

TOPIK UTAMA

PROSES DIFUSI INOVASI PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA RUSUN MARUNDA DALAM MEMPRODUKSI KAIN BATIK SEMANGGI (STUDI DESKRIPTIF PADA LABEL SEJAUH MATA MEMANDANG)

Melvin Bonardo Simanjuntak dan Elke Alexandrina
LSPR Communication and Business Institute

ABSTRAK

Dukungan Dewan Kerajinan Daerah (DEKRANASDA) DKI Jakarta terhadap pemberdayaan Rusunawa Marunda oleh Ibu Veronica Tan selaku penggagas yang saat itu sebagai Ketua DEKRANASDA DKI Jakarta (pemerintah) terlihat dari kerjasama yang dibangun antar operator inovasi dan penerima inovasi sebagai bentuk lain dari Humas Pemerintah kepada pihak swasta dan masyarakat. Chitra Subyakto selaku pembawa inovasi yang turut bekerjasama dengan DEKRANASDA DKI Jakarta bersama Ibu Veronica Tan melalui label Sejauh Mata Memandang, menghadirkan motif Batik dengan motif Daun Semanggi dan Susunan Semanggi dengan melibatkan Rusunawa Marunda sebagai penerima inovasinya yang kemudian mampu menghasilkan sebuah mahakarya. Batik berinovasi yang kemudian menjadi sumber pendapatan dan karya seni. Teori Difusi Inovasi ingin melihat proses inovasi mulai sampai pada tahap inovasi yang dapat diadopsi dan digunakan secara terus menerus. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dan temu kembali informasi melalui wawancara dan Focus Group Discussion dengan Happy Djarot (Sebagai Ketua DEKRANASDA Jakarta) yang melanjutkan kerjasama yang telah dimulai sebelumnya, Chitra Subyakto (Inovator & Designer), Irma G. Sinurat (Koordinator Pembangun Batik Rusun Marunda), Ijah (Pendamping Rusun Marunda), Rusun Marunda yang menjalankan inovasi, dan Agus Susandi (Meek Foundation GM) dengan harapan dapat melihat sejauh mana inovasi-inovasi tersebut juga berdampak pada kata “empowerment” itu sendiri. Hasil penelitian ini adalah Difusi Inovasi terjadi pada Rusunawa Marunda melalui desain Batik Semanggi yang diberikan oleh Chitra Subyakto melalui label sejauh Mata Terlihat. Inovasi dengan cepat diadopsi oleh Rumah Susun Marunda. Difusi Inovasi yang terjadi menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi juga bersifat satu arah, dimana Chitra lebih banyak memberikan informasi dan arahan.

Kata kunci: media komunikasi, difusi inovasi, pembangunan berkelanjutan, ibu-ibu, Rusun Marunda.

PENDAHULUAN

Jakarta adalah kota metropolitan yang maju pesat dan penuh keberagaman. Dimulai dari individunya, kebudayaannya hingga gaya hidupnya yang berkembang dan beragam seiring dengan perkembangan bisnis, industri

serta pembangunan. Perkembangan bisnis dan industri pun menjadi fokus masyarakat Jakarta, pemerintah daerah, dan pemerintah pusat. Salah satu dari industri yang terus diusung untuk maju dan berkembang adalah industri kreatif.

Di masa kepemimpinan Presiden Jokowi, Nawa Cita sebagai program prioritas beliau mengedepankan beberapa hal, di antaranya adalah meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia (pada poin kelima), meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing di pasar International (poin ke-6), dan mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor strategis ekonomi domestik (pada poin ketujuh). Adanya poin menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik, pemerintah melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bekraf bertanggung jawab terhadap pengelolaan ekonomi kreatif dan bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

Jauh sebelum itu, dilandasi kesadaran akan kelangsungan hidup dari kerajinan yang menopang kehidupan berjuta-juta keluarga yang dihadapkan pada kemajuan teknologi industri di satu sisi dan pelestarian nilai budaya bangsa yang harus tercermin dalam produk kerajinan, maka dipandang perlu adanya wadah partisipasi masyarakat bertaraf

nasional yang berfungsi membantu dan sebagai mitra pemerintah dalam membina dan mengembangkan kerajinan. Itulah latarbelakang berdirinya Dewan Kerajinan Nasional (DEKRANAS) yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Bersama 2 Menteri, yaitu Menteri Perindustrian dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nomor: 85/M/SK/3/1980 dan Nomor: 072b/P/1980, tanggal 3 Maret 1980 di Jakarta (Dekranas Indonesia, 2018).

Salah satu dari DEKRANASDA yang ada, DEKRANASDA DKI Jakarta hadir sebagai wadah pengembangan produk kerajinan unggulan yang berkualitas sebagai ikon Kota Jakarta. DEKRANASDA DKI Jakarta mengajak para pengrajin serta pengusaha untuk bergabung di dalam komunitas di bawah bimbingannya dan mengembangkan potensi bersama DEKRANASDA DKI Jakarta. DEKRANASDA DKI Jakarta dengan visinya yaitu ingin mewujudkan Dekranasda DKI Jakarta sebagai wadah pengembangan produk kerajinan unggulan yang berkualitas sebagai ikon Kota Jakarta serta misinya yaitu:

1. Menggali dan mengembangkan potensi kerajinan Jakarta
2. Meningkatkan kemampuan usaha pengrajin Jakarta
3. Meningkatkan kualitas dan desain produk

kerajinan Jakarta

4. Memperluas jaringan pemasaran produk kerajinan Jakarta baik dalam dan luar negeri (dekransdadkijakarta.id, 2018).

Bersamaan dengan itu, Veronica Tan selaku Ketua DEKRANASDA DKI Jakarta berinisiatif untuk menghadirkan inovasi baru terhadap batik Jakarta melalui program pemberdayaan ibu-ibu Rusun di Jakarta. Peran tersebut beliau gunakan juga sebagai realisasi misi DEKRANASDA DKI Jakarta sebagai unsur pemerintah terhadap kemajuan warganya.

