

DIFUSI INOVASI PEMANFAATAN APLIKASI GIWANG PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI SUMATERA SELATAN

Jihan Nurul Fatika¹, M. Husni Thamrin² dan Annisa Rahmawati³

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: jiihannurul66@gmail.com

²Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: husnithamrin@fisip.unsri.ac.id

³Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: annisarahmawati@fisip.unsri.ac.id

ABSTRACT

The Giwang application, an innovation initiated by the Culture and Tourism Office of South Sumatra Province, is a form of technology utilization in the field of tourism culture that has been launched and communicated massively in the South Sumatra region. This study aims to determine the diffusion process of innovation using the Giwang application at the Department of Culture and Tourism of South Sumatra Province in terms of 4 important elements of Everett M. Rogers, namely innovation, communication channels, time period and social system. The research method used is descriptive qualitative. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews, observation and literature review. The results show that: 1) Giwang application innovation is considered as a new thing, 2) Communication channels used are interpersonal communication media and mass communication media, 3) The time period required for adopters goes through the stages of knowledge, persuasion, decision, implementation and affirmation. and there are 2 innovators, 1 early adopter, 1 early majority, and 1 late majority, 4) The social structure involved uses the Penta Helix concept and the type of innovation decision is carried out contingently and individually. The conclusion of this study is that there is still a lack of adopters who adopt so that the role of opinion leaders is needed, optimizing the potential of social media and increasing the consistency of change agents in informing the Giwang application.

Keywords: *Diffusion of Innovation, Application, Giwang, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan*

ABSTRAK

Aplikasi Giwang, inovasi yang diinisiasi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi di bidang budaya kepariwisataan yang telah diluncurkan dan dikomunikasikan secara masif di wilayah Sumatera Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses difusi inovasi pemanfaatan aplikasi Giwang pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dengan ditinjau dari 4 elemen penting dari Everett M. Rogers yaitu inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu dan sistem sosial. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Inovasi aplikasi Giwang dianggap sebagai suatu hal yang baru, 2) Saluran komunikasi yang digunakan adalah media komunikasi interpersonal dan media komunikasi massa, 3) Jangka waktu yang dibutuhkan adopter melalui tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi dan penegasan serta terdapat 2 *innovator*, 1 *early adopter*, 1 *early majority*, dan 1 *late majority*, 4) Struktur sosial yang dilibatkan menggunakan konsep *Pentabelix* dan tipe keputusan inovasi dilakukan secara kontingen dan individual. Kesimpulan dari penelitian ini adalah masih kurangnya jumlah adopter yang mengadopsi sehingga diperlukan peran *opinion leader*, optimalisasi potensi media sosial dan memasifkan konsistensi *change agent* dalam menginformasikan aplikasi Giwang..

Kata Kunci: Difusi Inovasi; Aplikasi; Giwang; Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan

PENDAHULUAN

Sumatera Selatan atau yang dikenal dengan Bumi Sriwijaya merupakan salah satu provinsi yang menjadi tujuan berwisata para pecinta rekreasi. Dalam hal ini, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan bertanggung jawab penuh atas kebudayaan dan pariwisata di Sumatera Selatan, namun keadaan menjadi buruk dengan kondisi pandemi yang membatasi ruang gerak bagi wisatawan berkunjung ke tempat wisata khususnya, Sumatera Selatan.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan 2020, terjadi penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang sangat drastis hingga menyentuh 65% pada tahun 2021 jika dibandingkan dengan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara pada periode Januari-Juli 2020. Kondisi ini disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang memberikan dampak pada penurunan jumlah wisatawan nusantara maupun mancanegara di wilayah Sumatera Selatan. Implikasinya yakni pemberlakuan kebijakan penutupan akses pariwisata dan objek budaya di Provinsi Sumatera Selatan serta penutupan beberapa akses transportasi yang menjadi pintu keluar-masuk para wisatawan mancanegara (Badan Pusat Statistik, 2021).

Menghadapi kondisi tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan mengencarkan strategi promosi kebudayaan pariwisata melalui penciptaan teknologi inovasi aplikasi bernama "GIWANG" yang menyediakan 7 fitur pada aplikasi keluaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan tersebut. Fitur-fitur tersebut terdiri dari berita, promo, destinasi, *event*, ekonomi kreatif, budaya, akomodasi serta *money changer*.

Berdasarkan pengamatan peneliti pada akhir September 2021 lalu, ternyata telah banyak beredar artikel di media massa *online* dan pemberitaan melalui berbagai kanal *Youtube* mengenai inovasi yang diciptakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan yang menunjukkan adanya gerakan sosialisasi yang dilakukan instansi tersebut ke Pemerintah Kabupaten/Kota di Sumatera Selatan sebagai bentuk pengenalan

inovasi terhadap masyarakat Sumatera Selatan. Upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan melibatkan pihak eksternal ditunjukkan dari beberapa artikel yang menyebutkan bahwa bandara, hotel, komunitas dan pemerintah kabupaten/kota turut membantu mensosialisasikan aplikasi GIWANG dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata setempat. Seperti halnya, pengurus Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sumatera Selatan. Dilansir dari AntaraSumsel.com (26/09/2021), Herlan Aspiudin, Ketua PHRI Sumsel akan memfasilitasi program sosialisasi sebagai bentuk dukungan mitra pemerintah melalui jaringan hotel dan restoran yang ada di daerah serta mitra di dalam dan luar negeri (Abdullah, 2021).

