

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Komunikasi

Keberadaan komunikasi didalam kehidupan kita merupakan sesuatu yang sangat penting. Komunikasi bukan hanya sekedar pertukaran informasi antara individu ke individu atau kelompok lainnya. Deddy Mulyana, dalam bukunya mengungkapkan bahwa komunikasi mencakup bidang atau lingkup yang sangat luas. Komunikasi bukan hanya terjadi pada manusia. Satu poin penting dari dilakukannya komunikasi adalah persamaan. Dalam arti komunikasi memungkinkan pihak yang terlibat untuk mempunyai suatu kesepahaman yang sama. Individu berkomunikasi dengan individu lain tentunya adanya keinginan untuk sama-sama memahami sesuatu.

Julia T. Wood mengungkapkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses interaksi melalui simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan sebuah makna. Wood mengungkapkan komunikasi adalah sebuah proses, dan sistem. Komunikasi sebagai proses berarti komunikasi terus berlangsung, selalu bergerak, dan selalu berubah. Sedangkan sebagai sistem, komunikasi terjadi dalam suatu sistem yang terdiri berbagai bagian yang saling berhubunga (Wood, 2009)

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses interaksi pemaknaan suatu simbol dari pihak yang satu ke pihak lainnya. Proses komunikasi dikatakan berhasil ketika simbol atau pesan, dapat dimengerti/diinterpretasikan sebagaimana niat komunikator kepada komunikan.

Komunikasi menekankan pada pesan, maka inti utama dari komunikasi adalah makna. Wood menyebutkan terdapat 2 tingkatan dari makna pesan. Yang pertama adalah makna harfiah yaitu makna apa adanya. Lalu ada makna dalam ranah hubungan, artinya bentuk makna juga mempunyai efek terhadap relasi. Sebagai contoh adalah ketika seseorang menyuruh orang lain untuk pergi, pesan dimaknai secara harfiah berarti secara apa adanya, sedangkan jika dimaknai dengan

dikaitkan dengan hubungan yang ada pada individu yang terlibat, mungkin akan memberikan makna yang berbeda-beda. Ketika kata-kata tersebut diucapkan oleh teman dekat tentu makna yang akan ditangkap dengan individu sangat berbeda jika yang mengatakan kata-kata tersebut adalah bos atau atasan (Wood, 2009).

Karena komunikasi merupakan sebuah proses, Lasswell memberikan sebuah model komunikasi sebagaimana dikutip oleh Mulyana mengungkapkan terdapat beberapa pertanyaan yang menggambarkan bagaimana komunikasi itu bekerja. Yaitu siapa?, mengatakan apa?, dengan saluran apa?, kepada siapa?, dan berakibatkan atau menghasilkan apa? (*Who says what, in which channel, to whom, with what effect?*). (Mulyana, 2005).

Menurut Lasswell terdapat juga 5 unsur komunikasi, yaitu:

- a *Who?*
Merupakan komunikator yaitu pihak yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi, yaitu pihak yang ingin mengirimkan pesan.
- b *Says what?*
Merupakan pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
- c *In which channel?*
Yaitu media atau wahana/sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.
- d *To whom?*
Yaitu komunikan, pihak yang dimana pesan ditujukan oleh komunikator.
- e *With what effect?*
Yaitu dampak yang dialami oleh komunikan setelah menerima pesan.

Lasswell menambahkan efek sebagai suatu unsur yang penting. Sebagai tambahan, dari beberapa pengertian diatas kita dapat menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pengelolaan pesan atau tanda, dengan suatu media kepada penerima yang akan menghasilkan suatu efek.

commit to user

2. Media Untuk Pembelajaran Daring

Dewasa ini, media merupakan suatu hal yang sudah sangat familiar didalam kehidupan kita. Media memberikan banyak manfaat, salah satunya, kita dapat berkomunikasi dengan mudah dengan bantuan dari media sosial. Facebook, WhatsApp, Twitter, Email merupakan beberapa contoh media sosial yang kita kenal. Melalui media-media sosial ini, kita dapat berkomunikasi, mencari berbagai macam informasi yang sedang naik daun, atau sekedar hanya menjadi hiburan. Tidak lupa, media sosial juga kerap digunakan untuk belajar.

