

**Difusi Inovasi Teknologi *Green House* di Kalangan Petani Mangga  
(Studi Kualitatif terhadap Upaya Pengembangan *Green House*  
di SKB Situbondo)**

Sylva Alkornia

(Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Jurusan Ilmu Pendidikan  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan - Universitas Jember  
email: [leo\\_da\\_sylva@yahoo.com](mailto:leo_da_sylva@yahoo.com))

**Abstrak**

SKB Situbondo merupakan satuan pendidikan pendidikan non formal untuk menanggulangi pengembangan dan penumbuhan kemauan belajar masyarakat dalam rangka terciptanya masyarakat gemar belajar. Inovasi dari SKB Situbondo yaitu layanan pendidikan dan pelatihan dilakukan dalam satu atap (*one stop service*). Penelitian ini menjelaskan bagaimana proses pendifusian inovasi layanan pengembangan *green house* dan proses pengadopsian oleh petani mangga di wilayah sekitar SKB Situbondo. Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Tiga komponen analisis data digunakan yaitu reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan. Selain itu, untuk memantapkan hasil penelitian digunakan triangulasi data. Dari hasil penelitian, saluran komunikasi mendominasi difusi inovasi pengembangan *green house* kepada petani mangga. Komunikasi terjadi secara tatap muka dari SKB Situbondo dan selanjutnya ditransfer kepada petani mangga. Saluran komunikasi lainnya adalah komunikasi kelompok, dan media massa. Petani mangga dalam mengadopsi pengembangan *green house* tidak semuanya melalui tahapan-tahapan menurut Rogers M Everett secara urut yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi dan konfirmasi. Pada penelitian ini terdapat lima kategori adopter, yakni *innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards*.

Kata kunci : difusi, inovasi, SKB, *green house*

### ***Abstract***

*SKB Situbondo was a unit of non-formal education to overcome development of the willingness of community learning to create of a learning society. Innovation from SKB Situbondo was education and training service conducted in one stop service. This research explained how the process of redefining innovation of green house development services and adopting process by mango farmers in the SKB Situbondo area. The type of research was descriptive qualitative. Data collection techniques were done through in-depth interviews, observation, and documentation. Three components of data analysis used are data reduction, data presentation, and conclusion. In addition, to strengthen the results of research used triangulasi data. The results of research showed that communication channels dominated the diffusion of green house development innovation to mango farmers. Communication was taken place from SKB Situbondo and then transferred to mango farmers. Other channels of communication were group communication, and mass media. Mango farmers in adopting green house development were not all through the stages according to Rogers M Everett in sequence namely knowledge, persuasion, decision, implementation and confirmation. In this study, there were five adopter categories, namely: innovators, early adopters, early majority, late majority, and laggards.*

*Keywords: diffusion, innovation, SKB, green house*

### **Pendahuluan**

Pada era Orde Baru, peran negara sangat dominan dan menjadi agen kunci dalam proses introduksi teknologi. Ketika era berganti menjadi era demokratisasi peran negara dalam difusi inovasi mulai berkurang. Adopsi inovasi sebuah produk teknologi dalam pembangunan lebih tergantung pada Sanggar Kegiatan Belajar (SKB) Situbondo (*government organization*) atau pada inisiatif dan peran masyarakat sendiri. Bagaimana dampak dari perubahan tersebut terhadap model komunikasi pembangunan? Penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi pengaruh perubahan konteks politik dan agen promosi proses difusi inovasi terhadap penerimaan sebuah teknologi baru.

Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana perubahan agen promosi dalam difusi inovasi mempengaruhi bentuk atau model komunikasi dalam proses intruduksi teknologi. Selain itu, bagaimana model komunikasi pembangunan tersebut mempengaruhi tingkat penerimaan anggota komunitas terhadap produk teknologi.