Berdasarkan hasil riset peneliti yang melakukan pengamatan di awal Oktober 2021 Hal ini terbukti hanya terdapat ± 500 pengunduh, 26 ulasan dengan penilaian bintang 4.9 untuk aplikasi GIWANG. Meskipun telah dilakukan sosialisasi melalui kerja sama dengan melibatkan berbagai pihak dan media massa, namun tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan terhadap jumlah pengunduh aplikasi GIWANG. Jumlah pengunduh ini tidak sebanding dengan usaha yang dilakukan secara masif oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dalam memperkenalkan dan mempromosikan aplikasi GIWANG. lalu, ternyata ditemukan bahwa aplikasi GIWANG masih sangat kurang diminati oleh masyarakat.

Seperti diketahui, saat ini teknologi komunikasi sangat berperan penting dalam perkembangan media informasi. Tidak dapat dihindari bahwa pemerintah dan masyarakat harus dapat beradaptasi dengan teknologi komunikasi tersebut, salah satunya melalui penggunaan internet. Berdasarkan hasil temuan laporan survei yang diluncurkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2019-2020 tentang kontribusi pengguna internet di wilayah Provinsi Sumatera Selatan menduduki posisi kedua pertumbuhan kontribusi penetrasi dalam penggunaan internet untuk wilayah

Sumatera dengan penetrasi mencapai 3,5% pada tahun 2019. Lebih lanjut, dari total populasi 8.497.000 ribu penduduk Sumatera Selatan terdapat 6.950.709 ribu diantaranya yang aktif menggunakan internet dengan penetrasi sebesar 81,8% untuk tahun 2019 (APJII, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa terjadi pertumbuhan pengguna internet di kalangan masyarakat Sumatera Selatan, namun pertumbuhan jumlah pengguna internet ini tidak sebanding dengan jumlah pengunduh aplikasi GIWANG yang hanya mencapai 500 pengunduh saja. Dengan pertumbuhan jumlah tersebut seharusnya dapat memberikan pengaruh terhadap jumlah pengunduh aplikasi GIWANG dengan memanfaatkan era digitalisasi yang menjadi kebiasaan baru masyarakat, khususnya masyarakat Sumatera Selatan.

Seperti hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan (Nurhadiati, 2020) berjudul “Difusi Inovasi Aplikasi Hallo Palembang Oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang” menunjukkan bahwa peran camat dan lurah sebagai *change agent* tidak membantu proses penyebaran inovasi, belum adanya kesadaran untuk melibatkan peran *influencer* sebagai *opinion leader* dan sosialisasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang pun tidak berkelanjutan. Suatu inovasi tidak akan teradopsi jika inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu dan sistem sosial tidak mendukung proses difusi inovasi tersebut. Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan (Nurlaela, 2020) berjudul “Difusi Inovasi Program Adiwiyata oleh Dinas Lingkungan Hidup dan Pertanian terhadap Sekolah-Sekolah di Kabupaten Ogan Ilir” menunjukkan bahwa proses penyebaran inovasi dapat dilihat dari elemen difusi inovasi. Elemen tersebut berupa: (1) Inovasi, penerapan sosialisasi informasi mendetail mengenai program Adiwiyata yang sulit dilakukan (2) Saluran komunikasi, dalam menyebarkan informasi dilakukan dengan melakukan sosialisasi dan kunjungan secara langsung ke sekolah-sekolah (3) Jangka waktu, terdapat beberapa sekolah yang bersedia langsung mengadopsi dan sebagian yang menolak dengan alasan sarana dan

prasarana yang belum cukup baik (4) Sistem sosial, penerapan sosialisasi inovasi Adiwiyata yang dilakukan ternyata dapat diterima dan sesuai dengan sistem tata nilai, norma dan kebiasaan dari sekolah sebagai target sasaran.

Sejalan dengan pendapat Rogers dan Shoemaker dalam (Severin & James, 2011) dengan mengkombinasikan saluran komunikasi seperti melalui media massa *online*, media sosial dan aktivitas sosialisasi menjadi salah satu kunci penting dalam keberhasilan proses difusi inovasi. Difusi inovasi sendiri merupakan suatu proses penyebaran ide atau suatu objek yang dianggap baru oleh individu dalam suatu sistem sosial dengan menitikberatkan saluran komunikasi sebagai media penyampaian pesan inovasi dalam jangka waktu tertentu. Pelibatan aktor atau tokoh yang ditunjuk sebagai *change agent* adalah salah satu lain elemen lainnya yang dapat membantu proses penyebaran informasi inovasi di kalangan target. Hal ini dikarenakan pada hakikatnya, difusi inovasi merupakan proses menyebarluaskan informasi mengenai suatu ide atau objek yang tentunya membutuhkan sebuah saluran atau media komunikasi sebagai alat penyampaian informasi tersebut. Ini menjadi tugas bagi pencipta inovasi (*inovators*) untuk menentukan media apa yang sesuai agar cepat dan efisien diketahui keberadaannya oleh masyarakat yang menjadi targetnya. Media massa, komunikasi interpersonal atau, bahkan media sosial dapat dijadikan pilihan bagi pencipta inovasi dalam memperkenalkan sebuah inovasi.