Veronica bersama Irma Gamal Sinurat selaku Wakil ketua Bidang Daya Saing Produk DEKRANASDA DKI Jakarta berinisiasi untuk memberikan pelatihan membatik dan kemudian bekerjasama dengan perancang busana lokal. Pelatihan membatik diberikan sebagai bentuk awal pelatihan dasar dan kemudian dukungan perancang busana dalam pemberian materi desain sekaligus mengajarkan proses membatik itu sendiri.

Gayung bersambut, hal tersebut menjadi momentum bagi Chitra Subyakto sebagai salah satu perancang busana yang ikut ambil bagian dalam inisiatif Veronica Tan dan Irma Gamal Sinurat. Chitra pun hadir dengan labelnya yaitu Sejauh Mata Memandang ditengah-tengah semangat pemerintah untuk mendukung UMKM, industri Kreatif dan masyarakat

secara luas untuk berkreasi, produktif, dan mencapai kemandirian finansial dengan tetap mengambil nilai lokal khususnya kebudayaan yang ada di Jakarta. Seperti yang dikutip dari kumparan.com, Label tekstil Sejauh Mata Memandang kembali menawarkan sesuatu yang baru. Tahun ini, Sejauh Mata Memandang (SMM) mempersembahkan koleksi terbarunya yang berkolaborasi bersama Dekranasda (Dekranasda DKI Jakarta, 2018).

Chitra Subyakto melalui labelnya yaitu Sejauh Mata Memandang merilis koleksi terbarunya dengan mengusung jembatan semanggi, ilustrasi daun semanggi berhelai empat serta garis marka jalan di Jakarta sebagai inspirasi utama motif batik tulis yang cukup nostalgik dan diaplikasikan oleh ibu-ibu rumah tangga dari rusun Marunda, Jakarta Utara di atas kain katun melalui teknik batik tulis. Motif yang dibatik pun sangat “Jakarta” yaitu daun semanggi. Daun semanggi yang sering dijadikan lalapan ini dijadikan nama salah satu kawasan ikonik milik Jakarta.

Kawasan jembatan Semanggi memang merupakan bagian penting dari ibukota yang diresmikan oleh Presiden Soekarno tahun 1962. Sebelum dibangun, Jembatan Semanggi ini berdiri diatas rawa kuno yang penuh dengan tumbuhan semanggi. Di sisi lain makna dari pengambilan jembatan Semanggi

adalah bentuk pemersatu di tengah dinamika politik kepala daerah DKI Jakarta pada waktu itu yang berpotensi memecah warga menjadi kubu-kubu tertentu. Chitra Subyakto pun bersama DEKRANASDA DKI Jakarta berkolaborasi dengan ibu-ibu dari beberapa rumah susun di Jakarta yang dibina dan diberikan pelatihan selama 6 bulan untuk menjadi pengrajin batik dan sulam yang terampil di bawah asuhan DEKRANASDA DKI Jakarta itu sendiri, salah satunya ibu-ibu rumah tangga rusun Marunda tersebut. Chitra pun mengatakan dalam wawancaranya di *fmela.com* bahwa sejalan dengan salah satu misi Sejauh Mata Memandang untuk memberdayakan perempuan Indonesia, khususnya para ibu, yang diwakili dengan tagar media sosial #sejauhSupportsLocalMoms. (Dirgapradja, 2017)

Sejauh Mata Memandang sendiri merupakan sebuah label tekstil yang dalam setiap karyanya selalu terinspirasi kekayaan alam dan budaya Indonesia. Sejauh Mata Memandang bekerjasama dengan para artisan dan pengrajin di berbagai sudut Indonesia seperti Jawa, Bali, Sumba, di mana setiap helai kain dihasilkan dengan teknik tradisional yang diwariskan turun temurun serta sarat akan cerita dan makna sehingga batik yang

dihasilkan memiliki beragam warna dan bentuk sehingga menjadi pakaian multi fungsi (Sejauh Mata Memandang, 2017).

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahannya ialah “Bagaimana Proses Difusi Inovasi Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Rusun Marunda dalam Memproduksi Kain Batik Semanggi (Studi Deskriptif pada Label Sejauh Mata memandang)?” Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah melihat bagaimana proses difusi inovasi pemberdayaan ibu rumah tangga Rusun Marunda dalam memproduksi Kain Batik Semanggi (Studi Deskriptif pada Label Sejauh Mata memandang).

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Difusi Inovasi

Difusi adalah proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial. Difusi adalah jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan yang dianggap sebagai ide-ide baru (Rogers, 1995). Di lain sisi, pengertian komunikasi adalah proses di mana para peserta menciptakan dan berbagi informasi dengan satu sama lain untuk mencapai saling pengertian (Rogers, 1995). Difusi memiliki karakter khusus karena kebaruan ide dalam isi

pesan, sehingga beberapa tingkat ketidakpastian terlibat dalam proses difusi.

Rogers dalam bukunya juga menuliskan bahwa seorang individu dapat mengurangi tingkat ketidakpastian dengan memperoleh informasi. Informasi adalah perbedaan dalam materi-energi yang mempengaruhi ketidakpastian dalam suatu situasi ketika sebuah pilihan ada di antara serangkaian alternative (Rogers, 1995).

Inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya (Rogers, 1995). Rogers menuliskan bahwa sejauh menyangkut perilaku manusia, apakah sebuah ide secara objektif baru yang diukur dengan selang waktu sejak penggunaan pertama atau penemuannya kebaruan yang dirasakan dari ide untuk individu menentukan reaksinya terhadapnya. Jika gagasan itu tampak baru bagi individu, itu adalah inovasi (Rogers, 1995).

Kebaruan dalam suatu inovasi tidak hanya melibatkan pengetahuan baru. Seseorang mungkin telah mengetahui tentang suatu inovasi untuk beberapa waktu tetapi belum mengembangkan sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan yang menjeratnya, juga tidak mengadopsi atau menolaknya. Kebaruan suatu inovasi dapat dinyatakan dalam pengetahuan, persuasi, atau keputusan

untuk mengadopsi. 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.

Tujuan utama dari difusi inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, teknologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu. Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi sampai kepada masyarakat. Difusi inovasi memiliki beberapa asumsi utama yang harus dipahami. Pertama, difusi inovasi adalah proses sosial yang mengomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Makna inovasi dengan demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui proses konstruksi sosial. Kedua, inovasi yang dipandang oleh penerima sebagai inovasi yang mempunyai manfaat relatif, kesesuaian, kemampuan untuk dicoba, kemampuan untuk dapat dilihat menjadi yang jauh lebih besar, dan tingkat kerumitan yang lebih rendah akan lebih cepat diadopsi daripada inovasi-inovasi lainnya.

Difusi Inovasi memiliki beberapa

elemen, yang mana adalah menurut Rogers (1995) dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu: suatu inovasi, dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial.

1. Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya (Rogers, 1995).
2. Saluran komunikasi, adalah sarana yang digunakan untuk mengirim pesan dari satu orang ke orang lain. Sifat hubungan pertukaran informasi antara sepasang individu menentukan kondisi di mana sumber akan atau tidak akan mengirimkan inovasi ke penerima, dan adanya efek transfer (Rogers, 1995). Ada 2 saluran komunikasi menurut Rogers yaitu: Saluran media massa (*mass media channel*) dan Saluran antar pribadi (*interpersonal channel*). Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal (Rogers, 1995).
3. Waktu adalah elemen ketiga dalam proses difusi. Dimensi waktu terlibat dalam difusi dalam proses keputusan-inovasi yang dilalui oleh seorang individu dari pengetahuan pertama tentang inovasi

melalui adopsi atau penolakannya. arti lainnya ialah proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial dan dalam tingkat adopsi inovasi dalam suatu sistem, biasanya diukur sebagai jumlah anggota sistem yang mengadopsi inovasi dalam jangka waktu tertentu (Rogers, 1995).

4. Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.
 5. Rogers mendefinisikan sistem sosial sebagai “satu set unit yang saling terkait yang terlibat dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama” (Rogers, 1995). Difusi inovasi dalam sistem sosial tergantung pada efek norma pada difusi, peran pemimpin opini dan agen perubahan, jenis inovasi-keputusan dan konsekuensi dari inovasi (Rogers, 1995).
- a. Struktur Sosial

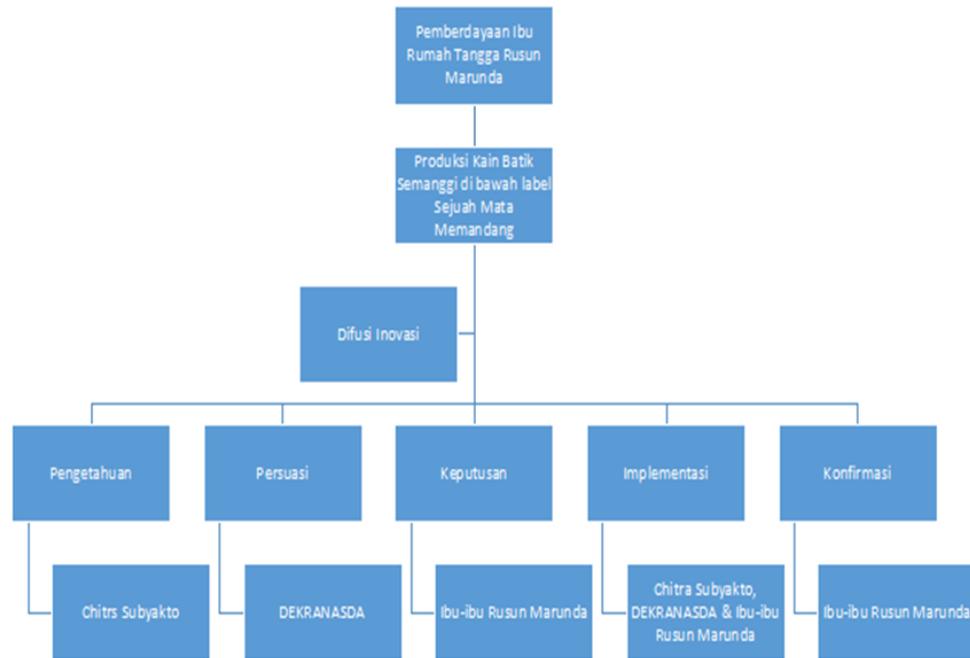
Dalam sistem sosial ada beberapa kelompok individu yang bertindak dan bereaksi secara berbeda. Oleh karena itu, struktur sosial diperlukan dalam sistem untuk memberikan keteraturan dan stabilitas untuk dapat memprediksi perilaku orang lain dengan beberapa tingkat akurasi. Struktur komunikasi