Seiring dengan berkembangnya masyarakat, khususnya pada petani mangga paradigma pembangunan tersebut berubah. Kritik terhadap proses kapitalisasi yang mendorong pemerintah sebagai tujuan akhir pembangunan memunculkan paradigm pembangunan yang berbasis pada distribusi social dengan kesadaran akan keadaan marginalitas yang disebabkan oleh pertumbuhan. teori dependensi (ketergantungan) dan teori keterbelakangan (*underdevelopment*) kemudian muncul sebagai paradigma berikutnya dalam pembangunan. Teori-teori tersebut menjelaskan proses keterbelakangan yang melanda negaranegara baru dan bagaimana melepaskan diri dari keterbelakangan.

Beberapa paradigma pembangunan dengan beragam teorinya yang dijelaskan secara singkat di atas, banyak diadopsi negara-negara berkembang dengan situasi system social politik yang otoriter. Paradigma pembangunan yang dianut juga sangat menentukan bagaimana model komunikasi pembangunan yang digunakan. Komunikasi pembangunan diartikan sebagai peran dan fungsi komunikasi (sebagai suatu aktivitas pertukaran pesan secara timbal-balik) diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama antara masyarakat dan pemerintah, sejak dari proses perencanaan kemudian pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan.

Salah satu hal yang menarik untuk dicermati dalam konteks difusi inovasi adalah bagaimana para petani secara terbuka menyerap teknologi yang mendukung pengembangan kompetensinya. Penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi pengaruh perubahan konteks pelatihan dan proses difusi inovasi terhadap penerimaan sebuah teknologi baru yaitu pengembangan *green house*. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana perubahan difusi inovasi mempengaruhi bentuk atau model komunikasi dalam proses intruduksi. Selain itu, bagaimana model komunikasi pembangunan tersebut mempengaruhi tingkat penerimaan anggota komunitas terhadap produk teknologi. Tulisan ini akan mencoba melihat bagaimana konteks pelatihan dalam proses difusi inovasi mempengaruhi proses penerimaan teknologi *green house* di kalangan petani mangga.

## **Landasan Teoretis**

### **Komunikasi**

Harold Lasswell menjelaskan Bahwa “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?”

Dari penjelasan Laswell tersebut, dapat kita ketahui bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikaor kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi tidak hanya menyampaikan dan menerima pesan. Namun jauh lebih dari itu, dimana terjadi perubahan sikap, pandangan, maupun perilaku komunikasi terkait dengan pesan yang dikomunikasikan.

### **Peran Komunikasi dalam Pembangunan**

Komunikasi pembangunan adalah proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan batiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat.

Pembangunan melibatkan dua komponen yang kedua-duanya merupakan manusia. Yang pertama adalah komunikator pembangunan yang harus memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menyebarluaskan pesan. Yang kedua adalah komunikan pembangunan, baik penduduk kota maupun penduduk desa, yang harus diubah sikap, pendapat, dan perilakunya.

Komunikasi akan efektif, yakni meimbulkan efek yang diharapkan dari komunikan, apabila komunikator mengenal siapa komunikannya. Yang dimaksud “menegal komunikannya” disini bukanlah mengetahui siapa namanya, melainkan mentalitasnya, yakni paduan nilai-nilai yang dicakup oleh frame of reference dan field of experience rata-rata orang Indonesia yang menjadi objek dan subjek pembangunan.

### **Teori dan Model Difusi Inovasi**

Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru inovasi. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses di mana para pelakunya menciptakan informasi dan saling bertukar informasi untuk mencapai pengertian bersama.

Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial.

Menurut Rogers ada empat unsur pokok dalam proses difusi inovasi yaitu (a) inovasi, (b) cara dan saluran komunikasi yang dipergunakan, (c) dalam jangka waktu yang tertentu, dan (d) karakter individu-individu sebagai anggota sistem sosial yang menjadi sasaran kegiatan difusi inovasi.