Berangkat dari pemaparan tersebut, terdapat fenomena menarik pada saat ini terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan di wilayah Sumatera Selatan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selaku lembaga dengan kredibilitas tinggi menciptakan dan mengencarkan sosialisasi inovasi berupa aplikasi GIWANG sebagai solusi bagi keterbatasan informasi pemasaran kebudayaan dan pariwisata Sumatera Selatan ditengah kondisi pandemi dengan didukung peningkatan jumlah pengguna internet di Sumatera Selatan, namun pada faktanya ditemukan bahwa masih rendahnya jumlah pengguna aplikasi GIWANG tersebut. Dari

fakta ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Sumatera Selatan yang belum siap mengadopsi inovasi aplikasi GIWANG dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui bagaimana proses penyebaran informasi inovasi teknologi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan sumber data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan. Teknik penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Oleh sebab itu, dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode yaitu wawancara mendalam, observasi dan studi kepustakaan. Lalu, pengujian keabsahan data melalui teknik triangulasi. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan Model Miles dan Huberman (Miles et al., 2014).

Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa informan dapat memberikan data, keterangan dan informasi yang dibutuhkan peneliti dengan maksud untuk mempermudah peneliti dalam mencari informasi (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, beberapa informan terpilih yaitu Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan, Kepala Bidang *Digital Marketing* Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Selatan, Operator Dinas Pariwisata Kota Palembang, serta dua pengguna aplikasi GIWANG.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam dengan informan, studi pustaka dan observasi. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melalui tiga tahap yaitu kondensasi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan dan verifikasi

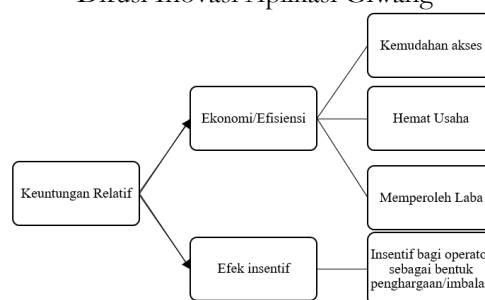
HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi

Relative Advantage (Keuntungan Relatif).

Ditinjau dari sudut pandang Rogers, ditemukan bahwa inovasi aplikasi Giwang telah memberikan keuntungan relatif, sehingga penggunaan aplikasi Giwang dipertahankan dalam waktu yang cukup lama. Keuntungan relatif tersebut berupa keuntungan ekonomi/efisiensi dan efek insentif. Keuntungan ekonomi/efisiensi berkaitan dengan kemudahan akses, hemat usaha, dan memperoleh laba. Sedangkan, secara efek insentif berkaitan dengan imbalan berupa uang tunai yang akan diberikan kepada operator dinas

Bagan 1. Keuntungan Relatif dalam Proses Difusi Inovasi Aplikasi Giwang



Sumber: Diolah oleh peneliti

Berdasarkan temuan di lapangan, peneliti menemukan bahwa aplikasi Giwang memberikan kemudahan akses berupa informasi terkait budaya dan pariwisata yang disediakan dalam bentuk 7 fitur yakni berita, promo, destinasi, *event*, kuliner, budaya, ekonomi kreatif, akomodasi serta *money changer*. Masing-masing fitur disediakan deskripsi, harga, map, foto, video, dan kontak yang dapat dihubungi sebagai kelengkapan data yang akan menjawab segala pertanyaan pengguna aplikasi. Begitu pula dari sisi pengoperasian, Giwang bukan aplikasi yang kompleks, karena sisi praktis dan kesederhanaan yang dimiliki aplikasi Giwang tidak menyebabkan pengguna merasakan kesulitan atau kebingungan yang berlebih saat proses pencarian oleh pengguna.

Hemat usaha berupa tidak memerlukan banyak usaha untuk mengunjungi beberapa tempat wisata secara langsung atau sekedar melakukan survei lokasi. Informan tidak

memerlukan banyak usaha untuk mengunjungi beberapa tempat wisata secara langsung atau sekedar melakukan survei lokasi. Dengan adanya aplikasi Giwang, informan dipermudah dengan informasi pilihan yang dapat ditemukan sesuai kebutuhan pengguna.