Media sosial adalah istilah yang digunakan untuk media-media baru yang memungkinkan terjadinya partisipasi yang interaktif (Manning, 2014). Pendapat ini juga didukung oleh Julia T. Wood, yang mengungkapkan bahwa media sosial berbeda dengan media massa. Media massa hanya bersifat satu arah, antara sumber pesan ke khalayak yang berjumlah besar, sedangkan media sosial memungkinkan untuk terjadinya partisipasi dan juga interaksi (Wood, 2009).

Manning mengungkapkan karakteristik inti dari media sosial adalah partisipasi dan interaksi. Partisipasi berarti media sosial membolehkan khalayak untuk berpartisipasi aktif. Karena natur media sosial bersifat partisipatif, sehingga sangat memungkinkan untuk berlangsungnya interaksi. Kebolehan untuk berinteraksi dan juga partisipasi merupakan 2 hal yang penting yang dimiliki oleh media sosial. Beberapa fungsi utama dari media sosial, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a Identitas
- b Pembentukan hubungan
- c Fungsi pekerjaan
- d Pencarian informasi dan pembagian ide

Untuk edukasi, media sosial memiliki 3 manfaat yaitu media sosial mampu memfasilitasi perkembangan suatu komunitas, media sosial mampu mendukung perkembangan program, dan mampu untuk memelihara hubungan serta kolaborasi (Vu, et al:2017). Ditambah juga oleh pendapat Rosenberg et al, yang mendukung bahwa media sosial dapat meminimalisasi usaha yang dibutuhkan untuk membuat suatu program, bahkan dengan cara yang lebih dinamis. Dengan jangkauan media

sosial yang masif, menjadi cara yang esensial untuk menjangkau lebih banyak murid dengan lebih mudah, dan mampu meningkatkan kolaborasi diantara pengguna (Rosenberg et al dalam Vu, 2017)

Melalui perkembangan teknologi dan juga media muncul berbagai inovasi. Salah satunya adalah di bidang pendidikan, yaitu pembelajaran online. Pembelajaran daring atau online juga dikenal dengan istilah *e-learning*, *online learning*, *internet enabled learning*, *virtual learning*, *virtual classroom* atau *web-based learning* (Siahaan dalam Waryanto, 2006).

Menurut *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD) pembelajaran daring adalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam cakupan proses edukasi yang sangat luas untuk mendukung serta meningkatkan pembelajaran di pendidikan tinggi, termasuk juga penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai pelengkap untuk pembelajaran secara konvensional (tatap muka) pembelajaran daring, atau keduanya (OECD, 2005)

Komunikasi merupakan sesuatu yang sangat penting untuk berlangsungnya kegiatan pembelajaran. Dengan tatap muka, proses berkomunikasi secara langsung. Baik dosen dengan mahasiswa dapat memahami satu sama lain, baik dalam tutur kata juga bahasa tubuh. Melalui pembelajaran daring, tentu sedikit berbeda karena tidak langsung bertatap muka. Selain itu, terdapat kriteria komunikasi dalam suatu proses pembelajaran. Boettcher dalam Hardjito (Waryanto, 2006) mengemukakan, dalam proses pembelajaran, keterlaksanaannya sangat tergantung dari satu sampai tiga metode dasar dari komunikasi, yaitu:

- a. Komunikasi dosen dengan siswa
- b. Komunikasi antar siswa dengan sumber belajar
- c. Komunikasi di antar siswa

Pembelajaran merupakan suatu kegiatan yang mengharuskan kolaborasi antara dosen dengan siswa, siswa dengan siswa, dan juga siswa dengan akses pembelajaran. Sehingga media yang layak untuk digunakan sebagai media pembelajaran adalah media yang mampu memfasilitasi ketiga metode dasar ini.

commit to user

Tentu banyak dari kita yang sudah tidak asing dengan pembelajaran yang dilakukan secara daring. Contoh-contohnya terdapat kursus-kursus dilakukan dengan metode jarak jauh. Maupun kegiatan perkuliahan yang dilakukan secara daring dikarenakan keterbatasan waktu ataupun jarak, sehingga memungkinkan pembelajaran daring sebagai alternatif yang terbaik. Hardjito dalam Waryanto (2006) menunjukkan terdapat beberapa karakteristik dari internet yang mendukung untuk memungkinkannya pembelajaran secara daring. Diantaranya:

- a. Sebagai media interpersonal dan media massa yang memungkinkan terjadinya komunikasi *one-to-one* atau *one-to-many*.
- b. Memiliki sifat interaktif
- c. Memungkinkan terjadinya komunikasi yang sinkron (*synchronous*) maupun komunikasi tertunda (*asynchronous*), sehingga syarat komunikasi untuk terselenggaranya suatu proses pembelajaran terpenuhi.

