berita, marketplace, dan permintaan surat eksklusif untuk warga.
3. Pelayanan Desa memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan cepat, akurat, dan terpercaya. Juga memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap masyarakat dalam penggunaannya.
4. ANDI Smart merupakan singkatan dari Anjungan Mandiri Smart yang dengan mudah membuat atau cetak surat, cukup request surat dari Aplikasi *Digides*.
5. Bantuan Sosial memberikan layanan khusus untuk menyimpan dan mengelola data penerima bantuan sosial pemerintah. Layanan ini mempermudah mengetahui siapa saja yang telah menerima bantuan dan lain- lain.
6. Absensi dan Buku Tamu untuk warga desa dan absensi untuk staff desa.
7. Administrasi Desa layanan yang memberikan pelayanan begitu efektif bagi perangkat desa untuk bekerja lebih maksimal sehingga menghasilkan pekerjaan yang lebih baik.
8. Perpajakan (PBB 2) layanan khusus untuk memudahkan dalam pencatatan pajak mulai dari rekapitulasi perpajakan, laporan perpajakan perminggu, dan lain- lain.