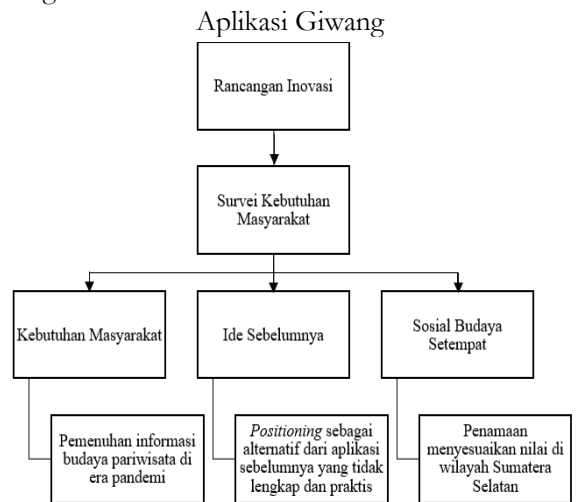
Tidak hanya mempermudah akses informasi, aplikasi Giwang juga menawarkan keuntungan laba bagi pelaku usaha yang membuka lapak di dalam aplikasi tersebut. Pelaku usaha berkesempatan bertemu dengan para konsumen secara digital pada fitur ekonomi kreatif dengan menyediakan deskripsi, gambar, alamat, kontak yang dapat dihubungi untuk mempermudah proses jual-beli di dalam aplikasi Giwang.

Terakhir, penerimaan insentif sebagai bentuk penghargaan dan imbalan bagi operator. Efek insentif diberikan dalam bentuk pembayaran tunai untuk mempercepat proses difusi inovasi aplikasi Giwang. Dengan bantuan operator tiap daerah yang menginput data ke dalam aplikasi Giwang, secara tidak langsung mengindikasikan bahwa operator telah mengimplementasikan keputusannya mengadopsi aplikasi Giwang. Pengajuan insentif untuk operator daerah ini telah disetujui oleh dinas tiap daerah sebagai bentuk penghargaan/imbalan dan memotivasi operator dalam mengoperasikan aplikasi Giwang ini.

Compatibility (Keseserasian).

Berdasarkan keterangan dari informan, inovasi aplikasi Giwang telah menyesuaikan sistem nilai sosial budaya setempat, ide sebelumnya, dan kebutuhan adopter potensial terhadap inovasi. Penamaan aplikasi Giwang yang berarti anting-anting yang mempercantik diambil dari bahasa yang sering digunakan di Sumatera Selatan. Selanjutnya, aplikasi Giwang diciptakan dengan melakukan *positioning* untuk melihat posisi diantara aplikasi yang telah ada sebelumnya, sehingga aplikasi Giwang menjadi alternatif yang lebih baik dibandingkan ide sebelumnya.

Bagan 2. Keseserasian dalam Proses Difusi Inovasi



Sumber: Diolah oleh peneliti

Dari usaha memposisikan aplikasi Giwang sebagai aplikasi yang lebih mudah dalam sistem pengoperasiannya dibandingkan aplikasi sebelumnya menjadi pertimbangan yang mendorong adanya penerimaan bagi operator dinas. Pembuatan aplikasi Giwang yang bermula dari hasil survei kebutuhan masyarakat menjadikannya sebagai media informasi yang mengungguli kelengkapan informasi untuk lingkup wilayah Sumatera Selatan.

Complexity (Kerumitan).

Berdasarkan temuan di lapangan bahwa terdapat beberapa kerumitan yang dimiliki inovasi aplikasi Giwang. Kerumitan yang dialami pengguna aplikasi yaitu cenderung pada masalah teknis seperti lambat sinkronisasi, *error* saat memasukkan data dan masih kurangnya detail informasi yang disajikan dalam aplikasi Giwang. Lambat sinkronisasi dialami operator dinas yang berusaha melakukan penginputan data foto yang terlalu banyak, sehingga aplikasi mengalami *error*, bahkan kegagalan pengiriman. Selain itu, beberapa informasi yang dibutuhkan pengguna seperti harga tiket masuk yang tidak dicantumkan dalam deskripsi tersebut dan foto-foto yang ditampilkan tidak lengkap, sehingga kebutuhan informan untuk mencari informasi pariwisata tidak terpenuhi dikarenakan kurangnya informasi yang disediakan. Selain itu, sistem geser pada aplikasi yang dirasa asing menjadi kesulitan

tersendiri bagi pengguna aplikasi Giwang. Adanya beberapa kasus kerumitan dan kesulitan yang dialami pengguna, hal tersebut menghambat kinerja para informan yang menggunakan aplikasi Giwang sebagai media menjalankan tanggung jawab dan pekerjaan.

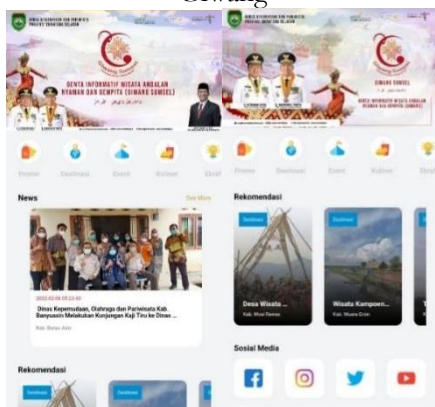
Triability (Ketercobaan)

Peneliti menemukan bahwa aplikasi Giwang telah diujicobakan pada kelompok adopter dini. Berdasarkan keterangan dari informan, bahwa uji coba telah dilaksanakan sebanyak dua kali kepada operator dan pelaku usaha. Operator merupakan kelompok adopter dini yang menerima pelaksanaan uji coba yang menghasilkan beberapa kesulitan saat mengoperasikan aplikasi Giwang seperti beberapa *link* media sosial yang tidak dapat diakses dan gangguan saat melakukan penginputan data. Sedangkan, hasil uji coba yang dilakukan kepada pelaku usaha menghasilkan adanya kesulitan yang dialami yaitu keterlambatan sinkronisasi yang menghambat proses penggunaan aplikasi Giwang.