Berbicara tentang familiaritas, sebelum pandemi COVID-19, pembelajaran daring merupakan sesuatu yang tidak biasa bagi banyak orang karena pembelajaran umumnya dilakukan secara konvensional, didalam kelas, bertatap muka. Sehingga banyak pendapat yang mengemukakan pembelajaran daring berfungsi sebagai penunjang dari yang utama saja. Menurut Siahaan dalam Waryanto (2006), terdapat 3 fungsi pembelajaran daring terhadap kegiatan pembelajaran di kelas, yaitu:

- a. Suplemen (tambahan)

Pembelajaran daring memiliki fungsi sebagai tambahan berarti pelajar bebas memilih akan memanfaatkan pembelajaran secara daring atau tidak, dalam hal ini, tidak ada kewajiban bagi pelajar untuk mengakses pembelajaran atau materi secara daring.

- b. Komplemen (Pelengkap)

Sebagai komplemen jika materi pembelajaran secara daring diprogramkan untuk melengkapi materi pembelajaran yang diterima oleh pelajar di dalam kelas.

- c. Substitusi (Pengganti)

commit to user

Sebagai substitusi berarti jika pembelajaran daring difungsikan untuk menggantikan pembelajaran yang ada dikelas.

3. Difusi Inovasi

Dalam era globalisasi ditandai dengan pesatnya kemajuan teknologi, berbagai macam inovasi didalam banyak bidang yang berbeda-beda dan juga banjir informasi. Baik transportasi, komunikasi, media, hiburan, manfaat perkembangan inovasi teknologi ini kita rasakan didalam kehidupan kita. Kita mengetahui perkembangan inovasi ini bisa melalui banyak hal. Baik itu dari koran, acara berita, ataupun media internet. Persebaran informasi mengenai suatu inovasi dikatakan juga difusi inovasi. Everett M Rogers, dalam bukunya yang berjudul *Diffusion of Innovation* mengungkapkan pengertian difusi inovasi, yaitu merupakan proses penyebaran suatu inovasi yang dikomunikasikan melalui median-median pada jangka waktu tertentu dalam sebuah tatanan sosial. Sebuah inovasi dikatakan sukses jika penggunaannya sudah tersebarluaskan atau nama lainnya diadopsi.

Karena difusi inovasi adalah sebuah proses, maka Rogers mengemukakan terdapat 4 elemen penting dalam teori difusi inovasi. Yaitu:

a Inovasi

Inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang mempunyai unsur kebaruan oleh individu atau unit yang akan mengadopsi suatu inovasi tersebut. Adapun terdapat 5 atribut dari inovasi:

1) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)

Keuntungan relative adalah tingkatan yang menunjukkan anggapan jika inovasi yang ditawarkan memberikan keuntungan dibandingkan alternatif lain.

2) Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian adalah pandangan dimana inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan anggota sistem sosial.

3) Kompleksitas (*Complexity*)

commit to user

Kompleksitas adalah tingkatan dimana inovasi dianggap memiliki kesulitan tertentu baik dalam pemahaman serta penggunaannya.

4) Kemungkinan Dicoba (*Trialability*)

Kemungkinan dicoba adalah tingkatan dimana inovasi dapat diujicoba dalam anggota sistem sosial.

5) Kemungkinan Diamati (*Observability*)

Kemungkinan diamati adalah tingkatan dimana inovasi dapat dilihat dan diamati oleh orang lain.

b Saluran Komunikasi

Seperti yang kita ketahui, komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya berujung pada adanya suatu pemahaman diantara kedua pihak. Sedangkan difusi adalah tipe komunikasi dimana isi pesan yang dikirimkan bersangkutan dengan suatu ide baru.

Biasanya prosesnya berlangsung dimulai dari sebuah (1) inovasi, kemudian diketahui oleh (2) pihak atau unit yang mengerti/mengetahui atau sudah mencoba inovasi tersebut, kemudian terdapat juga (3) pihak yang belum mengetahui, mengalami atau mencoba inovasi, dan (4) yaitu suatu media komunikasi yang membantu untuk menghubungkan kedua unit tersebut.

