
**Difusi Inovasi dan Adopsi Inovasi *99design.com*
(Studi Kasus di Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta)**

Mohamad Hasan As'Adi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Adyhasan59@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi menjadikan 99design.com lahir sebagai pasar desain grafis terbesar di dunia. Dengan keterbatasan teknologi informasi dan komunikasi maupun internet di kampung, proses perkembangan difusi inovasi tetap berjalan dengan perlahan dan pasti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui difusi inovasi dan adopsi inovasi 99design.com di Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi dalam pengumpulan data. Hasil penelitian ini mengungkapkan proses difusi dalam hal ini meliputi empat unsur yaitu, inovasi, cara dan saluran komunikasi, jangka waktu, dan anggota sistem sosial berjalan dengan baik. Sebagai sebuah inovasi, 99design.com juga memenuhi lima karakteristik sebuah inovasi sehingga mudah untuk diadopsi yaitu *relative advantages, compability, complexity, triability, dan obsevability*. Beberapa saluran komunikasi diantaranya komunikasi massa berupa film dokumenter designer kampung, komunikasi kelompok grup chatting dan sosial media, dan saluran komunikasi interpersonal dengan cara penyuluhan dengan waktu yang relatif lama.

Kata Kunci : Teknologi Komunikasi, Difusi Inovasi, Adopsi Inovasi

ABSTRACT

The development of communication technology made 99design.com born as the largest graphic design market in the world. With the limitations of information and communication technology as well as the internet in the village, the process of developing the diffusion of innovation continues slowly and steadily. This study aims to determine the diffusion of innovation and innovation adoption of 99design.com at the Wahid Hasyim Yogyakarta Islamic Boarding School Foundation. The method used in this study is a qualitative method with in-depth interviews and observation in data collection. The results of this study reveal that the diffusion process in this case includes four elements, namely, innovation, means and channels of communication, timeframe, and members of the social system running well. As an innovation, 99design.com also fulfills the five characteristics of an innovation so that it is easy to adopt, namely relative advantages, compability, complexity, triability, and observability. Some of the communication channels include mass communication in the form of village designer documentaries, group chat group communication and social media, and interpersonal communication channels by means of counseling with a relatively long time.

Keywords: *Communication Technology, Diffusion of Innovation, Innovation Adoption*

PENDAHULUAN

Komunikasi sebagai esensi manusia tidak dapat dihindarkan dari kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat memenuhi kebutuhannya sebagai makhluk individual dan makhluk sosial. Perkembangan teknologi komunikasi. Everett M. Rogers (1986:2) melihat bahwa teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan melakukan saling tukar informasi dengan individu lain (Kurmia, 2005).

Perkembangan teknologi komunikasi menjadikan 99design.com lahir sebagai pasar desain grafis terbesar di dunia. sebagai *crowdsourcing* yang menghubungkan lebih dari satu juta desainer freelance berbakat dengan orang-orang kreatif, pengusaha jenius, bisnis cerdas, siapa saja yang membutuhkan pekerjaan hebat. *99desain.com* membuka pembatas tersebut dengan munculnya teknologi internet dan mengembangkan situs berbasis *crowdsourcing* yang memiliki berbagai fasilitas komunikasi meliputi: penyebaran informasi dilakukan oleh *costumer* (pelanggan), pencarian informasi dilakukan oleh desainer, *feedback* (umpan balik) oleh desainer dan pelanggan, transaksi ekonomi meliputi pembayaran, penyimpanan, penarikan uang decara digital.

Layanan *99design.com* merupakan inovasi yang memiliki dampak positif bagi para santri mahasiswa untuk melatih keterampilan, membangun relasi dengan dunia luar, serta mendapatkan penghasilan. Banyak faktor-faktor yang menyebabkan difusi inovasi dan adopsi inovasi tidak berjalan dengan baik. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana difusi dan adopsi inovasi pada situs 99design.com di yayasan pondok pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta?

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi dalam pengumpulan data. Penelitian dilaksanakan di organisasi kesenian santri Wahid Hasyim Yogyakarta. Terdapat 5 informan yang dipilih melalui *purposive sampling* dari beberapa mahasiswa yang berlatarbelakang program studi: Multimedia 1 orang, Manajemen 1 orang, pertanian 1 orang, bimbingan konseling islam 1 orang, hukum keluarga islam 1 orang.

Data yang telah terkumpul peneliti sajikan dan dianalisis menggunakan teori difusi inovasi, empat unsur pokok proses difusi inovasi menurut Rogers yaitu inovasi, cara dan saluran komunikasi, dalam jangka waktu tertentu, karakter individu sebagai individu sebagai anggota sistem sosial sasaran difusi inovasi. Selain proses difusi inovasi, peneliti juga menganalisis proses adopsi informan terhadap inovasi website kompetisi desain grafis "99design.com" menggunakan model proses keputusan inovasi yang disampaikan Rogers. Dalam proses adopsi inovasi terdapat lima tahapan yaitu *knowledge* (tahap

pengetahuan), *persuasion* (tahap persuasi), *decision* (tahap pengambilan keputusan), *implementation* (tahap implementasi), *confirmation* (tahap pematapan).

KONSEP PEMIKIRAN

Difusi Inovasi

Dalam *Journal of International Business and Cultural Studies Individual and Cultural Factors*, difusi dapat didefinisikan sebagai proses sebuah inovasi baru dikomunikasikan kepada khalayak melalui media massa maupun dengan interaksi social (Tolba dan Mourad, 2011). Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial. Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses di mana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi untuk mencapai pengertian bersama (Rogers, 1983).

Informasi sangat penting dalam proses difusi inovasi. Hal tersebut berkaitan dengan bagaimana cara informasi mengenai inovasi disebarluaskan melalui media tertentu kepada masyarakat. Baik atau buruk komunikasi dapat dilihat dari berhasil atau tidaknya proses difusi inovasi (Dogbenuku, 2013). Menurut Rogers, empat unsur pokok proses difusi inovasi meliputi (Rogers, 1983) inovasi, cara dan saluran komunikasi yang dipergunakan.

PEMBAHASAN

a. Inovasi Situs website *Electronic Contes 99design.com*

99design.com lahir sebagai pasar desain grafis terbesar di dunia. Sebagai *crowdsourcing* menghubungkan lebih dari satu juta desainer *freelance* berbakat dengan orang-orang kreatif, pengusaha jenius, bisnis cerdas siapa saja yang membutuhkan pekerjaan hebat. Awal mula dirilis pada tahun 2008 dengan semboyan "*Design is the secret to great business*" yang bermakna desain adalah rahasia untuk sebuah bisnis besar. Maka dari itu "*find and work with talented freelance designers online*" yang bermakna cari dan kerjakan dengan desainer berbakat dari seluruh dunia secara online. "*444,306 happy customer, A design you love or your money back.*" 444,306 pelanggan merasa senang dengan desain yang dihasilkan oleh para desainer. Jaminan uang kembali ketika desain tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (Admin, 2008).

Sejak awal kemunculanya situs *99desain.com* pada tahun 2008 diciptakan untuk memberikan ruang, waktu, tempat selebar-lebarnya bagi desainer dengan pelanggan dari seluruh dunia. Memberikan peluang bertransaksi jasa desain awalnya karena dibatasi ruang dan waktu sehingga tidak bisa terhubung sehingga proses transaksi hanya berlangsung di daerah atau wilayah domestik saja. *99desain.com* membuka pembatas tersebut dengan munculnya teknologi internet dan mengembangkan situs berbasis

e-contest yang memiliki berbagai fasilitas komunikasi meliputi: penyebaran informasi dilakukan oleh *customer* (pelanggan), pencarian informasi dilakukan oleh desainer, *feedback* (umpan balik) oleh desainer dan pelanggan, transaksi ekonomi meliputi pembayaran, penyimpanan, penarikan uang decara digital.