Inovasi adalah suatu ide, karya atau objek yang dianggap baru oleh seseorang. Menurut Rogers terdapat lima karakter inovasi yaitu (a) *relative advantages* (keuntungan relatif) adalah sejauh mana inovasi dianggap lebih baik

dari ide yang lain yang menggantikannya. (b) *Compatibility* (kesesuaian) adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan mereka yang melakukan adopsi. (c) *Complexity* (kerumitan) adalah tingkat kesulitan untuk memahami dan menggunakan inovasi. (d) *Triability* (kemungkinan dicoba) adalah sejauh mana inovasi dapat diujicoba oleh orang lain. Dan (e) *Observability* (kemungkinan diamati) adalah sejauh mana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain.

Cara dan saluran komunikasi yang dipergunakan adalah proses dimana pelaku yang terlibat membuat dan menyampaikan pesan kepada satu sama lain dengan tujuan untuk mencapai pemahaman yang sama. Sedangkan saluran komunikasi adalah sarana atau perantara yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Saluran komunikasi sering disebut dengan media komunikasi.

Dalam jangka waktu yang tertentu *innovations rate of adoption* adalah kecepatan relatif dengan mana suatu inovasi diadopsi oleh anggota-anggota suatu sistem sosial. *Rate of adoption* atau tingkat adopsi biasanya diukur dengan waktu yang diperlukan untuk presentasi tertentu dari para anggota sistem untuk mengadopsi suatu inovasi.

Karakter individu-individu sebagai anggota sistem sosial yang menjadi sasaran kegiatan difusi inovasi. Dalam sistem sosial ada struktur sosial yang memberikan tingkatan-tingkatan status sosial kepada anggotanya. Berdasarkan tingkatan yang didudukinya, maka mereka dituntut juga peranan yang sesuai. Misalnya sebagai pemuka masyarakat mempunyai tingkatan yang lebih tinggi dibanding anggota masyarakat biasa. Tentunya peranannya juga lain. Difusi inovasi juga dipengaruhi oleh struktur sosial ini, sebaliknya difusi inovasi dapat mempengaruhi pula struktur sosial dalam suatu sistem sosial.

### **Proses Keputusan Inovasi**

Sementara itu tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi mencakup (1) tahap munculnya pengetahuan (*knowledge*) ketika seorang individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) diarahkan untuk memahami eksistensi dan keuntungan/manfaat dan bagaimana suatu inovasi berfungsi. (2) Tahap persuasi (*persuasion*) ketika seorang individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) membentuk sikap baik atau tidak baik. (3) Tahap keputusan (*decisions*) muncul ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya terlibat dalam aktivitas yang mengarah pada pemilihan adopsi atau penolakan sebuah inovasi. (4) Tahapan implementasi (*implementation*), ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya menetapkan penggunaan suatu inovasi. (5) Tahapan konfirmasi (*confirmation*), ketika seorang individu atau unit pengambil

keputusan lainnya mencari penguatan terhadap keputusan penerimaan atau penolakan inovasi yang sudah dibuat sebelumnya (Morissan, 2010:148).

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini tergolong dalam penelitian deskriptif kualitatif. Sebagai suatu penelitian deskriptif, penelitian ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling, dimana peneliti akan memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode wawancara, observasi dan data dokumen. Wawancara dilakukan pada 30 informan yaitu 5 orang peserta pelatihan, 2 orang pamong belajar 1 orang dari pihak penyuluh pertanian yang berperan sebagai inovator dalam proses difusi inovasi program pengembangan *green house*. Sedangkan untuk teknik analisis data, peneliti menggunakan teknik analisis data model interaktif yaitu terdiri dari yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## **Hasil Pembahasan**

### **Difusi Inovasi Pengembangan *Green house***

#### **1. Inovasi**

Inovasi adalah suatu ide, karya atau objek yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam penelitian ini, inovasi yang dimaksud adalah pengembangan *green house*. Program ini dikatakan sebagai inovasi karena terdapat perubahan sistem dan mekanisme pemanfaatan *green house* yang pernah dimiliki oleh pemerintah dan petani mangga. Hal yang melatarbelakangi dibuatnya pengembangan *green house* yang diselenggarakan oleh SKB Situbondo yaitu berawal dari cita-cita petani mangga untuk memenuhi kebutuhannya diluar musim panen.