Bisa disimpulkan bahwa saluran komunikasi adalah media yang membantu untuk menyampaikan pesan dari individu ke individu lainnya. Terdapat tiga jenis saluran komunikasi, yaitu:

- 1) Saluran interpersonal
- 2) Saluran media massa
- 3) Saluran kelompok

c Waktu

Waktu merupakan elemen ketiga yang berperan penting dalam teori difusi inovasi. Dengan adanya dimensi waktu memperjelas kapan dan bagaimana suatu inovasi atau persebaran sebuah inovasi berlangsung. Semua proses ini tentu terjadi dalam suatu rentang waktu. Dengan adanya rentang waktu juga memperjelas tiga

hal, yaitu proses pembuatan keputusan untuk mengadopsi suatu inovasi, *innovativeness* atau kemampuan individu untuk mengadopsi suatu inovasi dan juga kecepatan suatu inovasi diadopsi oleh suatu sistem sosial. Berikut penjabaran ketiganya:

1) Proses Pembuatan Keputusan Terkait Inovasi (*Innovation decision process*)

Proses pembuatan keputusan terkait inovasi adalah kondisi dimana awal mula inovasi dikenalkan oleh individu (atau unit pembuat keputusan lainnya) untuk pertama kalinya, berlanjut kepada pembentukan sikap terhadap inovasi, hingga pembuatan keputusan baik untuk menerima atau menolak, lalu ke implementasi dan penggunaan inovasi dan konfirmasi terhadap keputusan. Semuanya berlangsung dalam proses pembuatan keputusan terkait inovasi:

2) Pengetahuan (*Knowledge*)

Pengetahuan didapat ketika individu mengetahui bahwa terdapat sebuah inovasi, apa kelebihan inovasi tersebut, bagaimana menggunakannya.

a. Persuasi

Persuasi terjadi ketika individu memiliki suatu ketertarikan atas inovasi yang baru ia ketahui.

b. Keputusan

Ketika individu sudah mengetahui inovasi ini, pada tahap pembuatan keputusan, ia bisa memilih untuk menggunakan inovasi tersebut atau tidak.

c. Implementasi

Implementasi adalah tahap dimana individu menggunakan inovasi.

d. Konfirmasi

Konfirmasi adalah keputusan akhir yang menentukan digunakan atau tidaknya suatu inovasi dalam suatu sistem sosial.

Rogers juga mengemukakan bahwa, dalam pembuatan keputusan untuk mengadopsi suatu inovasi, terdapat 3 tipe pembuatan keputusan. Yang pertama adalah pembuatan keputusan secara opsional, keputusan secara kolektif, keputusan secara otoritatif, keputusan secara kontingen.

Dari sini dapat kita simpulkan bahwa proses adopsi dalam inovasi meliputi bagaimana informasi atau pengetahuan akan inovasi tersebut diproses, dipertimbangkan, sehingga akhirnya individu dapat membuat keputusan baik untuk mengadopsi atau tidak inovasi tersebut.

3) *Innovativeness and Adopter Category*

Innovativeness adalah tingkat kemampuan individu atau unit lain untuk mengadopsi relatif lebih suatu inovasi daripada anggota sistem yang lain. Dalam suatu sistem sosial terdapat beberapa kategori pengadopsi inovasi dalam suatu sistem sosial. Yaitu:

- a. *Innovators*
- b. *Early Adopters*
- c. *Early Majority*
- d. *Late Majority*
- e. *Laggards*

4) Kecepatan Adopsi

Kecepatan adopsi adalah kecepatan relatif suatu inovasi dapat diadopsi oleh system sosial. Rogers mengungkapkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kecepatan individu atau suatu system sosial dalam mengadopsi suatu inovasi. Diantaranya adalah kelima atribut inovasi, tipe *innovation-decision*, saluran komunikasi, sistem sosial, dan seberapa luas dampak yang dibuat oleh agen perubahan untuk memperluas persebaran informasi inovasi.

d Sistem Sosial

Sistem sosial adalah unit-unit yang saling berhubungan yang ada dalam satu kesatuan berfungsi untuk pemecahan masalah untuk meraih suatu capaian yang sama.

4. Google Meet

- a. Sejarah singkat Google Meet *commit to user*

Google Meet merupakan sebuah platform video-konferensi yang dikeluarkan oleh Google. Cikal bakal berdirinya Google Meet, ditandai dengan dirilisnya aplikasi 'Meet' dari Google, pada bulan Maret 2017. Meet, memfasilitasi pengguna yang mampu menampung sebanyak 30 partisipan di waktu bersamaan. Meet disebut sebagai versi lebih baik dari 'Hangout'.



