

OPINI DAN KARAKTERISTIK WARGA RT 7/RW 12 KELURAHAN RUNGKUT KIDUL SURABAYA TERHADAP KOMPOR GAS ALAM

Oleh: Berlian Puspita Murti (070517876)
Email: berlianpuspita.murti@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul opini dan karakteristik warga RT 7/ RW 12 Rungkut Kidul Surabaya. Adanya pengalihan bahan bakar minyak tanah ataupun LPG untuk konsumsi rumah tangga maka penelitian ini ingin menggambarkan tentang opini dan karakteristik warga pengguna kompor gas alam. Karena alasan menghemat cadangan energi dan menghemat kas negara maka, Penelitian ini dilakukan karena warga RT 7/ RW 12 Rungkut Kidul Surabaya karena daerah ini Penelitian ini, memberi gambaran tentang opini masyarakat setempat tentang penggunaan kompor gas alam dan menggambarkan karakteristik warga pengguna kompor gas alam. Pada skripsi ini metodologi penelitian ini menggunakan Pendekatan yang digunakan kuantitatif,. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan total sampling dan tipe penelitiannya deskriptif. Data yang digunakan dalam menganalisis penelitian adalah data kuantitatif. kemudian menghasilkan jawaban mengenai opini dan karakteristik warga RT 7/ RW 12 Rungkut Kidul Surabaya tentang penggunaan kompor gas alam.

Kata kunci: opini,karakteristik masyarakat

PENDAHULUAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang menggambarkan tentang opini dan karakteristik warga RT 7/ RW 12 Rungkut Kidul Surabaya terhadap kompor gas alam. Penggunaan kompor gas alam (*city gas*) menggantikan bahan bakar rumah tangga yang sebelumnya digunakan seperti minyak tanah maupun LPG (*Liquefied Petroleum Gas*). Gas alam menjadi alternatif pengganti kompor minyak tanah maupun kompor gas untuk upaya antisipasi terhadap krisis energi di Indonesia.

Minyak tanah sebagai bahan bakar yang menjadi konsumsi pokok sebagian besar masyarakat Indonesia untuk keperluan rumah tangga maupun industri merupakan sumber daya yang tidak dapat terbaharui, hal ini mengakibatkan harga minyak tanah dari waktu ke waktu selalu mengalami kenaikan. Pemerintah selalu melakukan import untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan konsumsi minyak tanah. Sejalan dengan itu, pemerintah juga melakukan subsidi terhadap minyak tanah yang digunakan oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat membeli minyak tanah dengan harga lebih murah dari pada harga minyak yang berlaku dipasar internasional. Dengan biaya sebesar Rp 5,8 triliun yang harus

dikeluarkan untuk impor minyak tanah tersebut, pemerintah harus memberikan sebesar Rp 4,2 triliun sebagai komponen subsidi pada tahun 2009

Apabila kebutuhan energi tersebut dapat dialihkan ke penggunaan LPG, maka dengan biaya Rp 5,5 triliun pemerintah hanya memberikan subsidi sebesar Rp 3,9 triliun saja. Oleh karena itu, subsidi yang ditanggung pemerintah berkurang sebesar Rp 300 miliar. Besar penghematan ini dimungkinkan apabila pemerintah bersedia menyubsidi harga LPG sebesar Rp 3.281 per kilogram dari harga jual yang seharusnya sebesar Rp 4.633 per kilogram. Dengan demikian, harga jual LPG ke masyarakat hanya sebesar Rp 1.352 per kilogram. Jika dikonversi, angka itu setara dengan harga jual minyak tanah yang saat ini Rp 700 per liter. Dengan mengalihkan kebutuhan import minyak tanah sebesar 2,28 juta kiloliter per tahun dan mendorong pertambahan konsumsi LPG sebesar 1,18 juta ton per tahun, pemerintah hanya akan mengeluarkan biaya subsidi sebesar Rp 1,9 triliun per tahun dan dapat mengurangi subsidi minyak tanah sebesar Rp 2,3 triliun per tahunnya. (<http://www.kementrian> sumber daya dan energi.com, diakses pada tanggal 22 Februari 2011)