- juga merupakan bagian penting dari sistem sosial. Tidak semua anggota sistem sosial berkomunikasi satu sama lain. Sebagai pola komunikasi berkembang menjadi lebih mudah untuk memprediksi perilaku individu, termasuk ketika sebuah inovasi akan diadopsi (Rogers, 1995).
- b. Norma
Sebuah struktur sosial memfasilitasi atau menghambat difusi inovasi (Rogers, 1995), norma dalam sistem sosial menyediakan pedoman perilaku yang dapat diterima dan juga mempengaruhi difusi.
 - c. Pemimpin Opini
Pemimpin adopsi juga mempengaruhi adopsi inovasi. Pemimpin opini adalah individu yang memberikan saran dan informasi tentang suatu inovasi kepada anggota sistem sosial. Orang-orang ini cenderung mendukung norma-norma struktur sosial dan berfungsi sebagai model bagi orang lain. Pemimpin opini berada di pusat jaringan komunikasi dan mencapai sejumlah besar orang lain melalui aliran saling berhubungan informasi (Rogers, 1995).
 - d. Jenis inovasi-keputusan
Sistem sosial memiliki jenis pengaruh lain yang penting dalam penyebaran gagasan-gagasan baru. inovasi dapat diadopsi atau ditolak pertama, oleh anggota individu sistem atau kedua oleh seluruh sistem sosial, yang dapat memutuskan untuk mengadopsi inovasi oleh keputusan kolektif atau otoritas (Rogers, 1995).
 - e. Keputusan Inovasi Opsional
Dimana individu yang mengadopsi memiliki tanggung jawab hampir lengkap untuk keputusan.
 - f. Keputusan Inovasi Kolektif
Dimana individu memiliki suara dalam keputusan
 - g. Keputusan Inovasi Otoritas
Dimana individu yang mengadopsi tidak memiliki pengaruh dalam keputusan inovasi.
 - h. Keputusan Inovasi Kontingen
Dimana ada pilihan untuk mengadopsi atau menolak yang dapat dibuat hanya setelah keputusan inovasi sebelumnya. keputusan pertama adalah semacam otoritas yang diikuti oleh keputusan kolektif. Aspek khas dari pembuatan keputusan kontingen adalah bahwa dua (atau lebih) keputusan tandem diperlukan, salah satu keputusan dapat bersifat opsional, kolektif, atau otoritas. sistem sosial terlibat langsung dalam keputusan-keputusan inovasi kolektif, otoritas, dan kontingen (Rogers, 1995).
- a i .Konsekuensi dari Inovasi
bKonsekuensinya adalah perubahan yang terjadi pada individu atau sistem sosial sebagai akibat dari adopsi atau penolakan dari suatu inovasi.
 - c Setidaknya ada tiga klasifikasi konsekuensi:
 - a. Konsekuensi yang diinginkan dan tidak diinginkan, tergantung pada apakah efek dari inovasi dalam sistem sosial berfungsi atau disfungsional.
 - b. Konsekuensi langsung versus tidak langsung, tergantung pada apakah perubahan pada individu atau sistem sosial terjadi dalam respon langsung terhadap suatu inovasi atau sebagai reslut orde kedua dari konsekuensi langsung dari suatu inovasi

Antisipasi terhadap konsekuensi yang tak terduga, tergantung pada apakah perubahan

diakui dan dimaksudkan oleh anggota sistem sosial atau tidak (Rogers, 1995).

Kerangka Konseptual



Sumber: Data Olahan Peneliti (2018)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana peneliti berusaha mengungkapkan pandangan serta makna yang dimiliki oleh narasumber. Peneliti berusaha memahami masalah dari sudut pandang yang berbeda dan cara pandang dari sisi seorang narasumber.

Penelitian ini ditujukan untuk mengumpulkan informasi dan menyusun data

yang diperlukan meliputi data mengenai situasi yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti (Kountur, 2004).

Lebih lanjut (Moleong, 2004) menyimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menyajikan data tidak berupa angka-angka, melainkan

bentuk kata-kata dan gambaran-gambaran. Tujuan penelitian kualitatif sendiri cenderung untuk memberikan gambaran atau data pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu realita komunikasi terjadi (Pawito, 2007). Demikian pula dengan penelitian ini yang berusaha melihat pemberdayaan masyarakat Marunda yang terjadi oleh rumah desain sejauh mata memandang ditinjau dari difusi inovasi.

Focus Group Discussion

Focus group discussion yang lebih terkenal dengan singkatannya FGD merupakan salah satu metode riset kualitatif yang paling terkenal selain teknik wawancara. FGD adalah diskusi terfokus dari suatu group untuk membahas suatu masalah tertentu, dalam suasana informal dan santai. Jumlah pesertanya bervariasi antara 8-12 orang, dilaksanakan dengan panduan seorang moderator (Irwanto, 2006). Makna lain perihal *Focus Group Discussion (FGD)* adalah bentuk diskusi yang didesain untuk memunculkan informasi mengenai keinginan, kebutuhan, sudut pandang, kepercayaan dan pengalaman yang dikehendaki peserta.

Sebagai sebuah metode penelitian, maka FGD adalah sebuah upaya yang sistematis dalam pengumpulan data dan informasi. Sebagaimana makna dari *Focus Group*

Discussion, maka terdapat 3 kata kunci, yaitu:

1. Diskusi – bukan wawancara atau obrolan
2. Kelompok – bukan individual
3. Terfokus – bukan bebas

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Focus Group Discussion* bersama ibu-ibu Rusun Marunda yang terlibat dalam pembuatan Batik Semanggi bersama label Chitra Subyakto. *Focus Group Discussion* dilakukan di Rusun Marunda, Jakarta Utara dengan alamat di Jl. Rusun Marunda Cluster BRT.9/RW.1, Marunda, Cilincing, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14150. *Focus Group Discussion* dilakukan bersama Ibu Sumiah, Ibu Mesrida, dan ibu Entin selaku ibu-ibu yang masih aktif membatik dan menerima pelatihan serta desain yang diberikan oleh Chitra Subyakto selaku pemberi inovasi. Peneliti melakukan *Focus Group Discussion* dengan sistem kelompok namun secara bergantian dalam menjawab namun terbuka juga untuk dilakukan diskusi antar ketiganya, terarah, dan terfokus pada topik pembahasan perihal inovasi yang dilakukan Chitra Subyakto, metode hingga proses penerimaan dan adopsi inovasi tersebut.