Dalam proses adopsi suatu inovasi, masyarakat memiliki pertimbangan-pertimbangan apakah inovasi tersebut akan di adopsi atau tidak. Pertimbangan ini berdasarkan sifat yang dimiliki sebuah inovasi, yaitu : (a) *relative advantages* pada pengembangan *green house* sebagai skema perubahan sosial pertanian milik pemerintah mudah didapatkan dan tidak memerlukan persyaratan yang sulit. Saat mendaftarkan diri sebagai peserta, seseorang tidak perlu melakukan registrasi awal dan tidak ada *pre-existing*

*condition*, cukup mengisi formulir dan mengisi data diri. Manfaat utama kegiatan ini yang dirasakan bagi adopter adalah kemudahan aplikasi kegiatan. (b) *compatibility* dari hasil wawancara oleh narasumber dapat dikatakan bahwa pengembangan *green house* menjadi program yang sesuai serta menjawab kebutuhan bagi adopter. Kebutuhan tersebut berupa pengetahuan dan wawasan yang bisa membantu masyarakat dalam meningkatkan kompetensi serta mencakup semua lapisan masyarakat. (c) *Complexity* dari hasil wawancara diketahui bahwa kesulitan dalam penerimaan pengembangan *green house* adalah kurang detailnya informasi yang didapat oleh adopter. Kesulitan dan hambatan yang dialami adopter tersebut dapat diatasi salah satunya dengan sosialisasi. Hal ini terbukti setelah mendapatkan sosialisasi mengenai program pengembangan *green house*, adopter mulai paham dan menganggap program pengembangan *green house* tidaklah rumit. (d) *Triability* pada mekanisme pengembangan *green house* yang diberlakukan sekarang juga telah dilakukan uji coba dalam skala terbatas untuk mengetahui apakah sistem pengembangan *green house* telah sesuai atau masih butuh perbaikan. Uji coba terhadap mekanisme dilakukan sebelum program tersebut secara resmi diberlakukan. Dan (e) *Observability* dari manfaat program pengembangan *green house* telah dirasakan secara langsung oleh adopter. Dengan menjadi peserta kegiatan mereka bisa mendapatkan memanfaatkan untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta mengatasi pengangguran musiman.

Sebuah inovasi yang hasilnya bisa diamati langsung maka kemungkinan inovasi tersebut diadopsi akan lebih besar. Namun apabila inovasi tersebut tidak jelas hasilnya dan susah untuk diamati, maka calon adopter akan berpikir-pikir dahulu untuk menerima inovasi yang dikenalkan kepadanya.

## 2. Saluran Komunikasi

- a. Saluran antar pribadi merupakan proses difusi melalui saluran antar pribadi yang dilakukan SKB Situbondo dengan layanan penyuluhan serta pelatihan dan pendampingan.
- b. Saluran kelompok merupakan proses difusi melalui saluran kelompok yang dilakukan SKB Situbondo yaitu dengan Sosialisasi, dan pelatihan TOT serta pendampingan.
- c. Media Massa pada SKB Situbondo menggunakan media massa untuk menyampaikan informasi-informasi berkaitan dengan program pengembangan *green house*. Media yang digunakan adalah radio, leaflet, poster, spanduk, dan baliho.

### 3. Jangka Waktu

Jangka waktu adopter untuk mengadopsi inovasi memiliki perbedaan. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yang terdapat dalam tahapan proses adopsi inovasi. Jangka waktu diatas dihitung sejak program pengembangan *green house* diselenggarakan yaitu pada tanggal 3 Maret 2016, sehingga dapat diketahui bahwa rate of adoption dalam penelitian ini yaitu 180 hari.