Observability (Keterlihatan)

Berdasarkan observasi dan wawancara bersama informan yang dilakukan peneliti, aplikasi Giwang memiliki kemampuan keterlihatan seperti yang dijelaskan Rogers.

Gambar 1. Tampilan halaman depan aplikasi Giwang



Sumber: Aplikasi Giwang

Seperti yang terlihat pada Gambar 5.1, tampilan Giwang yang merupakan aplikasi keluaran pemerintah sudah terlihat seperti aplikasi perusahaan. Saat peneliti membuka aplikasi akan terlihat gambar berbentuk

persegi panjang yang memperlihatkan tiga tokoh penting di wilayah Sumatera Selatan yaitu Bapak Gubernur, Wakil Gubernur dan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan beserta logo aplikasi Giwang yang bergerak dan berganti secara otomatis di posisi teratas. Lalu, di bawahnya terdapat barisan fitur-fitur yang dapat diakses dengan menggeser tampilan ke kanan atau ke kiri sesuai keinginan pengguna. Untuk selanjutnya, pada bagian bawahnya terdapat berita pilihan terbaru mengenai aktivitas kebudayaan dan pariwisata di Provinsi Sumatera Selatan beserta rekomendasi destinasi pilihan yang disajikan dalam bentuk foto atau gambar. Untuk bagian urutan terbawah, terdapat *button* sosial media yang memungkinkan pengguna terhubung dengan akun media sosial resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan.

Pada aplikasi Giwang yang dapat diunduh di *Play Store* ini memiliki halaman depan yang terdiri dari gambar pengenalan tentang inovator, barisan fitur-fitur, berita pilihan terbaru, rekomendasi destinasi pilihan dan *button* sosial media. Beberapa informan menjelaskan cukup puas dengan tampilan dan fitur yang ditampilkan pada aplikasi Giwang, namun beberapa menjelaskan kurang puas karena tidak adanya unsur kedaerahan yang merepresentasikan aplikasi buatan pemerintah Sumatera Selatan pada aplikasi tersebut.

Saluran Komunikasi

Peneliti melakukan observasi dan wawancara bahwa saluran komunikasi interpersonal yang digunakan dalam proses difusi inovasi aplikasi Giwang terdiri dari sosialisasi, sistem jemput bola, menyelipkan promosi di beberapa kegiatan dan *Word of Mouth*. Tujuan dari penggunaan saluran komunikasi interpersonal dalam proses difusi inovasi aplikasi Giwang yakni mempersuasi dan membujuk dengan menyamakan atribut dan kepentingan calon pengguna.

Saluran komunikasi massa yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dapat dikategorikan menjadi 3 yaitu: media massa

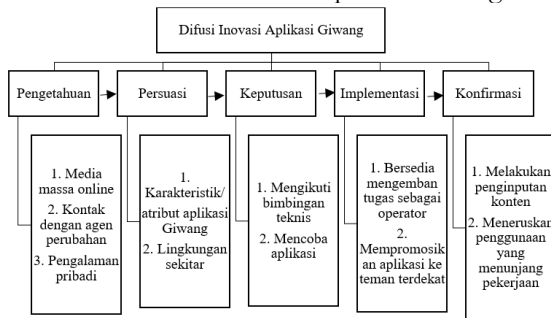
online, video iklan di media sosial dan *x-banner*. Media massa online atau internet menyediakan informasi rinci mengenai aktivitas proses sosialisasi aplikasi Giwang. Penggunaan media massa online sengaja dilakukan dengan pertimbangan jangkauan khalayak yang berjumlah besar untuk wilayah Sumatera Selatan, maka dari itu media massa online yang diajak kerja sama adalah media lokal seperti Tribun dan Sumatera Ekspres.

Jangka Waktu

Proses Pengambilan Keputusan.

Jika ditinjau dari konsep yang dipaparkan oleh Rogers, informan telah melewati kelima tahapan proses keputusan inovasi aplikasi Giwang yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Bagan 3. Proses Pengambilan Keputusan dalam Proses Difusi Inovasi Aplikasi Giwang



Sumber: Diolah oleh peneliti

1. Tahap Pengetahuan – Informan memperoleh pengetahuan mengenai keberadaan aplikasi Giwang didapatkan melalui aksesibilitas media massa online, kontak dengan agen perubahan, dan pengalaman.
2. Tahap Persuasi - Informan mendapatkan informasi mengenai karakteristik atau atribut dan keunggulan aplikasi Giwang dibandingkan aplikasi sebelumnya dari orang terdekat.
3. Tahap Keputusan – Informan memutuskan untuk menerima adopsi aplikasi Giwang dengan adanya dukungan dari teman sejawat dan peran agen perubahan yang mempercepat proses pengambilan keputusan.
4. Tahap Penerapan – Informan telah menjalankan aplikasi Giwang sesuai dengan keadaan di lapangan bagaimana aplikasi diimplementasikan dengan

mempelajari lebih jauh mengenai aplikasi Giwang.