Informasi *Electronic Contes 99design.com* pada awalnya berkembang di Indonesia melalui pencarian informasi di internet, seiring perkembangan waktu dan keterbatasan sarana komputer dan internet. Proses difusi inofasi tidak berkembang pesat pada era 2008-2012 karena keterbatasan sarana yang ada dan hannya bisa di akses oleh kalangan atas yang mampu membeli fasilitas tersebut. Seiring perkembangan waktu teknologi komputer dan internet semakin terjangkau oleh lapisan menengah akan tetepi akses informasinya belum tersampaikan secara luas karena kurangnya pengeahuan. Melalui proses interaksi antarpesona dari individu ke individu dari tahun 2012-2013, saat internet mulai dikenal dan masuk ke kampung dan masih belum banyak orang yang menggunakannya proses sosialisasi digerakkan. Karena terdapat kendala meliputi fasilitas internet yang buruk sebagaimana pemaparan Fahmi Baehaqi berikut:

“Berawal pada tahun 2012 saat sinyal internet masih belum bagus saya sudah mulai menjual karya desain di mancanegara. Pada tahun 2013 di Magelang ini masih ada 2 desainer dan 2 tahun kami melakukan pelatihan dan pengenalan hingga kemudian jumlahnya mencapai 250 desainer yang berlatar belakang petani, peternak, pekerja pabrik, sopir” (dokumen youtube: Fahmi Baehaqi, desainer kampung, eagle awards documentary 27 April 2016)

Dengan keterbatasan teknologi informasi dan komunikasi maupun internet di kampung, proses perkembangan difusi inovasi tetap berjalan dengan perlahan dan pasti dengan menggunakan komunikasi antarpesona dengan adanya pemimpin yang memberikan informasi membuat difusi inovasi situs *Electronic Contes 99design.com* dapat diterima oleh warga setempat. Informasi memiliki peranan yang sangat penting dalam proses difusi inovasi. Berkaitan dengan cara informasi mengenai inovasi disebarluaskan melalui media tertentu kepada masyarakat. Baik atau buruk komunikasi dapat dilihat dari berhasil atau tidaknya proses difusi inovasi (Dogbenuku, 2013).

Pada tahap selanjutnya informasi disebarluaskan melalui dirilisnya film dokumenter tentang *Desainer Kampung* oleh eagle awards documentary pada tahun 2014, di saat inilah proses difusi inovasi berkembang pesat dan memberikan manfaatnya bagi masyarakat luas. Memberikan sebuah harapan bagi seluruh warga negara indonesia untuk tampil di gugus depan kompetisi desain internasional. Sebagaimana apa yang disampaikan M. Maksun berikut ini:

“Pada tahun 2014 akhir di saluran Metrotv menayangkan acara *eagle awards documentary* sebuah ajang film dokumenter yang salah satu pesertanya mengangkat tema desainer kampung. Pada saat matakuliah kewirausahaan dosen pengampu membahasnya di kelas, di saat itulah saya mencari informasi dari berbagai sumber baik dari perintis desainnya, internet

dan situsnya langsung” (Wawancara dengan M. Maksum, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Sebuah informasi tentang inovasi dapat bernilai apabila adanya ketertarikan dari komunikan terhadap inovasi tersebut. Ketertarikan itu akan menimbulkan keingintahuan sehingga ia akan mencari berbagai sumber pendukung untuk melakukan konfirmasi. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana pendorong proses difusi inovasi, seperti yang diutarakan oleh M. Fahmi Mufid:

“informasi tentang Electronic Contest 99design.com telah saya dapatkan sejak tahun 2016, dari teman facebook saya yang memposting keberhasilannya memenangkan kontes desain di 99desain kala itu saya masih baru selesai ujian nasional dan langsung ingin mencobanya (Wawancara dengan M. Fahmi Mufid, mahasiswa prodi hukum keluarga islam pada tanggal 9 Maret 2018)

Melalui media sosial kebutuhan akan informasi dapat tercapai dengan syarat adanya sumber informasi yang dapat dipercaya dan memberikan manfaat lebih. Seiring dengan perkembangan 99design.com yang menerapkan prinsip crowdsourcing ada beberapa pendapat yang mengutarakan crowdsourcing akan mengganggu pasar tenaga kerja dalam satu dekade. Oleh karena itu, perlu memahami bagaimana cara mengelola inovasi ini. Crowdsourcing adalah bagaikan sebuah payung yang berantakan yang telah menjadi segalanya bagi semua orang. Khususnya 99design.com yang merupakan crowdsourcing berbayar yang menggunakan jasa perancang grafis korporat. Sebagian besar perusahaan Amerika Serikat menggunakan jasa crowdsourcing, beberapa dari mereka menghabiskan total lebih dari satu juta USD.

Rogers menyusun empat unsur pokok dalam proses difusiinovasi yaitu Inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, anggota sistem sosial.

b. Inovasi

Inovasi adalah suatu ide, gagasan, karya atau objek yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam penelitian ini, inovasi yang diteliti adalah situs *99design.com* yang merupakan suatu penemuan baru yang belum ada pada masa lampau. Pada masa sebelum ditemukan *99design.com* proses penjualan karya desain hannya terbatas pada wilayah yang sempit dipengaruhi beberapa faktor yang meliputi keterbatasan ruang dan waktu untuk melakukan komunikasi dan transaksi perdagangan, akan tetapi dengan adanya teknologi internet dan dirancangnya situs tersebut mengemas keberadaan ruang, waktu, dan komunikasi sehingga tidak ada lagi dinding penghalang diantaranya, sebagaimana pemaparan dari M. Maksum:

“kehadiran internet membuka dinding pembatas, pembatas wilayah, bahasa, budaya. Sehingga saya memperoleh informasi tentang wilayah lain dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya banyak dan pergi ke tempatnya langsung. Cukup dengan duduk di depan komputer. Terlebih adanya situs 99design.com yang memberi saya ruang untuk bekerja dengan menjual jasa desain. Saya dapat terhubung dengan orang-orang di negara lain, serta mendapat

penghasilan tanpa harus pergi ketempatnya langsung” (Wawancara dengan M. Maksum, mahasiswa prodi multimedia pada tanggal 11 Maret 2018)

Kehadiran situs *99design.com* merupakan bagian pengembangan dari teknologi komunikasi dan informasi yang memberi solusi permasalahan di masyarakat. Sehingga dapat mencapai kemudahan komunikasi lintas wilayah dan budaya untuk kepentingan bisnis. Sebagaimana pemaparan berikut ini.

“dengan adanya situs website *99desain.com* saya dapat melakukan hubungan dengan masyarakat luar negeri untuk kepentingan transaksi jasa desain. Dan mendapatkan relasi serta pundi-pundi uang yang tidak sedikit” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi bimbingan konseling islam 17 Maret 2018)

Teknologi informasi dan komunikasi selalu memberi kemudahan dalam berkomunikasi, selain untuk membuka dinding pemisah antar wilayah juga dapat mengatasi perbedaan bahasa dengan sebuah fasilitas untuk menerjemahkan bahasa, hal ini dirasakan oleh Zukriwafa yang bisa bersaing dengan para desainer grafis dari berbagai negara. Fungsi penggunaan alat penerjemah bahasa ini dapat meyakinkan para konsumen agar dapat memilih produknya, sebagaimana pemaparan dibawah ini;

“tidak disadari dengan keberadaan *99desain* saya mampu meyakinkan pelanggan tentang arti sebuah desain yang saya buat. Keterbatasan bahasa bukanlah penghalang untuk berkompetisi dengan pelanggan, fasilitas google translet memberikan kemudahan untuk berkomunikasi” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

Memperkenalkan inovasi kepada khalayak akan menimbulkan sebuah kemungkinan respon, antara lain inovasi akan diterima atau ditolak. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan untuk melakukan proses adopsi inovasi. Pertimbangan ini disandarkan pada beberapa sifat yang dimiliki sebuah inovasi, yaitu:

1. *Relative advantages* (keuntungan relatif)

Relative Advantages adalah sebagai pencapaian suatu inovasi yang berupa ide, gagasan, dan karya yang memiliki nilai lebih dari produk sebelumnya. Taraf keuntungan relatif diukur melalui faktor ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan, dan kepuasan. Semakin berhubungan antara komponen tersebut semakin besar keuntungan relative dari suatu inovasi, sehingga inovasi akan diadopsi lebih cepat.