### 4. Anggota Sistem Sosial

Setelah wawancara dilakukan, informan dapat dikelompokkan ke dalam golongan pengadopsi sesuai dengan tingkat keinovatifannya. Dalam penelitian ini terdapat 2 orang inovator, 2 orang early adopter, 6 orang early majority, dan 1 orang late majority.

## **Adopsi Pengembangan *Green House***

Proses adopsi memiliki beberapa tahapan. Tahapan-tahapan dalam adopsi program pengembangan *green house* sebagai berikut:

### 1. *Knowledge* (Tahap Pengetahuan)

Masyarakat dalam hal ini adopter juga telah sadar akan manfaat yang ada dalam program yang ditawarkan oleh inovator yaitu Program Pengembangan *green house*. Masyarakat menyadari bahwa Program Pengembangan *green house* memiliki manfaat yang sangat penting dalam hal pemenuhan kebutuhan pengembangan pertanian. Adopter telah sadar dan mengerti mengenai manfaat program pengembangan *green house* sebagai peningkatan kompetensi adopter. Dengan Program Pengembangan *green house*, adopter akan dibantu dalam peningkatan kompetensinya oleh SKB Situbondo sesuai dengan prosedur program pengembangan *green house*.

#### a. *Persuasion* (Tahap Persuasi)

Setelah wawancara dilakukan dapat diketahui bahwa beberapa adopter berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai Program Pengembangan *green house*. Untuk mengurangi ketidakpastian atau memantapkan diri terhadap pemahaman tentang program pengembangan *green house*, adopter mencari informasi dengan bertanya kepada orang yang dianggap lebih memahami. Semakin aktif adopter menggali informasi, semakin baik pula proses adopsi inovasi yang terjadi padanya. Selain itu di tahap persuasi ini, kebiasaan masyarakat setempat yang sering berkumpul dan berinteraksi dengan sesama petani mangga membuat informasi mengenai program pengembangan *green house* segera tersebar. Dengan mengobrol maka akan terjadi umpan balik yang beragam yang

akan merangsang adopter untuk memuaskan dirinya terhadap pengetahuan akan Program Pengembangan *Green house*.

b. *Decision* (Tahap Pengambilan Keputusan)

Tahap pengambilan keputusan terjadi ketika individu atau calon adopter terlibat dalam proses yang menyebabkan pilihan untuk mengadopsi atau menolak inovasi. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan fakta bahwa adopter menilai baik dan buruk dari program

Pengembangan *green house* berdasarkan manfaat dan aspek kesesuaian dengan pembangunan nasional. Selain itu jangka waktu yang diperlukan masing-masing adopter untuk mengadopsi inovasi berbeda-beda.

c. *Implementation*

Di dalam tahap ini, adopter telah memanfaatkan program Pengembangan *green house* untuk membantu peningkatan kesejahteraan hidup. Dengan begitu adopter telah mampu merasakan dengan pasti manfaat sekaligus tahu bagaimana pelaksanaan program Pengembangan *green house*. Pengalaman memanfaatkan Pengembangan *green house* tersebut akan menjadi pertimbangan apakah adopter akan terus melanjutkan menggunakan inovasi berupa program Pengembangan *green house* atau berhenti menggunakannya. Adopter dalam penelitian ini telah memanfaatkan program Pengembangan *green house* untuk membantu perawatan kesehatan. Sehingga dapat dikatakan bahwa adopter dalam penelitian ini telah melalui tahap implementasi, dimana seorang adopter menggunakan inovasi untuk mempelajari lebih jauh mengenai inovasi dan lebih meyakinkan penilaiannya.

d. *Confirmation* (Tahap Pemantapan)