5. Tahap Penegasan – Informan telah memutuskan untuk menerima aplikasi Giwang dalam jangka waktu yang lama sebagai kebutuhannya.

Tingkat Kecepatan Individu Mengadopsi.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa tingkat kecepatan pengguna dapat dilihat berdasarkan waktu bagi pengguna mengadopsi aplikasi Giwang yang dapat dikategorikan menjadi: 2 *innovator*, 1 *early adopter*, 1 *early majority*, dan 1 *late majority*, yaitu:

Tabel 1. Golongan Adopter pada Proses Difusi Inovasi Aplikasi Giwang

Golongan	Jangka Waktu	Karakteristik	Adopter
<i>Innovator</i>	-	1. Penggagas kebaruan 2. Berani mengambil risiko atas segala kemungkinan 3. Melakukan proses penyebaran informasi inovasi	<i>Key informant</i> 1 dan 2
<i>Early Adopter</i>	2 bulan	1. Penuh dengan kehati-hatian 2. Memiliki kepedulian akan pembaharuan 3. Memiliki pengetahuan teknologi dibandingkan golongan lainnya	Informan pendukung 1
<i>Early Majority</i>	2 bulan	1. Memiliki banyak pertimbangan 2. Memiliki banyak relasi dengan kelompok lain	Informan pendukung 2
<i>Late Majority</i>	3 bulan	1. Memiliki pertimbangan ekonomis 2. Perlu disadarkan dengan peran orang terdekat	Informan pendukung 3

		untuk membujuk	
--	--	----------------	--

Sumber: Diolah oleh peneliti

1. Inovator (*Innovator*)
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan merupakan kelompok inovator yang membawakan pembaharuan dan berani mengambil risiko atas kegagalan yang mungkin akan dialami dari aplikasi Giwang tersebut.
2. Pelopor (*Early Adopter*)
Informan pendukung 1 yang merupakan operator memiliki peran untuk mengadopsi aplikasi lebih awal dibandingkan calon pengguna lainnya dan memiliki tingkat pengetahuan inovasi diatas rata-rata dibandingkan golongan lainnya.
3. Pengikut Dini (*Early Majority*)
Informan pendukung 2 yang merupakan anggota komunitas Putra Putri Sriwijaya sekaligus *tour guide* dan *brand ambassadors* berada pada golongan pengikut dini yang ditandai adanya upaya mencari tahu, mempelajari fungsi dan mempertimbangkan keuntungan yang akan didapatkan dari penggunaan aplikasi Giwang.
4. Pengikut Akhir (*Late Majority*)
Informan pendukung 3 yang merupakan *endorser* berada pada golongan ini ditandai dengan keterlambatan dalam menentukan keputusan mengadopsi dan memerlukan adanya peran orang-orang yang dapat mempengaruhi dan membujuk agar bersedia mengadopsi aplikasi Giwang.

Jumlah yang Mengadopsi dalam Kurun Waktu Tertentu.

Berdasarkan pernyataan oleh informan dan observasi bahwa pada 20 Juni 2021 aplikasi Giwang diluncurkan secara resmi oleh instansi. Setelah itu, aplikasi Giwang

mulai disebarakan ke masyarakat umum dan melibatkan para bupati, ketua asosiasi dan komunitas untuk membantu percepatan proses difusi inovasi aplikasi Giwang. Sejak peluncuran jumlah kumulatif pengguna hingga bulan Oktober sebanyak ± 500 pengguna. Selang waktu 7 bulan pasca peluncuran, jumlah pengunduh aplikasi Giwang menyentuh 1.406 pengguna per 22 Februari 2022.

Sistem Sosial

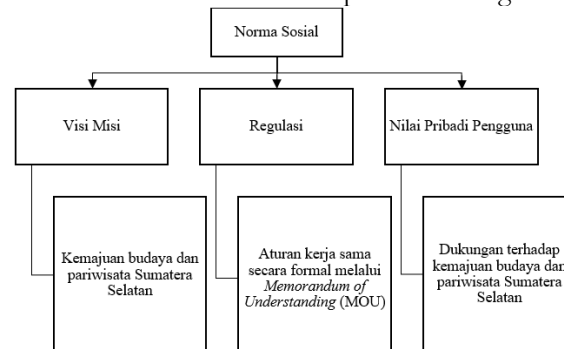
Struktur Sosial

Berdasarkan pernyataan beberapa informan dan observasi dokumentasi ditemukan bahwa struktur sosial yang dilibatkan dalam proses difusi inovasi aplikasi Giwang yaitu struktur formal dan struktur informal. Pada struktur formal dipilih berdasarkan Model *Penta-Helix* atau ABCGM. Konsep *Penta-Helix* ini tercantum dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata RI No 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan bahwa untuk menciptakan perubahan sosial di bidang kepariwisataan dilakukan dengan mendorong peran-peran *academic, bussiness, community, government* dan *media* (ABCGM) secara optimal. Sedangkan, struktur informal terdiri dari hubungan antarpribadi di dalam suatu sistem sosial.