Dengan adanya penggunaan bahan bakar gas alam ini merupakan suatu cara penghematan sekaligus pemanfaatan gas alam yang telah dihasilkan oleh sumber energi yang ada di Indonesia. “Sebenarnya kita dapat mengolah limbah yang ada di sekitar kita yang bisa menghasilkan gas, seperti gas dari kompos dan limbah rumah tangga lainnya. Penggunaan gas alam dari limbah rumah tangga juga telah digunakan oleh sebagian orang di Indonesia. Contohnya pada tahun 2009, di Kota Tegal telah menggunakan gas dari limbah rumah tangga yang diolah dan dialirkan ke rumah-rumah warga sebagai bahan bakar memasak. Pada tahun 2010 sekam padi juga sedang dikembangkan oleh IPB (Institut Pertanian Bogor) agar menghasilkan gas yang bisa menggantikan ketergantungan terhadap minyak bumi.”(<http://www.akhmadguntar.com/> diakses pada 25 Januari 2012).

Dengan adanya penggunaan bahan bakar gas alam ini merupakan suatu cara penghematan sekaligus pemanfaatan gas alam yang telah dihasilkan oleh sumber energi yang ada di Indonesia. Gas alam yang digunakan dalam proyek Rungkut Kidul dan Kali Rungkut ini berasal dari gas hasil ledakan lumpur Lapindo Sidoarjo. Meskipun ledakan lumpur Lapindo membawa bencana kepada masyarakat sekitarnya, namun disisi pemerintah Indonesia harus memanfaatkan energi gas yang ada untuk menghemat cadangan bahan bakar. “Dengan memanfaatkan gas alam yang dihasilkan Lapindo dapat menggantikan LPG menjadi gas alam yang setidaknya memanfaatkan hasil bumi dan dapat mengurangi pengeluaran kas negara.” (Hari Subagyo, wawancara 18 Februari 2011).

Gas alam ini dikirim dari sumber ledakan lumpur Lapindo dengan memasang pipa-pipa yang akan mengalir gas alam ini sampai bisa digunakan oleh rumah tangga bagi masyarakat Rungkut Kidul Surabaya. Setiap rumah tangga yang menggunakan gas alam ini mempunyai meteran masing-masing yang akan berfungsi sebagai alat pengukur penggunaan gas alam. Dari hasil meteran ini maka setiap rumah tangga akan dipunggut biaya sesuai dengan angka yang ditunjukkan meteran tiap bulannya.

Jika dilihat dari segi keamanan, kompor gas alam jika dibandingkan dengan LPG jauh lebih aman karena kandungan yang terdapat pada gas alam lebih mudah berbau dengan udara bebas jadi tidak akan menyebabkan ledakan jika terjadi kebocoran. Keamanan warga juga telah terjamin karena kandungan dari kompor gas alam ini tidak berbahaya. Jika terjadi kebocoran ia akan menyatu dengan udara dan mengurangi tekanan gas. Dalam pemasangannya di rumah masing-masing warga telah melalui prosedur keamanan yang telah ditetapkan.

Pengalihan bahan bakar gas alam sebagai bahan bakar rumah tangga bisa dikatakan sebuah inovasi baru yang dikembangkan untuk masyarakat. Pengertian baru bukan berarti sebuah inovasi ini baru, namun juga berarti ini adalah hal yang baru bagi masyarakat penerima inovasi. Berlangsungnya suatu perubahan sosial disebabkan oleh masuknya atau diperkenalkannya hal-hal, gagasan-gagasan, ide yang baru. Rogers merumuskan bahwa inovasi itu sebagai segala perubahan yang dirasakan baru oleh masyarakat yang mengalaminya. Kebaruan inovasi pada intinya tercermin dari pengetahuan, sikap ataupun putusan terhadap inovasi yang bersangkutan. Hal-hal yang baru tersebut dikenal dengan istilah inovasi. Secara ringkas pengertian inovasi adalah segala sesuatu ide, cara-cara ataupun objek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru (Rogers dan Shoemaker, 2004:123).

