

**DIFUSI INOVASI DAN SISTEM ADOPSI PROGRAM SIASY
(STUDI APLIKASI SIASY PADA PELAYANAN MAHASISWA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU)**

Julis Suriani¹

¹Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR Soebrantas Km 15 Simpangbaru, Tampan, Pekanbaru 28293

email: julissuriani@uin-suska.ac.id

Abstrak

Difusi Inovasi merupakan bagian yang penting dalam komunikasi inovasi. Komunikasi inovasi ialah bagaimana cara memperkenalkan atau saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan ide, gagasan baru ataupun berbentuk benda baru yang dapat merubah suatu sistem sosial. Difusi inovasi dan sistem adopsi inovasi saling berhubungan dalam kajian komunikasi. Adapun tujuan penulis dalam melaksanakan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana implementasi difusi inovasi dan sistem adopsi inovasi program siasy pada Kakultas Dakwah dan Komunikasi. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sulthan Syarif Kasim Riau, dimana yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FDK. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta fenomena yang diselidiki. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik survey dengan instrumen wawancara terarah berdasarkan dengan pertanyaan yang sudah tersusun dalam suatu daftar pertanyaan. Ditinjau dari kajian difusi atau penyebaran untuk program siasy ini sudah dilakukan sosialisasi kepada mahasiswa namun masih perlu dilakukan sosialisasi bertahap atau evaluasi pemanfaatan atau adopsi program siasy berbasis online ini. Karena penggunaannya masih dalam tahap percobaan dan masih banyak kekurangan dan perlu perbaikan. Terutama dalam hal *database* mahasiswa di program aplikasi siasy. Aplikasi ini ternyata terintegrasi dengan aplikasi iraise. Tentunya data base mahasiswa aplikasi iraise harus lengkap. Catatan penting untuk mahasiswa ialah harus segera mengupdate data diaplikasi iraise, sehingga pelayanan terbaik bias diberikan dengan adopsi atau pemanfaatan program aplikasi siasy ini.

Kata Kunci : Difusi Inovasi, Sistem Adopsi, Program Siasy

Pendahuluan

Dewasa ini komunikasi menjadi suatu pusat kajian yang menarik untuk ditelaah dan dipahami. Pada saat sekarang ini banyak sekali penemuan-penemuan baru yang dilakukan atau ditemukan oleh para innovator untuk mempermudah suatu pekerjaan dalam sistem sosial. Namun dalam mencapai keberhasilan inovasi tersebut banyak sekali kesulitan-kesulitan dalam proses difusi yang terjadi. Tidak hanya itu walaupun sudah ada penemuan baru, gagasan baru dan ide baru yang di pelopori oleh para innovator yang paling sulit adalah cara menggunakan saluran yang tepat dan juga disebut dengan komunikasi inovasi.

Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi terdapat sebuah ide baru atau gagasan baru dalam pelayanan mahasiswa. Ide yang digagas disebut dengan program siasy. Program siasy adalah pelayanan mahasiswa yang menggunakan aplikasi digital berbasis online. Bentuk

pelayanan yang disediakan misalnya pengurusan surat aktif kuliah, surat bebas pustaka, dan masih banyak yang lainnya. Sebelumnya pelayanan mahasiswa ini dilakukan secara manual dan sangat sulit belum lagi harus dilengkapi dengan persyaratan fotocopy yang banyak. Ini tentu menjadi nilai plus setelah menggunakan program siasy digital berbasis online.

Menurut Rogers, kebaruan inovasi diukur secara subyektif, menurut pandangan individu yang menemukannya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka itu adalah inovasi (bagi orang itu). “baru” dalam ide yang inovatif tidak berarti harus baru sama sekali. Dalam proses penyebaran informasi, komunikasi mempunyai peranan penting. Melalui komunikasi yang efektif, informasi tentang inovasi bisa diterima dan dipahami oleh masyarakat dengan baik sehingga tidak ada kesalahpahaman mengenai program Siasy. Dengan begitu program Siasy akan lebih cepat diadopsi oleh mahasiswa dan dapat berjalan secara optimal.