Norma Sosial

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan oleh beberapa informan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah melakukan penyesuaian norma sosial setempat seperti yang dipaparkan oleh Rogers.

Bagan 4. Penyesuaian Norma Sosial dalam Proses Difusi Inovasi Aplikasi Giwang



Sumber: Data yang telah diolah peneliti

Menurut pernyataan yang disampaikan informan terdapat penyesuaian setidaknya 3 norma sosial yang disesuaikan yaitu visi misi instansi, regulasi instansi dan nilai pribadi pengguna aplikasi. Instansi yang dituju mendukung karena adanya visi misi yang relevan dengan instansinya. Aturan kerja sama secara formal melalui prosedur pelaksanaan audiensi dan penandatanganan MOU menjadi metode kunjungan yang disetujui instansi yang dituju. Begitu pula dengan penyesuaian dengan nilai pribadi pengguna yang mendukung tujuan aplikasi Giwang untuk kemajuan budaya dan kepariwisataan Sumatera Selatan.

Change Agent (Agen Perubahan)

Berdasarkan beberapa keterangan yang diperoleh peneliti menyatakan bahwa Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah memanfaatkan peran agen perubahan dalam menjalankan aktivitas difusi inovasi aplikasi Giwang. Aktor-aktor ini adalah gubernur, bupati, ketua asosiasi, pimpinan perusahaan swasta dan operator dinas tiap daerah. Kelompok tersebut dipilih adalah orang-orang yang profesional pada bidang budaya dan pariwisata dan memiliki pengaruh di wilayah Sumatera Selatan yang akan mempengaruhi keputusan inovasi masyarakat sesuai arahan dari agen perubahan tersebut. Tujuan dipilihnya kelompok profesional ini adalah untuk membantu memperkenalkan dan mempercepat penyebaran informasi aplikasi Giwang sehingga secara tidak langsung, kelompok ini akan mempengaruhi pengambilan keputusan inovasi sesuai dengan tujuan inovator. Satu hal yang menjadi catatan adalah pemimpin pendapat yang memungkinkan memudahkan dalam proses persuasif belum dimanfaatkan dalam proses difusi inovasi aplikasi Giwang ini dikarenakan adanya prioritas pada agen perubahan.

Tipe Keputusan Inovasi

Berdasarkan pemaparan oleh informan, pada tataran instansi dinas dan asosiasi pariwisata yang merupakan organisasi formal menggunakan tipe keputusan

kontingen/gabungan dalam mengambil keputusan menerima adopsi aplikasi Giwang. Jenis keputusan ini mengombinasikan dua keputusan inovasi yaitu keputusan otoritas dan keputusan individual. Keputusan otoritas yang diprioritaskan dilakukan melalui upaya ketua atau pemimpin instansi yang memiliki kekuasaan berusaha menekan dan melibatkan staff dan masyarakatnya untuk menggunakan aplikasi Giwang. Implikasinya adalah operator yang mengemban tugas baru sebagai operator untuk mengoperasikan aplikasi Giwang dan instruksi pada unit kecil pemerintah seperti RT dan RW yang mengarahkan warganya untuk menggunakan aplikasi Giwang. Selanjutnya, keputusan individual dilakukan kepada para staff dan masyarakat yang dibebaskan untuk menerima atau menolak adopsi aplikasi Giwang setelah adanya keputusan otoritas.

Konsekuensi dari Inovasi

Berdasarkan pernyataan oleh informan, dalam proses sosialisasi aplikasi Giwang menerima konsekuensi yang diinginkan dan tidak diinginkan. Pada saat memperkenalkan aplikasi Giwang, mendapatkan respon kurang antusias dari beberapa masyarakat dikarenakan kurang menariknya aplikasi yang ditawarkan. Beberapa merekomendasikan untuk dilakukan peningkatan dan perbaikan untuk mengungguli aplikasi lainnya. Selain itu, hasil penerimaan adopsi aplikasi Giwang ternyata menyebabkan pekerjaan utama operator menjadi tidak efisien dikarenakan kurangnya jumlah sumber daya manusia yang membantu mengoperasikan aplikasi Giwang. Sedangkan, konsekuensi yang diinginkan yaitu kemudahan dalam menjalankan tugas dan program. Sebagai instansi yang memiliki program dan tujuan yang sejalan dengan aplikasi Giwang, instansi dapat memanfaatkan dan terbantu dengan aplikasi Giwang untuk mewujudkan tujuan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan mengenai proses difusi inovasi aplikasi Giwang pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan.