Keuntungan *electronic contes 99design.com* yang *pertama*, memberikan kemudahan bagi setiap calon desainer untuk menjadi member. Berbeda dengan situs *electronic contes* lainnya yang memiliki banyak persyaratan seperti harus memiliki website dan mengumpulkan portofolio yang kemudian diputuskan layak atau tidak menjadi desainer. Akan tetapi situs *electronic contes 99design.com* hanya memberikan syarat mengisi data diri dengan benar, scan KTP/paspor/visa, serta pas foto ketika data yang diberikan telah cocok maka akan langsung diberikan kesempatan menjadi member dengan tingkatan terendah entry level. Sebagaimana pemaparan Nurwanto:

“...proses mendaftarkan diri sebagai desainer di situs website *electronic contes 99design.com* tidaklah sulit persyaratannya juga relatif mudah mungkin sedikit waktu dibutuhkan untuk proses

verifikasi kesesuaian data KTP/Paspor/visa dengan foto” (Wawancara dengan Nurwanto, mahasiswa prodi manajemen pada tanggal 15 Maret 2018)

Selain itu Seiring dengan perkembangan *99design.com* banyak keuntungan dan kemudahan yang didapat. Dengan hanya berbekal KTP dan foto sudah dapat menjadi bagian dari desainer di *99desain* dan mendapat kemudahan dalam mengakses informasi pekerjaan yang berasal darimanapun di seluruh dunia. Sebuah sistem besar yang menampung berbagai macam data yang berupa informasi pekerjaan yang diberikan oleh pelanggan kepada para desainer, para desainer dapat memilih pekerjaan desain yang mana yang akan mereka kerjakan. Sebagaimana pemaparan berikut ini:

“...dalam pencarian informasi kompetisi desain tidaklah sulit, sudah ada menu khusus untuk mencari pekerjaan yang seperti apa, juga terdapat kategori meliputi bidang usaha, penawaran harga, dan waktu mengerjakan sebuah desain.” (Wawancara dengan Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

Kedua, tidak adanya pembatas ruang dan waktu untuk melakukan transaksi. Berbeda dengan beberapa tahun yang lalu, saat teknologi komunikasi belum berkembang seperti sekarang. Proses transaksi jasa desain terbatas ruang dan waktu, akan tetapi ketika teknologi komunikasi berkembang dengan mengembangkan usaha seperti *99design.com* semua pembatas ruang dan waktu terbuka dengan sangat lebar. Kebijakan untuk mengkategorikan tingkatan kemampuan desainer kedalam tiga kelompok diantaranya entry level bagi desainer pemula, mid level bagi tingkatan menengah, dan top level yang telah menunjukkan hasil karya dan kemampuan yang diatas rata-rata.

“...beberapa kebijakan dilakuakn oleh *99desain.com* untuk memberikan penghargaan kepada desainer. Dengan membagi tingkatan desainer akan memberi dampak yang baik kepada para desainer yang telah mahir untuk memperoleh pekerjaan yang memiliki nilai yang sangat tinggi dan bagi pemula diberi kesempatan untuk berlatih. Sedangkan saya berada pada level pertengahan keuntungan tidak ada batasan jumlah pekerjaan yang bisa saya peroleh dari status mid level ini” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi teknik informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Pembagian tingkatan bertujuan untuk memacu para desainer untuk meningkatkan kemampuannya dan memperoleh akses yang lebih baik. Cara pengiriman konsep desain juga sangat mudah, selain itu para desainer juga dapat mendapat tantangan dari konsumen atau *feedback* berupa masukan sehingga dapat di gunakan acuan untuk memperbaiki desain yang mereka kirimkan.

“proses pengiriman konsep kepada konsumen dengan cara terlebih dahulu memilih kontes desain yang kita inginkan kemudian baca ketentuan/petunjuk apa yang dirancang oleh konsumen, setelah mengrti dengan petunjuk lalu mulailah proses membuat konsep desain, setelah desain jadi lalu rubah format menjadi PNG/JPG. Buka kembali kontes tersebut, lalu klik tombol submit dan pilih file yang akan kita kirim lalu berikan deskripsi desain atau gambaran desain yang kita buat. Proses pemilihan desain hingga pengiriman telah selesai, kini tinggal menunggu tanggapan dari konsumen” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi teknik informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Pengiriman konsep desain dirancang dengan semudah mungkin, begitu pula cara pembayaran ke akun serta pencairan dana. Meskipun dalam proses pencairan dana dengan melalui tahapan-tahapan pemindahan saldo ke rekening paypal baru bisa menarik ke rekening bank lokal.

“...teknologi yang digunakan dalam website ini sangatlah memudahkan penggunanya, selain untuk mencari informasi dan berkomunikasi dengan konsumen, akun kita dapat menyimpan uang dari hasil perlombaan serta terdapat pembukuan. Selain itu akun tersebut dapat mentransfer uang visual tersebut ke rekening bank lokal melalui perantara rekening paypal. Hal ini sebenarnya kurang efektif dan efisien karena masih membutuhkan fasilitas perantara seperti paypal yang prosesnya dari rekening 99desain ke paypal harus menunggu 3-4 hari kerja, lalu dari rekening paypal ke rekening pribadi dilakukan selama 3-4 hari” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi teknik informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Proses pencairan uang tergolong sedikit rumit oleh karena itu banyak para desainer pemula memilih jalan untuk mentranfer ke rekening paypal rekan mereka untuk mengurangi biaya pembuatan akun paypal.

“...pembuatan akun paypal tidak semudah pembuatan akun *99design.com* sehingga saya lebih memilih untuk penarikan uang melalui akun paypal rekan saya. (Wawancara dengan Ahmad Mufti mahasiswa prodi bimbingan konseling islam pada tanggal 14 Maret 2018)

Teknologi jika ingin dapat diadopsi dengan baik maka diperlukan adanya keuntungan relatif bagi penggunanya. Sehingga mereka dapat merasakan manfaatnya dan dapat berpindah ke dalam teknologi yang baru. Dalam *99design.com* memberikan adanya keuntungan relatif meliputi kemudahan dalam pengiriman konsep desain, kenyamanan antara pihak desainer dan konsumen untuk melakukan komunikasi, meskipun ada masalah di bidang pencairan dana yang sedikit agak lama karena terdapat tahapan yang sedikit rumit akan tetapi dapat diantisipasi para pemula untuk mentranfer uang ke rekening paypal rekan mereka.