Nasution (2004:68) merumuskan bahwa inovasi itu sebagai segala perubahan yang dirasakan baru oleh masyarakat yang mengalaminya. Kebaruan inovasi pada intinya tercermin dari pengetahuan, sikap ataupun putusan terhadap inovasi yang bersangkutan. Secara ringkas pengertian inovasi adalah segala sesuatu ide, cara-cara ataupun objek yang dioperasikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru (Rogers dan Shoemaker, 2004:129). Sedangkan difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Lebih lengkapnya Rogers dan Shoemaker mengungkapkan bahwa, Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

Namun, perlu diperhatikan bahwa perubahan yang berkaitan dengan kebiasaan hidup masyarakat tidak dapat dilakukan dengan singkat. Hasyim mengatakan bahwa harus ada kajian sosial yang lebih mendalam agar dapat diketahui secara detail hambatan yang akan dihadapi dengan pesan sosial yang tepat dalam memasarkan energi yang lebih menguntungkan ini kepada rakyat. (Ibrahim Hasyim:2005:39).

Dalam suatu proses difusi inovasi yang akan disampaikan masyarakat pasti dibutuhkan sosialisasi agar inovasi dapat dikenal, dipahami bahkan sampai digunakan. Proses komunikasi berpengaruh besar bagi proses sosialisasi, dimana proses komunikasi sangat menentukan strategi apa yang cocok digunakan untuk mensosialisasikan suatu inovasi. (Claar et al 1984:287) membuat rumusan bahwa sosialisasi merupakan jenis khusus pendidikan pemecahan masalah (*problem solving*) yang berorientasi pada tindakan, yang mengajarkan sesuatu, mendemostrasikan, dan memotivasi, tapi tidak melakukan pengaturan (*regulating*) dan juga tidak melaksanakan program yang non edukatif. Jadi proses sosialisasi ini membutuhkan pemahaman terhadap latar belakang kultural dan sosial kemasyarakatan agar inovasi dapat dimengerti, diterima dan digunakan oleh masyarakat. Sehingga kegiatan difusi inovasi dapat berjalan dengan lancar dan bisa diterima dengan baik dikalangan warga.

Masuknya suatu inovasi ke tengah sistem sosial terutama karena terjadinya komunikasi antara masyarakat dengan masyarakat lain dalam suatu sistem sosial. Dengan demikian komunikasi menjadi faktor yang penting untuk terjadinya suatu perubahan sosial. Melalui saluran- saluran komunikasi terjadi pengenalan, pemahaman, penilaian yang kelak akan menghasilkan penerimaan atau penolakan terhadap suatu inovasi. Namun sesungguhnya proses masuknya inovasi tidaklah sesederhana itu. Tak jarang proses tersebut menimbulkan pro kontra di tengah- tengah masyarakat yang bersangkutan ketika proses yang sedang berlangsung di tengah- tengah mereka.

Dalam perspektif ini, komunikasi dianggap sebagai suatu proses, yang partisipan- partisipannya bertukar tanda-tanda informasi untuk mengurangi ketidakpastian (Rogers and Kincaid, 1981:71). Pendekatan ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi terdapat transaksi atau saling tukar informasi di antara para partisipan, yang dengan caranya sendiri telah memberikan kontribusi pada proses tumbuhnya pengertian yang sama (Rogers and Kincaid, 1981:58).