HASIL PENELITIAN

Sejauh Mata Memandang

Fokus penelitian dari peneliti ialah desain Sejauh Mata Memandang yang merilis

koleksi terbarunya yaitu yang menjadikan Jembatan Semanggi sebagai inspirasi utama motif Batik tulis yang cukup nostalgik. Sebagai *creative director brand* tersebut, Chitra Subiyakto mengatakan dalam sebuah wawancaranya bersama fimela.com (2017) bahwa Jembatan Semanggi mempersatukan semua wilayah di Jakarta. Hal itulah yang menjadi salah satu alasan mengapa Chitra mengambil motif yang bernilai simbolik serta dihadirkan sebagai salah satu landmark atau ikon terkenal di Ibu kota yang dirasa tepat akan tema persatuan yang diangkat dan sedang hangat pada saat itu.

Bukan hanya desain dari Jembatan Semanggi saja, Chitra juga Menampilkan ilustrasi daun semanggi berhelai empat serta garis marka jalan di Jakarta, motif baru ini diaplikasikan oleh para ibu rumah tangga dari Rusun Marunda, Jakarta Utara, di atas kain katun melalui teknik batik tulis. Batik yang dihasilkan memiliki warna beragam seperti hijau, merah, kuning, dan biru tua, serta akan dipasarkan dalam berbagai bentuk produk, mulai dari kain, *scarves* (syal), hingga *multi-functional cloths* (*Sejauh Mata Memandang dan Rusun Marunda, 2017*).

Menurut Rogers (1995) dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok:

1. Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya
Berdasarkan pengertian di atas, desain Batik Semanggi (Daun Semanggi, Jalan Semanggi, Lampu Lalu Lintas, garis marka jalan Semanggi, dan Simpang susun Semanggi) yang diberikan Chitra Subiyakto melalui label Sejauh Mata Memandang merupakan gagasan yang dianggap baru oleh Ibu-Ibu Rusun Marunda sebagai penerima Inovasi, Ibu Happy Farida Djarot selaku Ketua DEKRANASDA DKI Jakarta pada saat itu, Ibu Irma Gamal Sinurat selaku Wakil Ketua Bidang Daya Saing Produk, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) DKI Jakarta pada saat itu, dan Mpok Ijah selaku pengawas Ibu-ibu Rusun Marunda.
2. Saluran komunikasi, adalah sarana yang digunakan untuk mengirim pesan dari satu orang ke orang lain. sifat hubungan pertukaran informasi antara sepasang individu menentukan kondisi di mana sumber akan atau tidak akan mengirimkan inovasi ke penerima, dan adanya efek transfer.

Ada 2 saluran komunikasi menurut Rogers yaitu:

Saluran media massa (*mass media channel*) dan Saluran antar pribadi (*interpersonal channel*).

Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.

Pada inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto akan desain Batik Semanggi kepada seluruh pihak adalah dengan melakukan komunikasi tatap muka atau secara langsung (*Interpersonal Communication*). Tidak ada penggunaan media massa dalam pemberian inovasi kepada Ibu-Ibu Rusun Marunda maupun kepada Pihak DEKRANASDA sebagai penghubung keduanya. Media Massa digunakan setelah hasil karya Batik Semanggi jadi dan kemudian dipasarkan serta dipublikasikan bersamaan dengan pameran yang juga berlangsung di Jakarta Creative Hub dan juga Pameran

“Semanggi Kita” di Senayan City.

Inovasi yang diberikan memang bersifat personal dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku agar ibu-ibu ini memiliki kegiatan yang produktif dan menghasilkan pendapatan.

3. Waktu adalah elemen ketiga dalam proses difusi. Dimensi waktu terlibat dalam difusi dalam proses keputusan-inovasi yang dilalui oleh seorang individu dari pengetahuan pertama tentang inovasi melalui adopsi atau penolakannya. arti lainnya ialah proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Penguatan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu.

Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial dan dalam tingkat adopsi inovasi dalam suatu sistem, biasanya diukur sebagai jumlah anggota sistem yang mengadopsi

inovasi dalam jangka waktu tertentu. Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, proses pengambilan keputusan dilakukan secara cepat, dimulai dari pengenalan akan Chitra Subyakto sendiri pada akhir tahun 2016, sampai pada jadinya kain batik semanggi dan dipamerkan pada April 2017 sebagai tahap pertama pameran dan Agustus 2017 pada pameran “Semanggi Kita” di Senayan City dan Peresmian Simpang Susun Semanggi sendiri.

Tingkat lambat atau cepat inovasi diterima pada inovasi yang diberikan Chitra Subyakto kepada ibu-ibu Rusun Marunda terbilang cepat. Apalagi desain yang diberikan Chitra dilakukan secara bertahap kepada ibu-ibu Rusun Marunda.

Jika dilihat dari sisi jumlah anggota sistem yang mengadopsi inovasi tersebut, Batik Semanggi dari Label Sejauh Mata Memandang dikerjakan oleh 3-6 ibu-ibu Rusun Marunda (untuk batik tulisnya) dan untuk print, dilakukan di pekalongan.

4. Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk

memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Rogers mendefinisikan sistem sosial sebagai “satu set unit yang saling terkait yang terlibat dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama”

Disini, Ibu Veronica Tan selaku Ketua DEKRANASDA DKI Jakarta terdahulu, sebelum kemudian dilanjutkan oleh Ibu Happy Farida Djarot sebagai Ketua DEKRANASDA DKI Jakarta yang juga melanjutkan kerjasama dengan Chitra Subyakto sebagai pemberi inovasi serta pemilik label Sejauh Mata Memandang. Kemudian digerakkan pula oleh Ibu Irma Gamal Sinurat selaku Wakil Ketua Bidang Daya Saing Produk, Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) DKI Jakarta beserta jajarannya, merupakan satu set unit yang saling terkait dalam pemecahan masalah bersama yaitu pemberdayaan ibu-ibu Rusun Marunda yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan kemudian dapat memiliki penghasilan tambahan dan mendorong kemajuan dari Ibu-ibu Rusun Marunda itu sendiri sekaligus adanya peningkatan taraf

hidup yang lebih baik bagi pribadi dan keluarganya.

Difusi inovasi dalam sistem sosial tergantung pada efek norma pada difusi, peran pemimpin opini dan agen perubahan, jenis inovasi-keputusan dan konsekuensi dari inovasi. (Rogers, 1995:24)

1. Struktur Sosial

Dalam sistem sosial ada beberapa kelompok individu yang bertindak dan bereaksi secara berbeda. Oleh karena itu, struktur sosial diperlukan dalam sistem untuk memberikan keteraturan dan stabilitas untuk dapat memprediksi perilaku orang lain dengan beberapa tingkat akurasi. Struktur komunikasi juga merupakan bagian penting dari sistem sosial. Tidak semua anggota sistem sosial berkomunikasi satu sama lain. Sebagai pola komunikasi berkembang menjadi lebih mudah untuk memprediksi perilaku individu, termasuk ketika sebuah inovasi akan diadopsi.

Jika dikaitkan dengan Inovasi yang dilakukan Chitra melalui Batik Semanggi di bawah label Sejauh Mata Memandang, peneliti melihat bahwa struktur sosial yang terlihat adalah bagaimana pola komunikasi dari Chitra Subyakto yang ingin memastikan akan

seberapa banyak Batik yang telah rampung melalui Mpok Ijah sebagai pengawas dan juga sebagai pendorong bagi ibu-ibunya untuk memenuhi target yang diberikan. Struktur Komunikasi tersebutlah yang menjadi bagian penting dari sistem sosial yang ada. Sistem sosial lainnya adalah bagaimana Pihak DEKRANASDA melalui Ibu Irma Gamal Sinurat mampu membawa Chitra Subyakto sebagai pemberi inovasi dan pemilik Label Sejauh Mata Memandang bisa meyakinkan ibu-ibu Rusun Marunda untuk menerima inovasi yang diberikan hingga berujung pada sebuah karya yang bisa dipasarkan dan ditampilkan dalam bentuk pameran.

2. Norma

Sebuah struktur sosial memfasilitasi atau menghambat difusi inovasi (Rogers, 1995:26-27), norma dalam sistem sosial menyediakan pedoman perilaku yang dapat diterima dan juga mempengaruhi difusi.

Dari kacamata peneliti setelah melakukan wawancara dan observasi lapangan, menyimpulkan bahwa struktur sosial yang ada memfasilitasi difusi inovasi yang berlangsung. Norma yang ada dalam sistem sosial

menyediakan pedoman perilaku ditunjukkan oleh Chitra Subyakto selaku pemberi inovasi yang mau mengenal dan berbincang langsung dengan ibu-ibu Rusun Marunda dengan gaya komunikasi yang sederhana dan bersahabat. Sehingga hal tersebut mempengaruhi proses difusi menjadi cepat diterima.

3. Pemimpin Opini

Pemimpin adopsi juga mempengaruhi adopsi inovasi. Pemimpin opini adalah individu yang memberikan saran dan informasi tentang suatu inovasi kepada anggota sistem sosial. Orang-orang ini cenderung mendukung norma-norma struktur sosial dan berfungsi sebagai model bagi orang lain. Pemimpin opini berada di pusat jaringan komunikasi dan mencapai sejumlah besar orang lain melalui aliran saling berhubungan informasi.

Peran ini sepenuhnya diprakarsai oleh Chitra Subyakto selaku pemberi inovasi. Saran dan informasi sepenuhnya diberikan Chitra kepada ibu-ibu Rusun Marunda sebagai anggota sistem sosial. Chitra pun berada pada pusat jaringan komunikasi dan mencapai sejumlah besar orang lain

yang saling berhubungan informasi. Kepada Ibu veronica Tan dan Ibu Happy Djarot, kepada Ibu Irma, Kepada Mpok Ijah, maupun kepada Ibu-ibu Rusun Marunda.

4. Jenis inovasi-keputusan

Sistem sosial memiliki jenis pengaruh lain yang penting dalam penyebaran gagasan-gagasan baru. inovasi dapat diadopsi atau ditolak melalui:

pertama, oleh anggota individu sistem atau kedua oleh seluruh sistem sosial, yang dapat memutuskan untuk mengadopsi inovasi oleh keputusan kolektif atau otoritas.

Jika dilihat pada definisi di atas, makan ibu-ibu Rusun Marunda merupakan anggota individu sistem yang merupakan bagian dari sistem sosial yang ada dan memutuskan untuk mengadopsi inovasi yang diberikan oleh Chitra Subyakto melalui Batik Semanggi dari label Sejauh Mata Memandang. Keputusan itu diambil secara personal dan kemudian menjadi kolektif.