2. *Compatibility* (kesesuaian)

Cepat lambatnya adopsi terhadap inovasi dapat dilihat dari tanggapan masyarakat mengenai situs website *99design.com*. Dari hasil wawancara dengan narasumber bahwa *99design.com* merupakan sebuah situs penjualan desain yang menjadi situs yang sesuai dan menjawab kebutuhan adopter. Kebutuhan tersebut berupa sebuah tempat untuk berkumpul dalam satu komunitas dan melakukan komunikasi serta dapat menjual jasa desain untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memiliki nilai jual yang tinggi sebagai pemenuhan kebutuhan hidup. Sebagaimana pemaparan dari M. Maksun:

“...maksud dirancangnya situs ini kan baik, saya bisa memenuhi kebutuhan hidup dengan mengandalkan jasa desain pembuatan logo, dengan proses komunikasi saling memberi *feed back* atau umpan balik dan memperoleh kesepakatan. (Wawancara dengan M. Maksun mahasiswa prodi teknik informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Dari pernyataan M. Maksun dapat diambil garis besar bahwasannya situs website *99design.com* sebagai situs yang menghubungkan para desainer dan pelanggan dengan memberikan fasilitas

komunikasi yang dibuktikan dengan pernyataan bisa melakukan umpan balik yang dilakukan oleh kedua pihak sehingga dengan proses komunikasi yang mereka jalin mampu menentukan keputusan yang akan diambil dari pihak pelanggan maupun desainer. Dapat memenuhi apa yang dibutuhkan seperti pekerjaan dan penghasilan yang memadai. Kebutuhan akan komunikasi untuk menghasilkan sebuah kesepakatan difasilitasi dengan adanya kolom chat dengan para konsumen. Sebagaimana pernyataan dari M. Mufti berikut ini:

“...adanya konten chat berbasis teks memberikan kami kesempatan untuk memperoleh arahan dari para pelanggan tentang harapan desain yang mereka inginkan sehingga saya mampu mengambil keputusan untuk melakukan pada desain yang saya buat” (Wawancara dengan Ahmad Mufti mahasiswa prodi bimbingan konseling islam pada tanggal 14 Maret 2018)

Selain itu dalam kontes terdapat sebuah halaman *brief* sebagai acuan desainer mencari informasi tentang desain apa yang mereka butuhkan. Dalam modifikasinya halaman ini berisikan sebuah informasi teks disertai beberapa file tambahan atau file referensi yang bisa digunakan oleh desainer.

“... Dalam membuat sebuah desain tentunya harus mencari informasi apa yang menjadi acuan pembuatan desain sehingga karya yang kita kirimkan tidak salah dan sejalan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (Wawancara dengan M. Zuhriwafa mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa situs *99design.com* adalah situs yang dapat memenuhi kebutuhan adopter. Kebutuhan memperoleh informasi pekerjaan, berkomunikasi dan mendapatkan penghasilan yang layak yang menguntungkan beberapa pihak yang bersangkutan.

3. *Complexity* (kerumitan)

Complexity adalah seberapa rumit sebuah inovasi untuk dipahami dan digunakan. Inovasi yang mudah dipahami akan diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang lebih rumit. Terdapat karakteristik kerumitan, bisa dikatakan tingkatan kerumitan berbanding lurus dengan banyaknya *adopter* semakin sulit sebuah inovasi, maka semakin sedikit atau semakin lama pula masyarakat yang mengadopsi.

“pertama ya nggak tau mas, yang saya tau setiap bulan pasti ada syukuran di asrama, ya awalnya bingung, yang sukuran kerjanya cuma ngadep di depan laptop tapi kalau sukuran gak tanggung-tanggung satu asrama dapet makan enak. Lala-lama saya penasaran tanya aja kerja apa mas kok banyak duitnya?” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

Dari wawancara di atas bahwa kesulitan dalam pencarian informasi karena kurangnya sosialisasi, akan tetapi berawal dari keingintahuan dan keberadaan tokoh yang memulai merintis usaha di bidang tersebut membuat orang-orang sekitar menjadi penasaran dan ingin tahu. Hal ini didukung dengan wawancara dengan M. Maksam yang menyebutkan bahwa proses sosialisasi terjadi ketika adanya keingintahuan yang besar dari para informan.

“percuma melakukan sosialisasi jika tidak adanya minat dari para informan, akan tetapi ketika ada yang memiliki keingintahuan yang mendalam kami akan terbuka, sebenarnya informasi tentang 99desain.com dapat diakses melalui beberapa sumber, dari media sosial, youtube, website akan tetapi jarang yang mengaksesnya secara mendalam, terdapat pula komunitas-komunitas di media sosial yang membantu para pemula untuk memulai karirnya” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 17 Maret 2018)

Kerumitan yang terjadi diakibatkan kurangnya pengetahuan dan keingintahuan masyarakat tentang 99desain. Ketika kondisi masyarakat tidak membutuhkan informasi maka mereka juga tidak akan memperoleh pengetahuan sehingga menyebabkan prosedur dan informasi yang sebenarnya mudah didapat akan tetapi tidak mendapatkannya. Kesulitan dan hambatan bisa diatasi oleh adopter sendiri dengan bertanya dan menggali informasi dari orang-orang disekitar yang telah mengetahui. Sumber informasi sangatlah banyak peran orang sekitar sangatlah penting untuk menunjukkan jalan bagi para calon adopter, hal tersebut dapat diketahui melalui beberapa kutipan wawancara berikut:

“kalau saya nggak dapat penempatan di asrama ini ya nggak bakal tau mas, saya tau karena setiap bulan pasti ada syukuran di asrama, seiring berjalannya waktu saya penasaran dan iseng tanya aja kerja apa mas kok banyak duwitnya? Eh masnya merespon dan mengarahkan dengan sangat terbuka, jadi semakin termotifasi” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

“awalnya saya berasumsi bahwa cara menjadi member dari 99desain.com sulit jadi saya tidak bertanya dan hanya menunggu sukuran dari teman-teman yang berhasil. Akan tetapi setelah melihat keberhasilan teman-teman saya terpancing untuk menggali informasi dan infoormasinya juga tidak terlalu sulit” (Wawancara dengan Ahmad Mufti, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 14 Maret 2018)

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa masalah kerumitan mengenai informasi 99desain.com telah dapat diatasi. Karena faktor kerumitan bukan berasal dari sebuah inovasi akan tetapi kurangnya pengetahuan dari masyarakat. Dengan adanya keingintahuan akan memberikan sebuah pengetahuan yang dapat mengatasi permasalahan yang ada. Sehingga dalam proses ini penghambat proses adopsi dapat diatasi.

4. *Triability* (kemungkinan dicoba)

Triability adalah apakah sebuahh inovasi dapat dicoba oleh banyak orang. Agar cepat diadopsi, suatu inovasi sebaiknya mampu menunjukkan keunggulannya dibuktikan dari pengakuan para responden yang pernah mencoba. Pada awalnya *99design.com* dicoba oleh M. Maksun ia mendapatkan manfaat dan manfaat itu baik dan diikuti secara bertahap oleh beberapa orang.

“awalnya saya hanya coba-coba akan tetapi seiring dengan perkembangan waktu saya semakin merasakan keuntungan dari aplikasi ini, dan hingga saat ini saya tetap menggunakannya” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

“berawal dari mencoba saya dapat memperoleh penghasilan” (Wawancara dengan M. Zukriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

“Mencoba itu perlu untuk membuka wawasan dan pengetahuan, kesalahan saya lambat dalam mencoba hal baru karena anggapan saya yang salah tentang *99design.com*” (Wawancara dengan M. Mufti, mahasiswa prodi bimbingan keluarga islam pada tanggal 14 Maret 2018)

“ketika banyak orang berhasil saya juga termotivasi untuk berhasil pula” (Wawancara dengan Nurwanto mahasiswa prodi manajemen pada tanggal 15 Maret 2018)

“sejak saya mengetahui adanya *99design.com* saya penasaran ingin mencoba dan mendapatkan manfaatnya” (Wawancara dengan M. Fahmu Mufid, mahasiswa prodi hukum keluarga islam pada tanggal 14 Maret 2018)

Dari hasil uji coba pemakaian para pengguna mendapatkan keuntungan terpenuhinya keuangan, alat berkomunikasi, menjual jasa, serta memperoleh pengalaman dan penghasilan. Sehingga dilihat orang lain dan orang lain ikut serta mencobanya.