Kebaruan ini dirasakan oleh sebagian masyarakat yang belum pernah menggunakan kompor yang berbahan bakar gas alam. Banyaknya terjadi ledakan gas LPG 3 kg menjadi paradigma yang cukup membuat masyarakat was- was dan takut akan asumsi bakar rumah tangga yang mereka butuhkan sehari- hari. Selain itu untuk mengubah karakter masyarakat

terutama warga yang belum mengenal kompor yang berbahan bakar gas alam ini. Apalagi mereka sudah cukup lama dan terbiasa menggunakan bahan bakar yang sebelumnya mereka gunakan seperti kayu bakar, minyak tanah dan gas LPG yang belum lama mereka gunakan ini.

Dari pernyataan diatas akan timbul opini terhadap inovasi di kalangan warga, dimana opini tidak dapat muncul begitu saja. Opini dapat dibentuk berdasarkan kumpulan fakta, rekonstruksi dari keadaan (daya pikir dan abstraksi individu) sebagai komunikator dan komunikan. Opini terbentuk didasari atas sikap, sikap yang dimaksud adalah kecenderungan memberikan respon terhadap masalah atau situasi tertentu yang dapat diberikan berupa penerimaan ataupun penolakan terhadap inovasi yang sedang diperkenalkan. 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. Karakteristik inovasi pun mempengaruhi opini masyarakat dalam menggunakan kompor gas alam, setidaknya dapat dilihat dari *Relative advantage* (keuntungan relatif), *Compability* (kesesuaian), *Complexity* (kerumitan), *Triability* (kemungkinan untuk dicoba)), *Observability* (kemungkinan untuk diamati) dari inovasi itu sendiri.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2011, Lokasi dalam penelitian ini adalah RT7 RW 12 Kelurahan Rungkut Kidul Surabaya. Lokasi ini dipilih karena pada lokasi ini semua rumah warga RT 7/ RW 12 adalah sasaran pemasangan kompor gas dan pemilihan kelurahan Rungkut Kidul karena di Surabaya sedang diadakan proyek nasional yaitu pengalihan penggunaan gas LPG menjadi saluran pipa gas untuk saluran rumah tangga, dan Kelurahan Rungkut Kidul menjadi sasaran proyek ini. Pada awalnya pemasangan pipa saluran gas ini hanya dilakukan di daerah Surabaya ini yaitu Kelurahan Rungkut Kidul dan RT 7 /RW 12 Kelurahan adalah kelurahan yang pertama kali dialiri oleh saluran gas alam yang dilakukan oleh pihak kementerian ESDM.

(Robert dan Anita Plutchik dalam Plutchik & Plutchik dalam Segrin dan kawan-kawan 2005, p.222) Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah individu warga RT 7 RW 12 Rungkut Kidul yang terpasang kompor gas alam. Setiap rumah diberikan satu kuesioner untuk diisi dan perwakilan dari masing rumah tangga ini yang menjadi responden. Mereka terdiri dari responden dengan kisaran umur 25-56 tahun keatas dan terdiri dari jenis kelamin perempuan dan laki- laki dengan jumlah total 40 responden.

Dari penjelasan diatas penelitian ini menunjukkan keterkaitan bahwa adanya media-media komunikasi dan pengertian bersama terhadap suatu inovasi membantu munculnya

opini di kalangan warga. Dimana opini akan timbul dikalangan warga yang berupa opini positif berupa penerimaan dan opini negatif berupa penolakan masyarakat terhadap inovasi. Sehingga dapat kita kelompokkan masyarakat sesuai karakteristiknya. Dengan demikian dapat digambarkan opinidan karakteristik warga RT 7 /RW 12 Kelurahan Rungkut Kidul Surabaya terhadap kompor gas alam.

PEMBAHASAN

Karakter masing- masing adopter penerima inovasi

Sesuai dengan tingkat keinovatifannya (kecepatan dalam menerima inovasi), anggota sistem sosial dapat dibagi ke dalam kelompok- kelompok adopter (penerima Inovasi). Lima kelompok tersebut adalah kelompok *innovator*, *early adopter*, *early majority* dan *late majority*. Berikut uraian dari masing- masing kelompok adopter.