Program Siasy untuk pelayanan mahasiswa berkaitan dengan teori “Difusi Inovasi”. Teori Difusi Inovasi adalah Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Inovasi dan adopsi merupakan bagian yang integral dari pembagunan atau kemajuan. Keduanya saling berhubungan dan membutuhkan. Untuk apa dilakukan inovasi kalau tidak ada adopsinya. Sebelum melakukan inovasi, para inovator harus jeli memikirkan sasaran inovasi tersebut. Disini penulis merasa tertarik untuk menelaah secara mendalam bagaimana penerapan program siasy berbasis online untuk pelayanan mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi kemudian apakah para adopter menerima secara baik pemanfaatan program siasy dan apakah ada kesulitan yang terjadi dalam penggunaan gagasan baru tersebut.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana difusi inovasi pada program siasy pelayanan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi?

2. Bagaimana sistem adopsi inovasi program siasy pelayanan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi?

Tujuan Penelitian

3. Untuk mengetahui difusi inovasi pada program siasy pelayanan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

4. Untuk mengetahui sistem adopsi inovasi program siasy pelayanan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sulthan Syarif Kasim Riau, dimana yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FDK. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Nazir, (1988:63) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta fenomena yang diselidiki. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik survey dengan instrumen wawancara terarah berdasarkan dengan pertanyaan yang sudah tersusun dalam suatu daftar pertanyaan.

Kajian Teoritis Komunikasi

Kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication*, kemudian dari bahasa Latin yaitu *communis* yang artinya sama. Jadi komunikasi membuat persamaan atau persepsi yang sama antara satu orang dengan yang lainnya. Menurut Harold Lasswell ialah (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 melalui saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana?

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Meskipun secara teoritis, komunikasi non verbal dapat dipisahkan dari komunikasi verbal, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi itu jalin menjalin dalam komunikasi tatap muka sehari-hari.

Harold Lasswell salah seorang peletak dasar ilmu komunikasi lewat ilmu politik menyebut tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab mengapa manusia perlu berkomunikasi:

Pertama, adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Melalui komunikasi manusia dapat mengetahui peluang-peluang yang ada untuk dimanfaatkan, dipelihara, dan menghindari padahal hal yang mengancam alam sekitarnya.

Kedua, adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Proses kelanjutan suatu masyarakat sesungguhnya tergantung bagaimana masyarakat itu bias beradaptasi dengan lingkungannya.

Ketiga, adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Suatu masyarakat yang ingin mempertahankan keberadaannya, maka anggota masyarakat dituntut untuk melakukan pertukaran nilai, perilaku, dan peranan. Misalnya bagaimana sekolah difungsikan untuk mendidik warga negara, bagaimana media massa menyalurkan hati nurani khalayaknya dan bagaimana pemerintah dengan kebijaksanaan yang dibuatnya untuk mengayomi kepentingan anggota masyarakat yang dilayaninya.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita biasa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bias berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur; pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*) dan akibat (*effect*). Unsur ini disebut juga dengan elemen komunikasi.

Difusi Inovasi dalam komunikasi inovasi

Teori difusi inovasi

Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru inovasi. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses di mana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi untuk mencapai pengertian bersama. Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial.

Program Siasy untuk pelayanan mahasiswa berkaitan dengan teori "Difusi Inovasi". Teori Difusi Inovasi adalah Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

Teori Difusi Inovasi muncul pada tahun 1903, oleh sosiolog Perancis, Gabriel Tarde yang memperkenalkan kepada publik Kurva Difusi berbentuk S (*S-shaped Diffusion Curve*). Kurva ini menjelaskan bahwa suatu inovasi dilakukan oleh seseorang diperhatikan melalui

dimensi waktu. Dalam kurva tersebut terdapat dua buah sumbu yakni sumbu yang menjelaskan tingkat adopsi dan sumbu yang menjelaskan dimensi waktu. Teori difusi inovasi pada esensinya menjelaskan bagaimana sebuah gagasan dan ide baru dikomunikasikan pada sebuah kultur atau kebudayaan.