5. *Observability* (kemungkinan diamati)

Observability adalah bagaimana orang lain melihat inovasi. Semakin mudah seseorang melihat hasil sebuah inovasi, semakin besar kemungkinan untuk mengadopsinya. Manfaat *99design.com* telah dirasakan oleh M. Maksum. Rasa sukurnya sering diungkapkan dengan berbagi dengan teman asrama. Dengan menjadi member mereka bisa mencari informasi pekerjaan, menawarkan jasa, berkomunikasi, mendapatkan penghasilan. Seperti hasil wawancara berikut ini;

“dulu saya mengandalkan kiriman orang tua untuk membeli barang yang saya butuhkan. Setelah saya bekerja di *99desain.com* saya memperoleh penghasilan untuk sekedar kebutuhan pribadi dan bersedekah kepada teman-teman. Sekarang saya dapat membeli barang-barang yang saya inginkan tanpa meminta dari orang tua” (Wawancara dengan M. Maksum, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Hal tersebut juga didukung oleh pengalaman Zuhriwafa saat menggunakan *99desain*.

“saya mencoba menjual ide di *99design.com* dan alhasil saya dapat mendapatkan imbalan yang tidak sedikit” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

“pas nyoba *99desain.com* ternyata pencairan uangnya nyata dan tidak bohong (wawancara dengan M. Mufti, mahasiswa prodi bimbingan konseling islam pada tanggal 14 Maret 2018)

Selain pengalaman pribadi, pengalaman terhadap inovasi juga dapat dilakukan dengan mendengar kesaksian dan bertanya dari member *99desain.com* yang pernah mendapatkan penghasilan secara rutin. Seperti yang dilakukan Nurwanto sebagai berikut;

“teman saya setiap bulan mendapat penghasilan antara 190-1020 dolar” (Wawancara dengan Nurwanto, mahasiswa prodi manajemen pada tanggal 15 Maret 2018)

Sebuah inovasi yang dapat diamati langsung memungkinkan inovasi tersebut diadopsi. Namun ketika inovasi yang ada tidak jelas maka para adopter akan berpikir-pikir ulang untuk menerima inovasi yang dikenalkan kepadanya.

c. Saluran Komunikasi

Komunikasi adalah proses interaksi antara beberapa orang dimana pelaku yang terlibat membuat dan menyampaikan pesan kepada satu sama lain dengan tujuan untuk mencapai pemahaman yang sama. Sedangkan saluran komunikasi adalah sarana, alat atau perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran komunikasi sering disebut dengan media komunikasi. Pada *99design.com* proses difusi inovasi menggunakan saluran, yaitu saluran antar pribadi, saluran kelompok, dan saluran media massa :

d. Saluran Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang dilakukan beberapa orang secara tatap-muka sehingga setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Saluran antarpribadi adalah saluran atau media yang memungkinkan komunikator dan komunikan dapat berkomunikasi secara langsung, baik bertatap muka ataupun menggunakan alat menggunakan pesan verbal maupun nonverbal. Sosialisasi melalui saluran antarpribadi dilakukan *99desain.com* dengan layanan *call center hotline service*, email, dan penyuluhan oleh para desainer.

1. Sosialisasi

Penyuluhan dengan saluran antar pribadi dilakukan pada saat individu mendaftarkan diri sebagai member. Saat melakukan pendaftaran mereka akan mendapatkan sebuah surat berisikan peraturan yang wajib ditaati oleh semua member.

“saat mendaftar menjadi member *99design.com* terdapat sebuah surat berisikan peraturan yang harus dipatuhi oleh seluruh member *99design.com* (Wawancara dengan M. Maksum, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

2. Telepon dan email

Sosialisasi juga menggunakan media berupa telepon dan email agar informasi mengenai *99design.com* cepat diterima. M. Mufti menjelaskan bahwa informasi-informasi baru mengenai *99desain.com* disampaikan melalui email dan telepon.

“saat perbaikan *99desain.com* untuk menjadi sempurna ini masih banyak perubahan maka saya sebagai desainer harus siap menghadapi perubahan. Biasanya informasi-informasi tersebut dapat saya peroleh dari email ataupun telephone. (Wawancara dengan Ahmad Mufti, mahasiswa prodi bimbingan konseling islam pada tanggal 15 Maret 2018)

99desain.com juga menyiapkan layanan *call center hotline service* yang memungkinkan masyarakat bertanya langsung.

“mengenai informasi yang belum jelas ataupun pelaporan terdapat layanan 24 jam (Wawancara dengan M. Fahmi Mufid, mahasiswa prodi hukum keluarga islam pada tanggal 15 Maret 2018)

e. Saluran Kelompok

Komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*), jadi bersifat tatap muka umpan balik dari seorang peserta dalam suatu kelompok masih dapat ditanggapi langsung oleh peserta lainnya.

1. Sosialisasi

Komunikasi kelompok yang terjadi dalam kegiatan sosialisasi 99desain.com dilakukan dalam proses perkuliahan kewirausahaan, seperti yang disampaikan narasumber berikut ini;

“penyuluhan dilakukan oleh dosen matakuliah kewirausahaan (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

2. Grup *Chatting*

Banyak member 99desain.com yang membuat grup atau komunitas di media sosial seperti facebook untuk mempermudah penyebaran informasi dan ajang sharing bagi setiap anggota komunitas tersebut. Dengan adanya grup/komunitas tersebut dapat saling berbagi pengalaman dan memberikan bantuan. Seperti yang disampaikan narasumber berikut;

“dengan adanya komunitas di facebook memberikan kesempatan bagi para pemula untuk menggali informasi mengenai 99desain.com. serta para senior dapat memberikan sarannya kepada seluruh anggota komunitas.” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Komunikasi kelompok yang dilakukan oleh member efektif digunakan untuk melakukan sosialisasi, terutama untuk memberikan informasi perkembangan, perubahan dan informasi terbaru yang berkaitan dengan program 99desain.com. distribusi informasi akan cepat tersebar ketika salah satu member memperoleh informasi terlebih dahulu dan menyebarkannya lewat media sosial tersebut.

“saya dan teman teman juga membuat grup agar lebih mudah berkomunikasi berkaitan dengan informasi dari 99desain.com. grup ini anggotanya meliputi member 99desain.com di asrama ini. Jadi ketika ada salah satu anggota yang mendapatkan informasi dan dishare di grup kan jadi tahu semua (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Grup yang dibentuk ini bersifat tidak resmi, grup ini dibuat untuk forum diskusi dan penyebaran informasi.

f. Komunikasi Di Media Massa dan Media Sosial

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi). Member *99design.com* menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi-informasi berkaitan dengan kebutuhan informan. Media yang digunakan Youtube, Facebook, dan Televisi. Untuk menunjang sosialisasi *99desain.com* di seluruh dunia digunakanlah saluran youtube yang dapat diakses dari seluruh dunia.

“Keberadaan chanel-chanel youtube milik desainer yang telah sukses memberikan informasi bagi para calon member, atau bahkan member pemula di seluruh dunia. Mereka membagi pengalaman mereka dengan *99design.com* menghasilkan produk jasa dan keuntungan finansial” (Wawancara dengan Nurwanto, mahasiswa prodi management pada tanggal 15 Maret 2018)

Munculnya chanel-chanel youtube sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi ke masyarakat luas. Sehingga *99desain* dapat diterima oleh masyarakat. Selain youtube juga menggunakan saluran facebook untuk melakukan proses sosialisai. Seiring dengan perkembangan waktu banyak member di daerah-daerah membuat grup chatting. Berkembangnya grup atau komunitas di facebook menjadikan proses sosialisasi semakin cepat.