Gambar 1 Logo Google Meet

Google Meet mengalami perkembangan pesat dimasa pandemi COVID-19. Tercatat pada April 2020, Google Meet diakses oleh setidaknya 100 juta pengguna setiap harinya. Dengan itu, kapasitas partisipan juga diperluas, menjadi maksimal 100 pengguna dalam satu kali panggilan untuk pengguna Google Workspace Starter. Maksimal 150 pengguna untuk pengguna Google Workspace Business. Maksimal 250 pengguna untuk pengguna Google Workspace Enterprise. Selain memperluas cakupan partisipan, Google Meet juga menghapuskan batasan 60 menit per panggilan untuk pengguna tanpa bayar.

b. Fitur Google Meet

Google Meet juga dilengkapi dengan banyak fitur yang mendukung penggunaan menjadi semakin mudah, diantaranya:

- 1) Memungkinkan untuk mengundang hingga 100 partisipan per panggilan untuk pengguna Google Workspace Starter, 150 pengguna untuk Google Workspace Business dan 250 peserta untuk Google Workspace Enterprise.

- 2) Memungkinkan untuk bergabung dengan rapat dari web atau melalui aplikasi yang diinstal oleh pengguna ponsel pintar Android dan iOS.
- 3) Memungkinkan untuk melakukan rapat dengan nomor dial-in.
- 4) Jika pengguna edisi Google Workspace Enterprise memakai nomor *dial-in*, maka kata sandi atau password pengguna akan terlindungi.
- 5) Integrasi dengan Google Calendar untuk melakukan panggilan rapat sekali klik.
- 6) Memungkinkan berbagi layar untuk menyajikan dokumen, *spreadsheet*, atau presentasi.
- 7) Panggilan terenskripsi di antara semua penggunanya.
- 8) Teks tertutup yang dihasilkan oleh adanya AI.

c. Keunggulan Google Meet

Google Meet menawarkan berbagai hal yang baik dan menarik dibandingkan dengan Hangouts. Adapun berbagai keunggulannya yaitu:

- 1) Memungkinkan untuk melakukan rapat dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan video konferensi.
- 2) *Interface* yang fungsional yang ringan serta cepat, pengelolaan yang efisien, serta *user friendly*.

B. Penelitian Terdahulu

1. Adopsi Inovasi E-Learning di Perguruan Tinggi

Penulis : Lusianus Kusdibyo, Gundur Leo

Tahun : 2017

Rangkuman : Penelitian Lusianus Kusdibyo, dan Gundur Leo ini membahas tentang proses adopsi inovasi e-learning di perguruan tinggi. Hasil temuannya adalah dimensi *trialability* tidak cocok dengan model. Dimensi yang paling *commit to user*

berpengaruh adalah *compatibility*, *relative advantage*, dan *observability*.

Persamaan : Sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, teori yang sama, yaitu teori difusi inovasi oleh Everett M. Rogers, objek penelitian yang sama yaitu e-learning.

Perbedaan : Penelitian oleh Kusdibyo menggunakan analisis *structural equation modelling* (SEM) dan *confirmatory factor analysis* (CFA). Subyek penelitian adalah pengajar.

2. *Diffusion of Innovations Zoom Application for Kindergarten Online Learning Communication*

Penulis : Lidya Agustina, Rieka Mustika

Tahun : 2021

Rangkuman : Penelitian oleh Lidya Agustina dan Rieka Mustika ini membahas tentang difusi inovasi aplikasi Zoom untuk pembelajaran daring pada lingkup pendidikan TK (Taman Kanak-kanak). Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa aplikasi untuk berdiskusi secara daring seperti Zoom, dibutuhkan untuk berkomunikasi. Saluran komunikasi yang digunakan adalah melalui What'sApp. Keputusan penggunaan aplikasi serta tata cara pembelajaran daring dilakukan oleh pihak sekolah. Tidak semua murid mengikuti pertemuan daring, beberapa kali pertemuan harus dijadwal ulang. Banyak orang tua merasa sulit untuk menemani dan mengikuti jadwal pertemuan pembelajaran daring. Selain itu untuk menunjang pembelajaran daring, pihak sekolah membuat inovasi seperti pembuatan video di Youtube dan juga komunikasi interpersonal kepada murid dan juga orang tua.