Bahwa teori ini berfokus pada bagaimana sebuah gagasan atau ide baru dapat dan dimungkinkan diadopsi oleh suatu kelompok sosial atau kebudayaan tertentu. Tujuan utama dari difusi inovasi yaitu diadopsinya suatu inovasi yakni gagasan, ilmu pengetahuan dan teknologi baik oleh individu maupun kelompok sosial tertentu. Oleh karenanya Rogers mengemukakan bahwa terdapat 4 karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi tingkat adopsi dari individu maupun kelompok sosial tertentu.

1. Keuntungan Relatif (Relative Advantage)

Keuntungan relatif adalah bagaimana suatu inovasi yang baru ini dapat dikatakan lebih baik dari inovasi sebelumnya atau justru tidak lebih baik dari inovasi sebelumnya. Tolak ukurnya adalah bagaimana seorang adopter merasakan langsung dampak dari inovasi tersebut yang menjadikannya puas ataupun tidak puas pada sebuah inovasi. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan oleh adopter akan menjadikan inovasi tersebut semakin cepat untuk diadopsi oleh suatu kelompok.

2. Kesesuaian (compatibility)

Kesesuaian berkaitan dengan bagaimana suatu inovasi itu dapat dikatakan sesuai dengan kondisi masyarakat, kebudayaan dan nilai-nilai dalam masyarakat tersebut, serta tentu saja apakah sesuai dengan kebutuhan yang ada. Jika sesuai dengan apa yang disebutkan maka suatu inovasi itu akan mudah diadopsi bilamana tidak maka sebaliknya akan sulit diadopsi.

3. Kerumitan (complexity)

Kerumitan berkaitan dengan seberapa rumit suatu inovasi dapat dipahami dan dijalankan oleh adopter. Semakin rumit tentu saja akan semakin sulit untuk diadopsi begitu pula sebaliknya semakin mudah dipahami maka inovasi tersebut akan semakin mudah untuk diadopsi.

4. Dapat diuji coba (triability)

Suatu inovasi akan lebih mudah diadopsi manakala inovasi tersebut dapat di uji cobakan dalam kondisi sebenarnya. Bahwa suatu inovasi tersebut, sesuai atau tidaknya dapat segera diketahui manakala dapat dilihat melalui suatu uji coba. Dengan uji coba para adopter dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari inovasi tersebut sebelum diadopsi seluruhnya.

Berikut 4 elemen yang melengkapi teori difusi inovasi, diantaranya:

1. Inovasi

Inovasi dapat diartikan sebagai gagasan, ide atau tindakan untuk menciptakan sesuatu yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam bahasan ini inovasi dapat dikatakan sebagai suatu hal yang baru atas dasar bagaimana pandangan orang mengatakan bahwa ide gagasan, atau tindakan itu merupakan hal yang baru.

2. Saluran Komunikasi

Suatu inovasi dapat diadopsi oleh seseorang apabila inovasi tersebut dikomunikasikan atau di sampaikan kepada orang lain. Saluran komunikasi yang dimaksud disini juga disesuaikan dengan siapa yang dituju dari inovasi tersebut. Jika inovasi ditujukan kepada masyarakat secara luas maka saluran yang digunakan tentu saja saluran komunikasi masa. Jika yang dituju individu maka saluran yang digunakan adalah saluran komunikasi personal.

3. Jangka Waktu

Jangka waktu merupakan suatu dimensi waktu yang dimulai dari proses inovasi itu dikomunikasikan atau disampaikan kepada seseorang sampai kepada keputusan untuk mengadopsi inovasi tersebut.

4. Sistem sosial

Sistem sosial merupakan kumpulan unit-unit sosial yang membentuk suatu ikatan dalam kehidupan sosial. Sistem sosial terdiri atas unit-unit yang memiliki perbedaan secara fungsional namun terikat atas tujuan yang dikeendaki bersama. Sistem sosial ini kiranya menjadi sasaran bagi sebuah inovasi dan merekalah yang menjadi pihak yang menerima maupun menolak suatu inovasi.

Tahapan Pengambilan Keputusan Inovasi

1. Tahap Munculnya Pengetahuan (Knowledge)

Ketika seseorang memahami bagaimana suatu inovasi itu bermanfaat bagi dirinya dan lingkungannya (masyarakat) maka seseorang tersebut akan lebih mudah untuk mengadopsi suatu inovasi. Oleh karenanya suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan yang pertama adalah agar seseorang mengetahui dan memahami bagaimana manfaat inovasi tersebut.