Definisi dari keputusan inovasi optional, kolektif, dan kontingen sesuai dengan keputusan inovasi yang dilakukan oleh ibu-ibu Rusun Marunda yang dalam hal ini diwakilkan

oleh Ibu Sumiah, Ibu Mesrida, dan Ibu Entin.

Konsekuensi dari inovasi pun juga menjadi bagian dari proses Difusi Inovasi yang dilakukan Chitra Subyakto terhadap Ibu-ibu Rusun Marunda melalui Batik Semanggi pada Label Sejauh Mata Memandang. Konsekuensi yang terjadi bersifat yang diinginkan dan langsung. Hal itu tergambar dari Ibu-ibu Rusun Marunda yang inovasinya dalam sistem sosial berfungsi dan menghasilkan respons langsung terhadap inovasi yang diberikan.

Tahapan inovasi pada tahap pengetahuan juga dipengaruhi beberapa aspek, yaitu:

1. *Awareness Knowledge*, Kesadaran pengetahuan adalah informasi bahwa ada inovasi. pengetahuan kesadaran memotivasi seseorang untuk mencari pengetahuan dan prinsip pengetahuan
2. *How-to knowledge*, bagaimana pengetahuan terdiri dari informasi yang diperlukan untuk menggunakan suatu inovasi dengan benar.
3. *Principles-knowledge*, pengetahuan prinsip terdiri dari informasi yang berhubungan dengan prinsip-prinsip yang berfungsi yang mendasari bagaimana informasi bekerja. (Rogers, 1995:165-166). Ketiga aspek di atas juga telah dilalui oleh ibu-ibu Rusun

Marunda.

Peneliti melihat bahwa kesadaran pengetahuan akan informasi bahwa adanya inovasi telah dimiliki ibu Sumiah, Ibu Mesrida, dan Ibu Entin. Sehingga pengetahuan yang diberikan oleh Chitra Subyakto menjadi landasan dalam melakukan inovasi dengan baik dan benar. Selain pengetahuan akan informasi yang diberikan, ketiga ibu Rusun Marunda pun memiliki pengetahuan prinsip akan bagaimana mereka harus mengerjakan inovasi yang diberikan.

Pada keinovatifan dan kategori adopter, Rogers (1983) menjelaskan dalam menerima suatu inovasi ada beberapa tipologi penerima adopsi yang ideal yaitu:

1. Innovator

Inovator adalah kelompok orang yang berani dan siap untuk mencoba hal-hal baru. Biasanya orang-orang ini adalah mereka yang memiliki gaya hidup dinamis di perkotaan yang memiliki banyak teman atau relasi.

Inovator di sini ialah Chitra Subyakto berani dan siap mencoba hal-hal baru dan memiliki gaya hidup yang dinamis di perkotaan serta memiliki banyak teman dan relasi. Ibu-ibu Rusun Marunda juga masuk pada kategori ini, berani dan siap dalam mencoba hal-hal baru, hidupnya terbilang

dinamis.

2. Pengguna awal

Kategori adopter ini menghasilkan lebih banyak opini dibanding kategori lainnya, serta selalu mencari informasi tentang inovasi. Di sini adalah awal mula dari ibu-ibu Rusun Marunda. Namun tidak sepenuhnya sesuai dikarenakan ibu-ibu Rusun Marunda lebih bersifat pasif ketimbang mencari informasi tentang inovasi yang diberikan Chitra Subyakto.

3. Mayoritas awal

Kategori pengadopsi seperti ini akan berkompromi secara hati-hati sebelum membuat keputusan dalam mengadopsi inovasi, bahkan bisa dalam kurun waktu yang lama. Orang-orang seperti ini menjalankan fungsi penting untuk menunjukkan kepada seluruh komunitas bahwa sebuah inovasi layak digunakan atau cukup bermanfaat. Peneliti melihat bahwa pada kategori ini tidak menjadi bagian dari ibu-ibu Rusun Marunda, peneliti beralasan bahwa tidak ada bentuk kompromi yang dilakukan oleh ibu-ibu Rusun Marunda dan tidak ada kurun waktu yang lama dalam mengadopsi inovasi yang ada.

4. Mayoritas akhir

Kelompok yang ini lebih berhati-hati mengenai fungsi sebuah inovasi. Mereka

menunggu hingga kebanyakan orang telah mencoba dan mengadopsi inovasi sebelum mereka mengambil keputusan. Tahap ini juga tidak dialami oleh ibu-ibu Rusun Marunda. Ibu-Ibu Rusun Marunda yang dalam kasus ini adalah ibu Sumiah, Ibu Mesrida, dan ibu Entin bersifat menerima dan melakukan saja inovasi yang diberikan.

5. Lamban

Kelompok ini merupakan orang yang terakhir melakukan adopsi inovasi. Mereka bersifat lebih tradisional, dan segan untuk mencoba hal hal baru. Saat kelompok ini mengadopsi inovasi baru, kebanyakan orang justru sudah jauh mengadopsi inovasi lainnya, dan menganggap mereka ketinggalan zaman

Definisi di atas juga tidak tepat dalam menggambarkan ibu-ibu Rusun Marunda. Ibu-Ibu Rusun Marunda terbilang tidak sulit dalam mencoba hal-hal baru dan mudah dalam mengadopsi inovasi.

Pada awalnya Rogers menerangkan bahwa dalam upaya perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu perilaku yang baru, terjadi berbagai tahapan pada seseorang tersebut (Rogers 1986), yaitu:

1. Tahap *Awareness* (Kesadaran), yaitu tahap seseorang tahu dan sadar ada terdapat suatu inovasi sehingga muncul adanya suatu

kesadaran terhadap hal tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa ibu-ibu Rusun Marunda tahu dan sadar bahwa terdapat suatu inovasi yang ditawarkan Chitra Subyakto melalui Batik Semanggi dari label Sejauh Mata Memandang.