Kesimpulan ini diperoleh dari jawaban atas pertanyaan yang ditemukan dalam penyebaran inovasi aplikasi Giwang pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan. Untuk lebih jelasnya, proses difusi inovasi pemanfaatan aplikasi Giwang pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan meliputi empat aspek di dalamnya yaitu inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial. Adapun aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

1. Inovasi

Relative Advantage (Keuntungan Relatif) yang didapatkan dari aplikasi Giwang adalah memberikan kemudahan akses informasi, hemat usaha, keuntungan laba, dan penerimaan insentif bagi operator. Pada aspek *Compatibility* (Keseserasian) aplikasi Giwang telah sesuai dengan penamaan inovasi, ide sebelumnya dan kebutuhan pribadi pengguna. Pada aspek *Complexity* (Kerumitan) ditemukan masih adanya keluhan dan kesulitan yang dialami pengguna aplikasi saat menggunakan aplikasi Giwang. Pada aspek *Triability* (Ketercobaan) aplikasi Giwang telah dilakukan uji coba pada skala terbatas sebanyak 2 kali. Pada aspek *Observability* (Keterlihatan) menunjukkan bahwa beberapa pengguna merespon puas dan sebagian merasa perlu adanya perbaikan terhadap tampilan aplikasi Giwang.

2. Saluran Komunikasi

Saluran Komunikasi yang digunakan pada difusi inovasi pemanfaatan aplikasi Giwang pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu: saluran komunikasi interpersonal dan saluran komunikasi massa. Saluran komunikasi interpersonal dibagi menjadi dua kategori yaitu: formal melalui pelaksanaan sosialisasi dan informal melalui *Word of Mouth*. Saluran komunikasi massa melalui pemasangan

x-banner, membuat video iklan di media sosial, dan publikasi di media massa online.

3. Jangka Waktu

Setiap pengguna memiliki waktu yang berbeda dalam mengadopsi aplikasi Giwang. Total waktu yang dibutuhkan pengguna untuk memutuskan menggunakan aplikasi Giwang kurang lebih 2-4 bulan. Pada aspek proses pengambilan keputusan tergantung pada kesadaran calon pengguna menyadari kebutuhannya dan upaya yang dilakukan inovator untuk mempersuasi calon pengguna. Pada aspek tingkat kecepatan pengguna mengadopsi aplikasi Giwang menunjukkan terdapat beberapa golongan adopter yaitu *2 innovator*, *1 early adopter*, *1 early majority*, dan *1 late majority*. Pada aspek jumlah pengguna yang mengadopsi aplikasi Giwang sebanyak 1.406 pengguna per 20 Februari 2022.

4. Sistem Sosial

Pada proses difusi inovasi aplikasi Giwang ini menggunakan konsep *Pentabelix* yang dipetakan menjadi dua kelompok diantaranya: 1.) Struktur Formal yaitu 17 Kepala Kabupaten serta Dinas Pariwisata, Asosiasi Pariwisata, GENPI Sumsel, ASITA Sumsel, HPI Sumsel, Rektor Politeknik Pariwisata Palembang, Rektor Politeknik Sriwijaya Palembang, APINDO Sumsel, dan Redaksi Tribun Sumsel dan 2) Struktur Informal yaitu masyarakat umum yang tertarik dengan bidang budaya dan pariwisata. Pada aspek norma sosial, terdapat 3 bentuk penyesuaian norma yaitu visi misi, regulasi, dan nilai pribadi pengguna. Pada aspek agen perubahan (*change agent*) telah melibatkan beberapa diantaranya yaitu Gubernur, Bupati,

operator dinas, ketua komunitas, ketua asosiasi, akademisi untuk mempercepat proses difusi inovasi aplikasi Giwang. Pada pengambilan keputusan mengadopsi aplikasi Giwang, terdapat dua tipe keputusan yaitu: keputusan inovasi individual dan keputusan inovasi kontingen. Pada aspek konsekuensi proses difusi inovasi aplikasi Giwang menunjukkan dua hal yaitu konsekuensi diinginkan dan konsekuensi tidak diinginkan.

REFERENSI

- Abdullah, Y. (2021). PHRI Sumsel Bantu Sosialisasikan Aplikasi Giwang Promosikan Pariwisata. *Antara News*. <https://sumsel.antaranews.com/berita/579489/phri-sumsel-bantu-sosialisasikan-aplikasi-Giwang-promosikan-pariwisata>
- APJII. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Berita Resmi Statistik*. Sumatera Selatan: Badan Pusat Statistik.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook Third Edition*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Nurhadiati, F. (2020). *Difusi Inovasi Aplikasi Hallo Palembang oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palembang*. Universitas Sriwijaya.
- Nurlaela. (2020). *DIFUSI INOVASI PROGRAM ADIWYATA OLEH DINAS LINGKUNGAN HIDUP DAN PERTANAHAN TERHADAP SEKOLAH-SEKOLAH DI KABUPATEN OGAN ILIR*. Universitas Sriwijaya.
- Severin, W. J., & James, W. T. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.).