Pada tahap ini individu sudah memutuskan akan terus menerima inovasi yang sudah dicobanya dan tidak menutup kemungkinan seorang adopter akan memutuskan untuk tidak memakai inovasi tersebut. Dari hasil penelitian yang dilakukan, setelah memutuskan untuk memanfaatkan program Pengembangan *green house*, adopter merasa puas dengan pelayanan dan manfaat yang diperoleh. Dapat dikatakan bahwa adopter telah melewati tahap pemantapan. Adopter telah memutuskan untuk terus melanjutkan program Pengembangan *green house*. Masing-masing adopter memiliki alasan-alasan tersendiri sebagai pertimbangan untuk melanjutkan mengikuti program Pengembangan *green house*. Namun secara umum, alasan adopter untuk terus mengikuti program pengembangan *green house* adalah karena manfaat program tersebut yang membantu peningkatan kesejahteraan hidup mereka.

## Simpulan dan Saran

### 1. Simpulan

Dari serangkaian data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara dengan informan maupun dari hasil pengamatan selama penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa difusi inovasi program pengembangan *green house* dalam penelitian ini merupakan proses difusi inovasi dengan sistem difusi inovasi sentralistik. Dimana SKB Situbondo membuat sebuah inovasi berupa program pengembangan *green house* yang kemudian disebarakan dengan paket informasi yang sama kepada calon adopter yang bertindak sebagai penerima pasif. Proses difusi inovasi dalam hal ini meliputi empat unsur yaitu inovasi, cara dan saluran komunikasi, jangka waktu, dan anggota sistem sosial. Sebagai sebuah inovasi, program pengembangan *green house* memenuhi lima karakteristik sebuah inovasi sehingga mudah untuk diadopsi yaitu *relative advantages, compability, complexity, triability, dan obsevability*. Program pengembangan *green house* didifusikan melalui beberapa saluran komunikasi. Pertama melalui saluran komunikasi massa seperti iklan di radio. Kedua melalui saluran komunikasi kelompok yaitu dengan membuat jaringan komunikasi berupa grup untuk penyebaran informasi di kalangan petani mangga, penyuluhan, dan dengan mengadakan TOT. Ketiga melalui saluran komunikasi interpersonal dengan cara penyuluhan kepada calon peserta pengembangan *green house* pada saat mendaftarkan diri sebagai peserta

### 2. Saran

Dari pemaparan diatas, maka untuk meningkatkan kompetensi petanni mangga melalui program pengembangan *green house*, penulis akan memberikan saran-saran sebagai berikut :

#### a. Lembaga SKB Situbondo

SKB Situbondo perlu meningkatkan programnya terutama pada petani mangga dengan mengadakan sosialisasi mengenai pendidikan dan pelatihan pengembangan *green house* kepada semua petani mangga, sehingga perlu menjalin komunikasi dan kerjasama dengan petani mangga dan masyarakat sekitar agar terwujud kesepahaman dalam pengembangan *green house* menjadi lebih optimal.

#### b. Petani Mangga

Petani mangga perlu memperdalam pengetahuannya lagi terkait metode pengembangan *green house*, agar proses pemanfaatan berhasil dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Sehingga petani mangga perlu

mengoptimalkan komunikasi yang lebih dengan SKB Situbondo, agar proses pendidikan dan pelatihan lebih efektif.

### **Daftar Pustaka**

- Baumgartner, T. B. (1976). *Metapower and the Structuring of Social Hierarchies*. Beverly Hills, Sage.
- Bryant, J. & Susan T. (2002). *Fundamentals of media effect*. Mc.Graw Hill.
- Bungin, B. (2008). *Sosiologi komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Deddy, M. (2010). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Everett, M. R. (1983). *Diffusi of innovations, third edition*. New York.
- Morissan, et al. *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nuruddin. (2007). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Onong, U. E. (1999). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung : Mandar Manju.
- Piotr, S. (2005). *Sosiologi perubahan sosial budaya*. Jakarta: Prenada Media.