2. Tahap *Interest* (Keinginan), yaitu tahap seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tersebut sehingga ia mulai tertarik pada hal tersebut.

Dalam hal ini, ibu-ibu Rusun Marunda yang diwakili Ibu Sumiah, Ibu Mesrida, dan Ibu Entin, ketiganya mempertimbangkan atau membentuk sikap terhadap inovasi yang ditawarkan Chitra Subyakto. Hal tersebut terlihat dari penerimaan ibu-ibu saat pertama kali Chitra datang dan pada saat desain pertama diberikan.

3. Tahap *Evaluation* (Evaluasi), yaitu tahap seseorang membuat putusan apakah ia menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga saat itu ia mulai mengevaluasi.

Tahap evaluasi ini juga dilakukan oleh ibu-ibu Rusun Marunda dengan memutuskan menerima inovasi yang ditawarkan, walaupun bentuk evaluasi yang dilakukan oleh ibu-ibu Rusun Marunda hanya sebatas

bahwa inovasi yang ditawarkan Chitra lebih baik dari sebelumnya.

4. Tahap *Trial* (Mencoba), yaitu tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya sehingga ia mulai mencoba suatu perilaku yang baru.

Selanjutnya pada tahap ini, ibu-ibu terus melakukan proses membatik desain yang diberikan Chitra sebagai bentuk melaksanakan keputusan yang telah dibuat dan penerimaan atas inovasi yang baru.

5. Tahap *Adoption* (Adopsi), yaitu tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang diambilnya sehingga ia mulai mengadopsi perilaku baru tersebut.

Ibu-ibu Rusun Marunda, Mpok Ijah, dan Ibu Irma mengkonfirmasi bahwa ibu-ibu Rusun Marunda sudah mengadopsi inovasi yang diberikan Chitra Subyakto.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari temuan melalui wawancara dan pra-penelitian, menjawab rumusan masalah pada uraian latar belakang peneliti perihal “Bagaimana Proses Difusi Inovasi Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Rusun Marunda dalam Memproduksi Kain Batik Semanggi (Studi Deskriptif pada Label Sejauh Mata memandang), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses Difusi Inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto pada elemen pengetahuan mudah diterima oleh ibu-ibu Rusun Marunda dan bersifat satu arah serta sudah adanya pengalaman ibu-ibu dalam membatik.
2. Proses Difusi Inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto pada elemen persuasi dilakukan Chitra secara verbal atau Interpersonal Communication.
3. Proses Difusi Inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto pada elemen keputusan, ibu-ibu Rusun Marunda mengambil keputusan untuk mengadopsi inovasi Batik Semanggi untuk dikerjakan tanpa melihat keuntungan dan kerugian. Fokus ibu-ibu dalam menerima inovasi dilatarbelakangi kebutuhan akan uang tersebut.
4. Proses Difusi Inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto pada elemen implementasi menggambarkan bahwa ibu-ibu Rusun Marunda tidak mencari informasi lebih lanjut akan inovasi yang ditawarkan Chitra dan pada saat itu, setiap ibu mampu melakukan setiap proses membatik, yang dimulai dari drafting (memindahkan desain) sampai pada proses pewarnaan.
5. Proses Difusi Inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto pada elemen konfirmasi, tergambar bahwa keputusan untuk

menerima inovasi adalah hal yang tepat, tahap *awareness* hingga tahap *adoption* juga dilalui oleh ibu-ibu Rusun Marunda, khususnya Ibu Sumiah, ibu Mesrida, dan ibu Entin sebagai pelaku inovasi akan Batik Semanggi.

Sehingga proses Difusi Inovasi yang dilakukan oleh Chitra Subyakto sebagai bentuk pemberdayaan Ibu-ibu Rusun Marunda dalam memproduksi Batik Semanggi pada label Sejauh Mata Memandang terbilang dapat dikatakan diadopsi oleh ibu-ibu Rusun Marunda.

REFERENSI

- Daymon, C., & Holloway, I. (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications (Terjemahan Cahya Wiratama)*. Yogyakarta: Bentang.
- Daymon, C, and I Holloway. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications (Terjemahan Cahya Wiratama)*. Yogyakarta: Bentang, 2008.
- Dekranas Indonesia. *Dekranas.id*. 2018. <https://dekranas.id/tentang/> (accessed September 9, 2018).
- Dekranasda DKI Jakarta. *dekranasdadkijakarta.id*. 2018. <https://www.dekranasdadkijakarta.id> (accessed September 9, 2018).
- Irwanto. *Focused Group Discussion (FGD): Sebuah Pengantar Praktis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- Kountur, R. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM, 2004.
- Krueger, R. A. *Focus Groups: A Practical Guide For Applied Research*. California: SAGE Publications, 1988.
- Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007.
- Rogers, Everett M. *Communication Technology (The Free Pas Series on Communication Technology and Society)*. London: The Free Pass, 1986.
- . *Diffusion of Innovations*. London: The Free Pass, 1995.
- Sejauh Mata Memandang. Agustus 25, 2017. <https://www.facebook.com/Sejauhtextiles/posts/semanggi-kita-berkarya-untuk-indonesia-we-are-extending-the-instalation-until-1459843297432060/> .
- Sejauh Mata Memandang dan Rusun Marunda. *Fimela*. Agustus 18, 2017. <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3498263/sejauh-mata-memandang-hadirkan-motif-batik-semanggi-yang-inspiratifhttps://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3498263/sejauh-mata-memandang-hadirkan-motif-batik-semanggi-yang-inspiratif>.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.