Pertama adalah kelompok *innovator*, atau yang paling awal bisa mengoperasikan/ menggunakan kompor gas alam ini (memiliki jangka waktu penggunaan 0-3 hari sebanyak 10 orang responden, berdasarkan tabel silang yang menyilangkan antara jangka waktu adopsi dan tipe- tipe adopter menunjukkan bahwa kelompok ini cenderung memiliki sifat suka mencari hal- hal baru, sering berinteraksi dengan lingkungan sekitar, tidak skeptik terhadap hal- hal baru dan tidak menolak adanya perubahan baru. Dapat kita lihat bahwa kelompok ini memiliki tingkat ekonomi dan pendidikan yang tinggi pula. Responden yang memiliki pendidikan tertinggi yaitu S2 termasuk dalam kelompok ini.

Kedua adalah kelompok *early adopter* (memiliki jangka waktu antara 0-3) sebesar 25 orang. Dapat kita ketahui bahwa orang- orang yang termasuk dalam kelompok ini memiliki ciri- ciri suka mencoba hal- hal baru, interaksi dengan lingkungan sekitar tinggi, tidak takut/ berhati- hati terhadap hal baru, termasuk bagian dari mereka yang menyukai hal- hal baru. Karakter ini hampir sama dengan yang dimiliki oleh kelompok innovator yang membedakan hanya faktor ekonomi dan pendidikan. Kelompok innovator cenderung memiliki tingkat pendidikan dan ekonomi yang tinggi. Ketiga kelompok *early majority* (memiliki jangka waktu adopsi antara 3-7 hari), berdaarkan tabel silang yang ada hasilnya menunjukkan bahwa kelompok *early majority* memiliki karakter suka mencoba hal baru tidak sering berinteraksi dengan lingkunagn sekitar, skeptic? Ragu- ragu terhadap hal baru namun mereka tidak menolak dengan adanya perubahan yang terjadi di masyarakat. Yang membedakan antara *early adopter* dengan *early majority* adalah dalam hal interaksi dengan tetangga. *Early majority* memiliki interaksi yang lebih rendah dibandingkan dengan *early adopter*.

Keempat adalah **late majority** (memiliki jangka waktu lebih dari 7 hari) sebanyak 2 orang responden. Dapat diketahui bahwa kelompok ini memiliki karakter tidak suka mencoba hal baru, interaksi dengan lingkungan tidak tinggi, memiliki sifat skeptis terhadap hal baru, namun bukan termasuk orang-orang yang tidak menyukai adanya hal-hal baru ataupun perubahan. Perbedaan karakter yang terlihat dari kelompok ini jika dibandingkan dengan *early majority* adalah kecenderungan kurangnya interaksi dengan lingkungan sekitar jika dibandingkan dengan *late majority*.

Kelompok adopter yang kelima adalah kelompok *laggard* . berdasarkan teori yang ada bahwa kelompok ini bersifat tradisional, terisolasi, wawasan terbatas, dan bukan opinion leader, sekaligus sumber daya manusia yang terbatas. Maka dapat disimpulkan bahwa, kelompok ini mempunyai karakter – karakter yang menggambarkan mereka seperti: tidak suka mencoba hal baru, interaksi dengan lingkungan sekitar kurang, memiliki sifat skeptis terhadap perubahan maupun hal-hal baru. Dalam tingkat pendidikan dapat kita lihat bahwa mereka juga memiliki tingkat pendidikan dan ekonomi yang rendah jika dibandingkan dengan tipe kelompok adopter yang lain. Responden yang tergolong dalam kelompok ini adalah sebesar 3 orang

Elemen- elemen dalam difusi inovasi dalam penggunaan bahan bakar gas alam sebagai konsumsi rumah tangga.

Terdapat empat elemen inovasi yang akan dibahas pada pembahasan ini. Keempat elemen itu adalah inovasi, saluran komunikasi, anggota sistem sosial dan jangka waktu adopsi inovasi. Pembahasan tentang empat elemen inovasi ini untuk melihat peran dari empat elemen tersebut dalam cepat ataupun lambatnya responden mengadopsi inovasi.