“Keberadaan grup/komunitas di facebook memberikan percepatan informasi bagi seluruh anggota, ketika seseorang memperoleh informasi dan dishare informasinya maka semua orang yang ada di grup mengetahui.” (Wawancara dengan M. Fahmi Mufid, mahasiswa prodi hukum keluarga islam pada tanggal 9 Maret 2018)

Kesuksesan para desainer menyebabkan banyak yang melirik hingga diangkatnya menjadi film dokumenter berjudul *desainer kampung* yang menjadikan *99desain.com* memperoleh tempat dihati masyarakat indonesia.

“Pada tahun 2014 akhir di saluran Metrotv menayangkan acara eagle awards documentary sebuah ajang film dokumenter yang salah satu pesertanya mengangkat tema desainer kampung. Pada saat matakuliah kewirausahaan dosen pengampu membahasnya di kelas, di saat itulah saya mencari informasi dari berbagai sumber baik dari perintis desainnya, internet dan situsnya langsung” (Wawancara dengan M. Maksum, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

g. Jangka Waktu

Penyebaran informasi membutuhkan waktu yang cukup lama, penyebaran sosialisasi yang lambat menghambat proses adopsi inovasi. Jangka waktu dilihat sejak seseorang mulai mengetahui sampai menerima dan melaksanakan inovasi. Proses sosialisasi mengenai *99design.com* sejak tahun 2008, hingga sampai peneliti melakukan penelitian ini sosialisasi pun masih dilakukan. Sosialisasi di Indonesia menggunakan saluran media televisi dimulai sejak tahun 2014. Indikator yang digunakan peneliti untuk

menentukan jangka waktu proses adopsi 99design.com adalah pada tahap *decision*. *Innovations decision process* adalah proses mental dimana orang berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi ke pembentukan sikap terhadap inovasi.

Tabel. 1 Jangka Waktu Adopsi Inovasi

No.	Nama	Tanggal mendaftar 99design.com	Jangka waktu adopsi
1	M. Maksum	16 Juli 2014	1 hari
2	Nurwanto	4 Oktober 2016	798 hari
3	M. Zuhriwafa	13 Agustus 2016	777 hari
4	M. Mufti	19 September 2017	1143 hari
5	M. Fahmi Mufid	27 April 2016	651 hari
Rate of adoption= \sum Jangka waktu adopsi: \sum adopter			674 hari

Dari data di atas dapat dilihat bahwa jangka waktu adopter untuk mengadopsi inovasi memiliki perbedaan. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terdapat dalam tahapan proses adopsi inovasi. Jangka waktu di atas dihitung sejak film dokumenter 99design.com di luncurkan pada tanggal 16 Juli 2014. Sehingga dapat diketahui bahwa *rate of adoption* dalam penelitian ini 674 hari. Dalam proses adopsi terhadap inovasi, calon adopter tidak begitu saja mengadopsinya. Setiap *adopter* memiliki pertimbangan sebelum memutuskan untuk mengadopsi ataupun tidak. Pertimbangan-pertimbangan itu dipengaruhi oleh faktor pendukung dan penghambat. Seperti dalam uraian berikut:

1. Faktor Pendukung

Calon adopter akan lebih cepat mengadopsi inovasi karena melihat adanya manfaat yang diperoleh dan menjadi agen pembaharu. Seperti beberapa kutipan wawancara beberapa narasumber berikut ini:

“pertama ya nggak tau mas, yang saya tau setiap bulan pasti ada syukuran di asrama, ya awalnya bingung, yang sukuran kerjanya cuma ngadep di depan laptop tapi kalau sukuran gak tanggung-tanggung satu asrama dapet makan enak. Lala-lama saya penasaran tanya aja kerja apa mas kok banyak duwitnya?” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

“teman saya setiap bulan mendapat penghasilan antara 190-1020 dolar” (Wawancara dengan Nurwanto, mahasiswa prodi multimedia pada tanggal 15 Maret 2018)

Berawal dari melihat keberhasilan teman, dengan keingintahuan yang tinggi menghendaki adanya keinginan untuk menggali dan mendapatkan informasi serta memperoleh keuntungan yang sama. Pembayaran yang tidak sedikit membuat semakin banyak orang penasaran dan ingin mencoba dan mendapatkan manfaatnya.

2. Faktor Penghambat

Jangka waktu seseorang untuk menerima suatu inovasi yang dihambat oleh beberapa faktor penghambat. Dalam proses adopsi 99design.com, ada beberapa penghambat yang berpotensi membuat

adopsi terhadap program tersebut menjadi lebih lama. Beberapa faktor penghambat yang dikemukakan oleh peneliti mengenai proses adopsi 99design.com yaitu; sikap masyarakat yang kurang percaya pada situs ini.

“...mana mungkin mau orang membeli desain dengan harga semahal itu, mungkin itu cuma omong kosong” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal Maret 2018)

Kemudian pengetahuan masyarakat yang minim tentang cara membuat desain, serta pengoprasian akun juga menjadikan proses adopsi terhadap 99design.com menjadi lebih lama

“ada beberapa kendala yang terjadi, yang pertama tidak semua orang mampu membuat konsep dan merancang desain. Terutama yang tidak memiliki ketertarikan terhadap dunia desain” (Wawancara dengan M. Maksum, mahasiswa prodi Teknik Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

Faktor penghambat ini bisa diantisipasi dengan adanya keingintahuan yang mendalam dan sering berlatih. Ketika sering berlatih maka akan mengalami peningkatan kemampuan dan memungkinkan untuk memiliki mental yang percaya diri. Selain itu pengetahuan tentang adanya 99design.com pada awalnya hanya terbatas pada informasi antar personal yang menuntut kemingkinan proses persebarannya lama.

h. Anggota Sistem Sosial

Anggota sistem sosial merupakan bagian dari empat unsur dalam penyebaran difusi inovasi. Dalam penelitian ini, anggota sistem sosial dapat digolongkan sesuai dengan kecepatan penerimaannya. Peneliti meneliti 5 narasumber dan informan yang dianggap dapat mewakili kekayaan informasi yang didapatkan berkaitan dengan 99design.com. Setelah wawancara dilakukan, informan dapat dikelompokkan ke dalam golongan pengadopsi sesuai dengan tingkat keinovatifannya sebagai berikut:

Tabel 3 Kategori Adopter

No.	Kelompok	Informan
1	Innovator	- Fahmi Baehaqi, penggagas kampung desainer
2.	Early Adopter	- M. Maksum (mahasiswa program studi Teknik Informatika)
3.	Early Majority	- M. Fahmi Mufid (mahasiswa program studi Hukum Keluarga Islam) - M. Zuhriwafa (mahasiswa program studi Pertanian)
4.	Late Majority	- Nurwanto (Mahasiswa program studi Management) - Ahmad Mufti (mahasiswa program studi Bimbingan Konseling Islam)

1. *Innovator*

Fahmi Baehaqi sebagai penggagas kampung desainer, memiliki peranan utama dalam persebaran informasi mengenai *99design.com*. Dia memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai *99design.com*

sehingga berkompeten diangkat menjadi aktor film dokumenter berdasarkan pengalamannya sehingga dapat menjangkau wilayah yang luas. Berdasarkan hasil kutipan yang dapat memotifasi banyak orang.