2. Tahap Persuasi (Persuasion)

Pada tahapan ini individu atau kelompok sosial mulai menunjukkan sikap terhadap suatu inovasi. Dalam hal ini sikap yang ditunjukkan oleh individu maupun kelompok sosial ini dapat berupa sikap baik maupun sikap yang buruk.

3. Tahap Keputusan (Decisions)

Dalam tahap ini individu maupun kelompok sosial tertentu telah sampai kepada tahapan pengambilan keputusan terkait sebuah inovasi yang dikenakan kepadanya. Dalam hal ini inovasi sudah sampai pada tahap diadopsi oleh individu atau kelompok tertentu maupun ditolak.

4. Tahapan Implementasi (Implementation)

Pada tahap ini ketika individu atau kelompok memutuskan untuk mengadopsi suatu inovasi maka ia akan menerapkan inovasi tersebut dalam kehidupannya. Bilamana inovasi tersebut diterapkan dalam suatu aspek kehidupan maka individu maupun kelompok tersebut sudah dapat dikatakan sebagai adopter dari suatu inovasi.

5. Tahapan Konfirmasi (Confirmation)

Dalam tahap ini individu ataupun kelompok sudah sampai pada tahap dimana ia mulai mencari penguatan-penguatan terhadap keputusannya terkait menolak maupun menerima suatu inovasi untuk diadopsi.

Sistem adopsi inovasi

Berikut beberapa kategori adopter yang ada di dalam teori difusi inovasi, antara lain :

1. **Innovators.** Inovator yakni mereka yang pertama mengadopsi suatu inovasi. Hanya ada sekitar 2,5% individu yang berani menjadi seorang inovator. Ciri utama individu tersebut biasanya menyukai tantangan dan berani mengambil resiko serta memiliki kemampuan ekonomi yang mendukung untuk menjadi seorang inovator.

2. **Early Adopters (Perintis/Pelopor).** Perintis atau pelopor merupakan orang yang bersedia memulai inovasi dalam suatu kelompok. Hanya ada 13,5% orang yang memiliki kategori ini. Biasanya mereka merupakan orang yang terpancng dan memiliki pengikut dalam suatu kelompok sosial.

3. **Early Majority (Pengikut Dini).** Mayoritas pengikut awal adalah mereka yang secara mayoritas bersama-sama menjadi pengikut awal suatu inovasi. Jumlahnya sekitar 34 % dalam suatu kelompok sosial tertentu. Biasanya mereka yang masuk dalam kategori ini bercirikan memiliki pertimbangan yang matang dalam mengambil keputusan. (baca: komunikasi massa).

4. **Late Majority (Pengikut Akhir).** Mayoritas pengikut akhir adalah mereka yang secara bersama-sama menjadi pengikut akhir pada suatu inovasi. Jumlahnya 34% dalam suatu kelompok sosial dimana mereka lebih memiliki pertimbangan pragmatis kepada kebenaran dan kebermanfaatan suatu inovasi yang akan diadopsi mereka. (baca: Jurnalistik Televisi).

5. Laggards (Kelompok Kolot/Tradisional). Kelompok ini merupakan kelompok terakhir yang paling sulit menerima suatu inovasi. Jumlahnya sekitar 16% dari suatu kelompok sosial. Dimana kaum ini merupakan kaum kolot/tradisional yang sangat sulit menerima perubahan.

Hasil penelitian

Program siasy adalah program pelayanan mahasiswa berbasis online. Program aplikasi digital siasy berbasis online yang ditawarkan semata-mata untuk kemudahan dalam pengajuan pembuatan surat-surat yang dibutuhkan oleh mahasiswa dan memudahkan pegawai dan mahasiswa dalam pelayanan akademik. Program Siasy ini digagas pertama kali oleh Fakultas Syariah dan Ilmu hukum sesuai dengan misi UIN Suska dalam mewujudkan World Class University.