Karakter inovasi

Pembahasan yang pertama adalah tentang inovasi atau dalam hal ini gambaran tentang karakter gas alam ini sebagai sebuah inovasi. Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dibahas sebelumnya terdapat lima karakter inovasi yaitu ***relative advantage, compability, complexity, triability, dan observability***.

Pertama yang akan kita bahas adalah mengenai ***Relative advantage*** (keuntungan relatif) adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi. Sesuai dengan tabel pada BAB III.6 tentang opini warga terhadap Karakter Inovasi, terdapat empat kategori karakter inovasi terkait *relative advantage*, yaitu menggunakan kompor gas alam membuat lebih hemat (faktor

ekonomi), memberikan kebanggaan secara sosial (*social prestige*), memberikan kenyamanan atau kemudahan dan memberikan kepuasan batin. Berdasarkan tabel tentang karakter inovasi 100% dari responden yang menggunakan menyatakan bahwa dengan menggunakan bahan bakar gas alam membuat lebih hemat, sehingga dalam hal ini faktor ekonomi sangat mempengaruhi.

Keuntungan menggunakan *bahan bakar gas alam*. Berikutnya, terdapat 83% responden menyatakan bahwa dengan menggunakan *gas alam* memberikan kebanggaan secara sosial (*social prestige*), 77,5% responden menyatakan bahwa dengan menggunakan *gas alam* memberikan kenyamanan dan kemudahan dan 90% responden menyatakan puas serta akan tetap menggunakan *bahan bakar gas alam*. Sehingga untuk karakter inovasi yang pertama ini, *gas alam* menjadi *relative advantage* dalam hal memberikan kebanggaan secara sosial, memberikan kemudahan dan kenyamanan serta kepuasan batin. Sebagai catatan dengan menggunakan *gas alam* membuat responden menjadi hemat, atau dengan kata lain faktor utama yang mempengaruhi adalah faktor ekonomi.

Inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh, jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (*compatible*). Ketepatan inovasi ini dirasakan oleh 95% responden karena sesuai dengan keadaan saat ini dimana kita harus menghemat kas dan minyak bumi yang dimiliki negara dengan menggunakan alternatif bahan bakar yang lebih menguntungkan.

Complexity (kerumitan) adalah derajat dimana inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi. Inovasi kompor gas alam ini dapat dibilang bisa dipahami dan dimengerti dengan ditunjukkan hasil dari jawaban responden pada tabel 3.27 97.5% responden bisa digunakan dengan jangka waktu adopsi yang cukup singkat.

Triability (kemungkinan untuk dicoba) adalah. derajat dimana suatu inovasi dapat diuji-coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat di uji-cobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi, agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi sebaiknya harus mampu menunjukkan (mendemonstrasikan) keunggulannya. Inovasi ini dirasakan lebih murah pada tabel 3.22, lebih praktis pada tabel 3.23, lebih menghemat waktu dan lebih aman dengan ditunjukkannya hasil suara bulat sebesar 100%

Observability (kemungkinan untuk diamati) adalah derajat dimana hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi. Hal ini dapat kita lihat dari keterampilan dalam menggunakan inovasi pada tabel 3.27 97,5% responden menyatakan bisa menggunakan atau mengoperasikan kompor gas alam, meskipun masih ada 1 orang yang belum berani menyalakan kompor ini.