“Berawal pada tahun 2012 saat sinyal internet masih belum bagus saya sudah mulai menjual karya desain di mancanegara. Pada tahun 2013 di Magelang ini masih ada 2 desainer dan 2 tahun kami melakukan pelatihan dan pengenalan hingga kemudian jumlahnya mencapai 250 desainer yang berlatar belakang petani, peternak, pekerja pabrik, sopir” (dokumen youtube: Fahmi Baehaqi, desainer kampung, eagle awards documentary 27 April 2016)

2. *Early Adopter*

Early adopter adalah seorang opinion leader yang pergaulannya terbatas pada tempat tinggalnya saja. Golongan ini merupakan golongan pengadopsi yang hannya dibatasi oleh lingkup wilayahnya saja, dan menyebarkan informasi kepada khalayak di sekitarnya. Setelah dilakukan penelitian, ditemukan 1 orang yang termasuk golongan *early adopter*, yaitu M. Maksun mahasiswa prodi Teknik Informatika. Dalam proses difusi inovasi, ia memberikan pengetahuan baru kepada teman temannya dengan melakukan kegiatan syukuran ketika mendapatkan penghasilan sehingga ia seringkali temannya menggali informasi darinya.

“Ketika saya mendapatkan kemenangan dalam kompetisi biasaya saya mengajak teman teman untuk menikmati juga. Secara tidak langsung mereka termotifasi untuk mengikuti langkah saya” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi Informatika pada tanggal 11 Maret 2018)

3. *Early Majority*

Early majority adalah golongan pengetrap awal. Mereka peka dengan adanya inovasi baru dan melakukan penerapan dini atau awal. Sehingga orang lain dapat mengamatinya. Setelah melakukan penelitian, dari 5 orang informan terdapat 2 orang yang dapat digolongkan dalam *early majority* memiliki pertimbangan yang berbeda-beda dalam mengadopsi inovasi berupa *99design.com*. seperti yang diampaikan oleh M. Zuhriwafa dan M. Fahmi Mufid

“Ketika saya melihat mas maksun selalu melakukan syukuran saya sering bertanya dalam hati dan ketika mendapatkan waktu yang pas saya bertanya lebih dalam, serta mencari saran dan masukan darinya” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 15 Maret 2018)

“saya seringkali melihat teman saya mengupload hasil karya desainnya dan saya bertanya kepada dia dimanakah tempat menjual sebuah desain dan ditunjukkan *99design.com*.” (Wawancara dengan M. Fahmi Mufid, mahasiswa prodi Hukum Keluarga Islam pada tanggal 9 Maret 2018)

4. *Late Majority*

Late majority adalah lapisan masyarakat yang mengambil keputusan untuk menggunakan inovasi setelah banyak orang yang menggunakannya. Dalam penelitian ini ditemukan seorang informan yang dapat dimasukkan kedalam golongan *late majority*, yaitu Ahmad Mufti dan Nurwanto.

“karena keterbatasan saya dan kemiskinan saya, saya hanya sebagai pengamat. Akan tetapi melihat fakta-fakta banyak yang tidak memiliki basic design tetapi mereka sukses saya menjadi termotivasi dan mencobanya.” (Wawancara dengan Ahmad Mufti, mahasiswa prodi Bimbingan Konseling Islam pada tanggal 14 Maret 2018)

i. Proses Adopsi Inovasi

Keputusan individu terhadap suatu inovasi merupakan proses yang terjadi dari waktu ke waktu dan terdiri dari serangkaian tindakan. Proses seseorang sejak berkenalan dengan inovasi sampai menerima (adopsi) atau menolak inovasi tersebut. Dalam teori “innovation-decision process” yang dikemukakan oleh Rogers, terdapat lima tahap kegiatan dimana seorang adopter akan melaluinya sebelum memutuskan untuk menerima suatu inovasi seperti berikut ini;

1. *Knowledge* (Tahap Pengetahuan)

Adopter mulai sadar tentang keberadaan inovasi yang ditawarkan oleh inovator. Kesadaran tersebut terutama berkaitan dengan pengetahuan mengenai inovasi serta manfaat yang akan diterima oleh adopter melalui *99design.com*. Tahap *knowledge* atau tahap pengetahuan ini ditandai dengan kesadaran *adopter* terhadap keberadaan inovasi. Kesadaran adopter dalam penelitian ini dapat diketahui dari kutipan wawancara di bawah ini;

“pertama ya nggak tau mas, yang saya tau setiap bulan pasti ada syukuran di asrama, ya awalnya bingung, yang sukuran kerjanya cuma ngadep di depan laptop tapi kalau sukuran gak tanggung-tanggung satu asrama dapet makan enak. Lala-lama saya penasaran tanya aja kerja apa mas kok banyak duwitnya?” (Wawancara dengan M. Zuhriwafa, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 17 Maret 2018)

Di tahap pengetahuan, sumber inovasi mengenai *99design.com* melalui beragam saluran komunikasi akan memberikan informasi sekaligus rangsangan kepada seseorang selama proses difusi inovasi. Sehingga calon adopter akan terangsang untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai manfaat, prosedur program, dan pelaksanaan program. Masyarakat dalam hal ini adopter juga telah sadar akan manfaat yang ada dalam program yang ditawarkan oleh *innovator* yaitu program *99design.com* masyarakat sadar akan manfaat yang sangat penting dalam hal pemenuhan kebutuhan. Salah satu informan, M. Maksu mengatakan bahwa:

“dengan begini saya dapat memenuhi kebutuhan hidup saya sehingga tidak merepotkan orang tua

Dari kutipan wawancara diatas dapat diketahui bahwa *adopter* telah sadar dan mengerti mengenai manfaat program *99design.com* sebagai situs *crowdsourcing*. Dengan ini *adopter* dibantu dengan terbukanya lapangan pekerjaan.

“yang jelas ketika saya butuh pekerjaan saya mencarinya di *99design.com*”

“tentunya membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pekerjaan dari pemenuhan informasi, sarana komunikasi, dan proses transaksi barang dan jasa.

Dengan demikian dari penelitian dapat dikatakan bahwa *adopter* telah melewati tahapan pengetahuan ditandai dengan kesadaran tentang keberadaan, manfaat dan pentingnya 99design.com.

2. *Persuasion* (Tahap Persuasi)

Tahap persuasi terjadi dalam tingkat pemikiran calon *adopter*. Secara psikologis calon *adopter* mulai tertarik terhadap inovasi dan mulai mencari informasi lebih mengenai inovasi tersebut. Setelah informasi diterima ia akan menafsirkan informasi tersebut. Dengan demikian persepsi sangat penting dalam menentukan perilaku calon *adopter* dalam tahap persuasi. Pada tahapan ini individu sudah berkenalan dengan inovasi mulai tergugah dan tertarik untuk memperoleh informasi lebih banyak tentang inovasi tersebut. Dengan adanya arahan dari dosen dan diterbitkannya film dokumenter desainer kapung di metro tv mengakibatkan dampak meluas tentang pengetahuan *adopter* tentang 99design.com

“ketertarikan masyarakat terhadap 99design.com didahului dengan gambaran keberhasilan para inovator yang selanjutnya menggugah kemauan dari calon *adopter* untuk bertanya dan menggali informasi lebih dalam. Selain itu banyak member yang menggunakan media sosial untuk membangun grup dan saling sharing pengalaman sehingga banyak orang yang mendapatkan manfaatnya.” (Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 11 Maret 2018)

Dari kutipan wawancara diatas dapat diketahui bahwa beberapa *adopter* berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai 99design.com. Kepedulian dan inisiatif dari M. Zuhriwafa tersebut berhasil mengurangi ketidakpastian informasi berkaitan dengan 99design.com. Sehingga membuat proses difusi dan adopsi inovasi di kampungnya berjalan baik. Hal ini dapat diketahui dari kutipan wawancara berikut; Setelah mendapat informasi dan mendapatkan keuntungan kemudian diceritakan kepada temannya. Dan berbagai informasi tentang 99design.com telah banyak tersebar luas di dunia maya. Hal ini dimanfaatkan M. Fahmi Mufid untuk mencari informasi dan memahami 99design.com melalui internet.