Persamaan : Objek yang diteliti memiliki kemiripan, dan juga menggunakan teori yang sama.

Perbedaan : Pendekatan yang digunakan oleh penelitian dari Lidya Agustina dan Rieka Mustika ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

3. *Shifting Teaching and Learning in Online Learning Spaces: An Investigation of a Faculty Online Teaching and Learning Initiative*

Penulis : Jayson W. Richardson, John Eric M. Lingat, Erica Hollis, Mikah Pritchard.

Tahun : 2020

Rangkuman : Penelitian dari Jayson M. Richardson, John Eric M. Lingat, Erica Hollis dan Mikah Pritchard ini membahas tentang pembelajaran daring dan campuran di sebuah universitas. Tujuannya adalah untuk menginvestigasi perubahan yang terjadi selama satu tahun pengamatan dan juga meneliti persepsi dari atribut inovasi yang berpengaruh dalam proses adopsi.

Persamaan : Kesamaan yang terdapat adalah untuk mengukur persepsi inovasi, sama-sama menggunakan survei. Teori yang digunakan adalah difusi inovasi oleh Rogers.

Perbedaan : Perbedaan yang terdapat adalah penelitian dilakukan dengan menginterview lebih lanjut setelah responden mengisi survei.

C. Definisi Konseptual

Difusi adalah persebaran informasi suatu inovasi ke khalayak yang luas. Proses difusi inovasi bertujuan agar inovasi yang dikomunikasikan bisa digunakan, dan membawa suatu perubahan kearah yang lebih baik. Rogers mengungkapkan terdapat beberapa unsur dari difusi inovasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Inovasi

Inovasi merupakan sesuatu yang dinilai mempunyai suatu unsur kebaruan yang memberikan suatu perubahan kearah yang lebih baik. Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan inovasi adalah media untuk pembelajaran daring. Untuk

mengukur suatu inovasi dapat atau tidaknya untuk diterapkan, Rogers memberikan beberapa patokan untuk menilai inovasi tersebut, yaitu:

- 1) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*)
- 2) Kesesuaian (*Compatibility*)
- 3) Kerumitan (*Complexity*)
- 4) Kemungkinan Dicoba (*Trialability*)
- 5) Kemungkinan Diamati (*Observability*)

b. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi menjadi sangat krusial agar informasi tentang inovasi dapat disebar luaskan. Saluran komunikasi, dalam teori difusi inovasi, terbagi menjadi tiga. Diantaranya adalah interpersonal, kelompok dan massa. Dalam penelitian ini, akan dijelaskan bagaimana ketiga saluran komunikasi ini digunakan serta bagaimana prosesnya.

D. Definisi Operasional

1. Pengembangan Instrumen Penelitian

a. Inovasi

Untuk mengukur atribut inovasi, peneliti menggunakan instrumen yang dibuat oleh Steckler untuk mengukur keuntungan relatif dan kompleksitas, dan kemungkinan untuk diobservasi (Steckler, 1992). Beberapa instrumen juga diambil dari penelitian Moore dan Benbasat (Moore & Benbasat, 1991) dan juga Fry, Riley dan Robert Thring (Fry et al, 2019). Sementara, untuk mengukur indikator kesesuaian, dan kemungkinan untuk dicoba, peneliti menyesuaikan skala dari Pankratz (Pankratz, 2002) dengan mengganti objek penelitian.

b. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi dalam difusi inovasi diukur dengan indikator saluran komunikasi dalam teori Rogers. Saluran komunikasi dibagi menjadi tiga, yaitu secara individu, kelompok, dan massa.

mengganti aitem produk menjadi penguasaan fitur-fitur pada Google Meet.

commit to user

2. Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	Instrumen Pengukuran
Difusi Inovasi	Atribut Inovasi	1. Keuntungan Relatif 2. Kesesuaian 3. Kerumitan 4. Kemungkinan Dicoba 5. Kemungkinan Diamati	Skala ordinal. (SS) sangat setuju; (S) setuju; (N) netral; (TS) tidak setuju; (STS) sangat tidak setuju.	Kuesioner (berupa item pertanyaan tertutup, yakni periset sudah menyediakan pilihan jawaban).
	Saluran Komunikasi	1. Interpersonal 2. Kelompok 3. Massa	<i>Multiple responses.</i>	Kuesioner (berupa item pertanyaan yang dapat dijawab lebih dari satu jawaban).

Tabel 1 Operasionalisasi variabel