Saluran komunikasi

Saluran komunikasi adalah 'alat' untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Dalam memilih saluran komunikasi, sumber paling tidak perlu memperhatikan (a) tujuan diadakannya komunikasi dan (b) karakteristik penerima. 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. Ada dua jenis kategori saluran komunikasi yang digunakan dalam proses difusi inovasi, yakni saluran media massa dan saluran antarpribadi atau saluran lokal dan kosmopolit. Saluran lokal adalah saluran yang berasal dari sistem sosial yang sedang diselidiki. Saluran kosmopolit adalah saluran komunikasi yang berada di luar sistem sosial yang sedang diselidiki. Media massa dapat berupa radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Kelebihan media massa adalah dapat menjangkau audiens yang banyak dengan cepat dari satu sumber. Sedangkan saluran antarpribadi dalam proses difusi inovasi ini melibatkan upaya pertukaran informasi tatap muka antara dua atau lebih individu yang biasanya memiliki kekerabatan dekat. Saluran Informasi tentang *gas alam*, terdapat tiga kategori saluran. Tiga kategori saluran informasi tersebut adalah media cetak (koran), media elektronik (televisi) dan personal. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat 16% dari keseluruhan responden yang mendapat informasi dari media cetak (sebagian besar menyatakan tidak). Selanjutnya, terdapat 8% dari keseluruhan responden yang mendapat informasi tentang *gas alam* dari media elektronik (TV) dan seluruh responden mendapat informasi secara personal. Terkait dengan saluran informasi secara personal, terdapat tiga kategori saluran informasi secara personal. Berdasarkan tabel 3.9, tiga kategori tersebut adalah penyuluh kelurahan, tetangga, teman atau keluarga. Hasilnya terdapat 37,5% responden mendapat informasi dari tetangga. 35% responden mendapat informasi dari ketua RT, 15% dari penyuluh kelurahan, dan sisanya 12,5% dari teman atau saudara.

Sehingga untuk pembahasan mengenai saluran informasi ini dapat dikatakan bahwa kedua saluran informasi baik media massa maupun personal mempengaruhi penerimaan inovasi pada responden. Saluran informasi media massa yang paling berpengaruh adalah media cetak (Koran) responden dan 55% responden menyatakan intens membaca koran dan peran tetangga dalam menyediakan informasi tentang inovasi juga dirasa cukup besar

Jangka waktu adopsi inovasi

Jangka waktu adalah proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, dan 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. Kemudian tabel 3.17 menunjukkan bagaimana jangka waktu (lama) responden dalam menggunakan *gas alam*. Terdapat tiga pembagian atau kategori dalam jangka waktu ini yakni 0-3 hari, 3-7 hari tahun dan >7 hari. Hasilnya menunjukkan bahwa Sebanyak 82,5% responden menggunakan *gas alam* dengan jangka waktu 0-3 hari tahun, sebanyak 5% responden menggunakan *gas alam* dengan jangka waktu 3-7 hari tahun dan terakhir terdapat 7,5% responden yang menggunakan *gas alam* >7 hari.