Keaktifan *adopter* untuk mencari informasi sangat membantu proses adopsi inovasi. Semakin aktif *adopter* menggali informasi, semakin baik pula proses adopsi inovasi yang terjadi padanya. Selain itu di tahap persuasi ini, kebiasaan masyarakat setempat yang sering berkumpul dan berinteraksi dengan tetangganya membuat informasi mengenai 99design.com segera tersebar. Dengan mengobrol maka akan terjadi umpan balik yang beragam yang akan merangsang *adopter* untuk memuaskan dirinya terhadap pengetahuan akan 99design.com.

3. *Decision* (Tahap Pengambilan Keputusan)

Tahapan pengambilan keputusan terjadi ketika individu atau calon *adopter* terlibat dalam proses yang menyebabkan pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi. Salah satu cara menilai inovasi

tersebut adalah dengan melihat orang lain yang telah menggunakan layanan *99design.com*. Selain itu dengan mengetahui manfaat dari *99design.com*, *adopter* dapat menilai apakah inovasi ini baik atau tidak untuknya. Melihat kembali pada tahap pengetahuan telah diketahui bahwa manfaat dari *99design.com* telah dimengerti oleh *adopter*.

“Pengambilan keputusan saya untuk memulai mencoba karena adanya dorongan kebutuhan.”
(Wawancara dengan M. Maksun, mahasiswa prodi pertanian pada tanggal 11 Maret 2018)

Kemudian setelah melalui berbagai pertimbangan, *adopter* dalam penilaian ini menerima informasi dengan mendaftarkan diri sebagai member *99design.com*. Keputusan untuk mendaftarkan diri sebagai member tersebut berarti *adopter* dalam penelitian ini telah berhasil melalui tahap pengambilan keputusan.

4. *Implementation*

Di tahap *implementation* seseorang menggunakan inovasi untuk mempelajari lebih jauh mengenai inovasi dan lebih meyakinkan penilaiannya. Seorang *adopter* akan semakin aktif mencari informasi yang mungkin belum diketahuinya. Apakah inovasi tersebut benar-benar cocok bagi dirinya. Hasil tahap inilah yang akan menentukan apakah yang bersangkutan melanjutkan untuk menerima atau menolak inovasi tersebut, meskipun yang bersangkutan telah memutuskan untuk menerima inovasi di tahap *decision* sebelumnya.

“Saya memutuskan untuk melanjutkan menggunakan *99design.com*. untuk proses belajar dan menghasilkan penghasilan” (Wawancara dengan Ahmad Mufti, mahasiswa prodi Bimbingan Konseling Islam pada tanggal 15 Maret 2018)

5. *Confirmation* (Tahap Pemantapan)

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa *adopter* telah mengadopsi program *99design.com* sesuai dengan tahapan adopsi inovasi yang disampaikan oleh Rogers. *Adopter* dalam penelitian ini telah mendapat informasi mengenai *99design.com* dengan cara yang berbeda-beda dan dengan waktu adopsi yang berbeda-beda pula.

KESIMPULAN

Proses difusi inovasi *99design.com* yang berjalan pada kelompok kesenian Wahid Hasyim meliputi empat unsur inovasi, cara dan saluran komunikasi, jangka waktu, dan anggota sistem sosial. Beragam saluran komunikasi yang meliputi saluran komunikasi massa berupa film dokumenter designer kampung di salah satu televisi nasional setelah banyak orang di wilayah lain merasakan manfaatnya. Kedua melalui saluran komunikasi kelompok yaitu melalui jaringan komunikasi berupa grup chatting untuk penyebaran dan sharing informasi, grup ini berkembang pesat setelah diputarnya film dokumenter. Ketiga melalui saluran komunikasi interpersonal dengan cara penyuluhan kepada calon member *99design.com* saat

mereka tertarik dan sedang mencari informasi didukung dengan adanya *early adopter* yang menetap di wilayah tertentu.

Jangka waktu inovasi berupa 99design.com diadopsi oleh adopter dalam rentang waktu yang berbeda-beda. Dari penelitian ini diketahui bahwa *Innovations rate of adoption* dari informan adalah 674 hari. Terdapat beberapa golongan adopter yaitu satu orang inovator, 1 orang *early adopter*, 2 orang *early majority*, dan 2 orang *late adopter*. Proses adopsi inovasi dalam penelitian ini meliputi lima tahap. Tahap tersebut meliputi *knowledge* (tahap pengetahuan), *persuasion* (tahap persuasi), *decision* (tahap pengambilan keputusan), *implementation* (tahap pengetrapan), dan *confirmation* (tahap pementapan). Proses adopsi dalam penelitian ini berjalan lancar dan baik. Informan sebagai *adopter* melalui semua tahapan tersebut sampai akhirnya menerima dan mantap untuk mengadopsi inovasi berupa 99design.com.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. 2008. "Profil Pengguna 99design.com." Diambil (99design.com).
- As'adi, Mohamad Hasan. 2020. "The Communication Climate Of An Organization In Islamic Boarding School Foundation (A Case Study Of Department Of Infrastructures And Facilities In Wahid Hasyim Islamic Boarding School Foundation Yogyakarta)." *Profetik: Jurnal Komunikasi* 13(1):60. doi: 10.14421/pjk.v13i1.1685.
- As'adi, Muhamad Hasan. 2020. "Tradisi Suku Gorontalo Sebagai Media Komunikasi Tradisional Pada Masyarakat Titidu dan Manfaatnya Bagi Pembangunan Daerah." 2(1):20. doi: <https://doi.org/10.14421/kjc.%25x.2020>.
- Dewi, Tri Adinda Herprasinta, dan I. Ketut Surya Diarta. 2016. "Kompetensi Pendamping Simantri dalam Difusi Inovasi Teknologi Trichoderma pada Kelompok Tani Sri Uma Desa Takmung, Banjarnegara, Klungkung." 5(3):10.
- Dogbenuku, Robert Kwame. 2013. *Banking Innovation in Ghana: Insight of Students Adoption and Diffusion*. Ghana: Journal of Internet Banking and Commerce.
- Kurmia, Novi. 2005. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 6(2):291–96. doi: 10.29313/mediator.v6i2.1197.
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusi of Innovations*. New York.
- Tolba, Ahmed H., dan Maha Mourad. 2011. "Individual and Cultural Factors Affecting Diffusion of Innovation." *Journal of International Business and Cultural Studies* 5.
- Ulumy, Dwi. 2019. "Difusi Inovasi Organisasi Birokrasi Studi Kasus: Sistem Penilaian Kinerja Pegawai Berbasis Aplikasi Sivika (Sistem Informasi Visum Kinerja) Di Bkkbn." 13:10.

Wawancara

Fahmi Baehaqi, (2016) *Desainer Kampung*, doc. Youtube: eagle awards documentary

M. Fahmi Mufid, (2018) desainer *99design.com*, Mahasiswa Hukum Keluarga Islam

M. Maksum, (2018) desainer *99design.com*, Mahasiswa Teknik Informatika

M. Mufti, (2018) desainer *99design.com*, Mahasiswa Bimbingan Konseling Islam

M. Zuhriwafa, (2018) desainer *99design.com*, Mahasiswa Pertanian

Nurwanto, (2018) mahasiswa manajemen