Pengguna atau adopter program siasy ini adalah segenap mahasiswa yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan seluruh admin pegawai akademik masing-masing jurusan. Salah satu contoh kemudahan yang ditawarkan aplikasi ini ialah setiap mahasiswa yang ingin mengurus surat menyurat akademik tidak perlu lagi datang ke kampus. Mereka bisa melakukannya dimana pun berada selagi masih tersambung dengan jaringan internet (hybrid). Kemudian kemudahan yang ditawarkan untuk pegawai ialah mereka tidak perlu lagi mengetik surat-surat tersebut. Dilihat dari kecepatan waktu jelas sangat efisien sekali mengadopsi program siasy ini.

Ditinjau dari kajian difusi atau penyebaran untuk program siasy ini sudah dilakukan sosialisasi kepada mahasiswa namun masih perlu dilakukan sosialisasi bertahap atau evaluasi pemanfaatan atau adopsi program siasy berbasis online ini. Karena penggunaannya masih dalam tahap percobaan dan masih banyak kekurangan dan perlu perbaikan. Terutama dalam hal data base mahasiswa di program aplikasi siasy. Aplikasi ini ternyata terintegrasi dengan aplikasi iraise. Tentunya data base mahasiswa aplikasi iraise harus lengkap.

Catatan penting untuk mahasiswa ialah harus segera mengupdate data di aplikasi iraise, sehingga pelayanan terbaik bias diberikan dengan adopsi atau pemanfaatan program aplikasi siasy ini. Program Siasy untuk pelayanan mahasiswa berkaitan dengan teori "Difusi Inovasi". Teori Difusi Inovasi adalah Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

Saluran Komunikasi

1. Saluran interpersonal (Tatap Muka). Dalam program tersebut Siasy dikomunikasikan melalui berbagai saluran komunikasi, baik saluran interpersonal kepada mahasiswa dan juga pegawai yang ada di fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dan itu terjadi dalam kurun waktu tertentu agar program tersebut dapat dimengerti, dipahami dan diterima.

2. Saluran Kelompok. Program aplikasi ini juga dikomunikasikan melalui saluran kelompok, misalnya sosialisasi melalui seminar. Sebagai pembelajar komunikasi, teori difusi inovasi menjadi suatu baasan yang penting untuk dipelajari. Dengan mempelajari ini seorang pembelajar komunikasi dapat mengetahui bagaimana sebuah inovasi dan pembaharuan dapat diterima ataupun ditolak oleh individu maupun kelompok sosial tertentu. Dalam hal ini menjadi penting manakala hal ini juga mempengaruhi kehidupan manusia baik secara individu maupun dalam lingkungan kelompok masyarakat.

Suatu inovasi tetap dibutuhkan oleh manusia dalam rangka mempermudah segala macam aktifitasnya dalam berbagai aspek kehidupan. Yang mana hal ini tentu menjadi kajian yang teramat penting seiring dengan perkembangan zaman.

Saran

Saran bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi agar melakukan pembinaan kepada karyawan dan mahasiswa untuk lebih aktif dalam pemanfaatan program aplikasi siasy. Memanfaatkan pengguna untuk melakukan pembinaan dan tetap aktif secara berkala melakukan evaluasi kepada pengguna yang lainnya, sehingga apabila terjadi perubahan aturan atau perkembangan dari program tersebut pengguna (pegawai dan mahasiswa) akan cepat mengetahui. Kemudian memberikan penghargaan bagi inovator dikarenakan merupakan agen of change yang memiliki peran penting dalam difusi inovasi program aplikasi siasy. Dengan meningkatnya semangat agen of change maka keberhasilan terhadap perilaku adopsi yang diinginkan dapat ditingkatkan.

Daftar Pustaka

- Deddy Mulyana (2005). Ilmu komunikasi suatu pengantar. Bandung: rosdakarya.
- Nazir, M. 1988. Metode penelitian. Ghalia. Jakarta.
- Rogers, Everett M (1983). Diffusi of Innovations, third edition. New York: The Free Press.
- Sutikna, Nana. Istiyanto, S. Beki. 2007. Menelusuri kemampuan dan minat melanjutkan pendidikan anak-anak usia sekolah pada masyarakat pedesaan Kabupaten Banyumas. Purwokerto
- Cangara, Hafied (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali press.
<https://pakarkomunikasi.com/teori-difusi-inovasi>
- Nasution, Zulkarimein. 1988. Komunikasi pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya. Jakarta: Rajawali.