Sistem sosial

Sistem sosial adalah satu set unit yang saling berhubungan yang tergabung dalam suatu upaya pemecahan masalah bersama untuk mencapai suatu tujuan. Sangat penting untuk diingat bahwa proses difusi terjadi dalam suatu sistem sosial. Anggota dari suatu sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem. Proses difusi dalam kaitannya dengan sistem sosial ini dipengaruhi oleh struktur sosial, norma sosial, peran pemimpin dan agen perubahan, tipe keputusan inovasi dan konsekuensi inovasi. Difusi inovasi terjadi dalam suatu sistem sosial. Dalam suatu sistem sosial terdapat struktur sosial, individu atau kelompok individu, dan norma-norma tertentu. Dari tabel 3.14 dapat kita lihat bahwa interaksi responden dengan tetangga terbilang tidak sering ini ditunjukkan dengan pernyataan sebagian besar responden yaitu 80%. Pertukaran informasi yang terjadi diantara mereka juga terbilang tidak intens ini ditunjukkan dari tabel 3.18 yang menyatakan 80% responden tidak sering melakukan pertukaran informasi sesamanya. Berikutnya peran warga dalam persebaran informasi juga tidak banyak 25% responden mengaku membagi informasi dengan tetangga lainnya dan ini bisa dikategorikan dalam agen perubah/ *change agent*.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Opini warga RT 7/ RW 12 terhadap kompor gas alam ini adalah menurut mereka kompor gas alam ini baru bagi mereka, merasa lebih aman dalam penggunaannya, biaya yang dikeluarkan setiap bulannya pun menurut mereka lebih murah dibanding dengan penggunaan bahan bakar gas lainnya. Mereka merasa lebih menghemat waktu dan lebih praktis saat menggunakan kompor gas alam ini.
2. Sesuai dengan kecepatan inovasinya tipe- tipe adapter dapat dibagi 5 golongan. Pertama adalah kelompok **innovator**, responden yang tergolong dalam kelompok ini merupakan jumlah terbesar kedua. Kedua adalah kelompok **early adopter** kelompok ini merupakan kelompok terbanyak Ketiga kelompok **early majority** adalah kelompok terbesar ketiga setelah **early adopter dan innovator**. Keempat adalah **late majority** responden responden yang termasuk dalam kelompok ini merupakan kelompok yang jumlahnya paling sedikit dibanding yang lainnya. Kelompok adopter yang kelima adalah kelompok **laggard**, Responden yang tergolong dalam kelompok ini
3. Kompor gas alam mendapat penerimaan yang cukup baik di wilayah RT 7 / RW 12 Rungkut Kidul, Surabaya. Segala keunggulan dan keuntungan yang diberikan inovasi kompor gas alam sebaiknya inovasi ini dikembangkan dan diperluas penggunaannya di kalangan masyarakat. Selain bisa menghemat kas negara, bahan minyak di Indonesia, inovasi ini mempunyai dampak positif bagi penggunanya.
4. Perlu adanya pamflet/ selebaran yang memberikan informasi tentang inovasi kepada warga, karena interaksi masyarakat dengan sesama dinilai cukup kurang sehingga dengan adanya pamflet/selebaran mungkin cukup membantu memberikan informasi.
5. Adanya pengkaderan agen pembaharu di setiap wilayah akan membantu dalam menyebarkan dan mempersuasi warga lainnya agar mau menerima inovasi atau informasi lainnya. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti berharap agar ada penelitian yang serupa dengan metode yang berbeda. Dengan metode yang berbeda diharapkan akan lebih memperdalam bahasan sehingga dapat memberikan hasil yang lebih mendalam

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*. Bandung :Remaja Rosdakarya
- Hanafi, Abdilah .1987.*Memasyarakatkan ide-ide baru* .Surabaya: Usaha Nasional
- Hasyim, Ibrahim,2005. *Difusi Inovasi Pembangunan*. Bandung. Rosda Karya
- Mulyana, Deddy & Jalaludin Rahmat. 2003. *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Rosda Karya
- Nasution, Zulkarnaen. 2004.*KomunikasiPembangunan Teori dan Penerapannya*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Rakhmat, Jalaludin. 1989. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Karya CV.
- Rogers, Everett M. And D Lawrence Kincaid, 1981. *Communications Network Toward A New Paradigm For Research*. New York : The Free Press
- Rogers, Everett M And F. Floyd Shoemaker. 1971. *Communications Of innovations A-Cross Cultural Approach*. New York : The Free Presssis
- Ruslan, Rosady. 1999. *Praktik dan Solusi Publik Relations dalam situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Hardiyanti . 2009. *Difusi Inovasi LPG pada Masyarakat Miskin di Desa Candi* Sidoarjo. Skripsi komunikasi . Surabaya : Universitas Airlangga
- Lilis, Kurniasih. 2009. *Difusi Inovasi Metode Pembelajaran D5 bagi siswa SMP*. SkripsiPendidikan Biologi: Universitas Surabaya
- <http://www.kementrian> sumber daya dan energi.com, diakses pada tanggal 22 Februari 2011
- [http:// www.akhmadguntar.com/](http://www.akhmadguntar.com/) diakses pada 25 Januari 2012
- <http://digilibb.unness.ac.id/gsd/collect/skripsi/index/assoc.pdf> diakses tanggal 22 Februari 2011