

**PERANAN DAN FUNGSI AGEN PERUBAHAN DALAM DIFUSI INOVASI DALAM
PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH DI INDONESIA**
Analisa dari Buku Diffusion Of Inovation
Oleh : Inu Hardi Kusumah (Makalah)

BAB I
PENDAHULUAN

Sumber utama uraian tentang agen ini diambil dari buku Diffusion Of Inovation karangan Everett M Rogers khususnya bab 9 tentang The Change Agent yang menurut penulisnya banyak diambil dari hasil penelitian inovasi dibidang pertanian atau kesehatan dan kesejahteraan masyarakat serta sebagian kecil dalam bidang pendidikan. Namun demikian hal tersebut sangat berarti dan bermanfaat untuk memahami dan menganalisa peranan dan keberhasilan agen pembaharu dalam penyebaran inovasi pendidikan khususnya pendidikan luar sekolah.

Pada pembahasan mengenai agen pembaharu ini akan diuraikan pengertian agen pembaharu, tugas dan peranan agen pembaharu yang dapat menjembatani pengusaha pembaharu dengan klien, factor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan agen pembaharu yang ditinjau dari sisi agen pembaharu maupun ditinjau dari segi klien yang heterophily dan homophily, serta system difusi sentralisasi dan system difusi desentralisasi.

Pada akhir tulisan ini, penulis mencoba memberikan komentar terhadap kebenaran ilmiah dalam penulisan change agent, dengan beberapa contoh aplikasi difusi inovasi yang dilakukan melalui change agent maupun yang dilakukan masyarakat yang berperan sebagai klien dan agen pembaharu.

BAB II AGEN PEMBAHARU

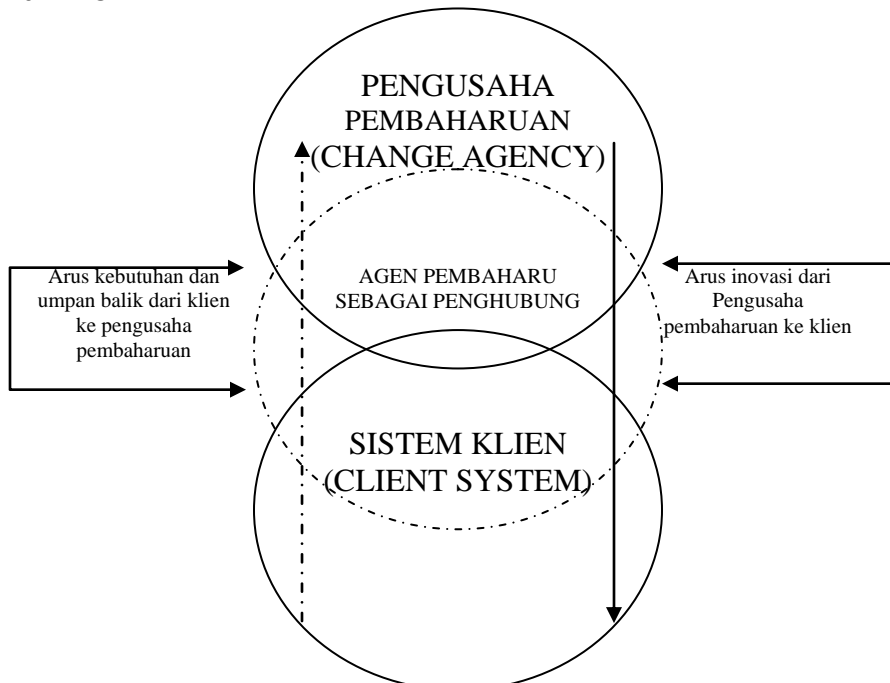
1. Pengertian Agen Pembaharu

Agen pembaharu (change agent) adalah orang yang bertugas mempengaruhi klien agar mau menerima inovasi sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh pengusaha pembaharuan (change agency). Pekerjaan ini mencakup berbagai macam pekerjaan seperti guru, konsultan, penyuluh kesehatan, penyuluh pertanian dan sebagainya. Semua agen pembaharu bertugas membuat jalinan komunikasi antara pengusaha pembaharuan (sumber inovasi) dengan system klien (sasaran inovasi).

Tugas utama agen pembaharu adalah melancarkan jalannya arus inovasi dari pengusaha pembaharuan ke klien. Proses komunikasi ini akan efektif jika inovasi yang disampaikan ke klien harus dipilih sesuai dengan kebutuhannya atau sesuai dengan masalah yang dihadapinya. Agar jalinan komunikasi dalam proses difusi ini efektif, umpan balik dari system klien harus disampaikan kepada pengusaha pembaharuan melalui agen pembaharu. Dengan umpan balik ini pengusaha pembaharuan dapat mengatur kembali bagaimana sebaiknya agar komunikasi lebih efektif.

Jika tidak terdapat kesenjangan sosial dan teknik antara pengusaha pembaharuan dan klien dalam proses difusi inovasi, maka tidak perlu agen pembaharu. Tetapi biasanya pengusaha pembaharu adalah orang-orang ahli dalam inovasi yang sedang didifusikan, oleh karena itu terjadi kesenjangan pengetahuan sehingga dapat terjadi hambatan komunikasi. Disinilah pentingnya agen pembaharu untuk penyampaian difusi inovasi agar dapat mudah diterima oleh klien.

Agen pembaharu harus mampu menjalin hubungan baik dengan pengusaha pembaharuan dan juga dengan system klien. Adanya kesenjangan heterophily pada kedua sisi agen pembaharu dapat menimbulkan masalah dalam komunikasi. Sebagai penghubung antara kedua system yang berbeda sebaiknya agen pembaharu bersikap marginal, ia berdiri dengan satu kaki pada pengusaha pembaharu dan satu kaki yang lain pada klien. Keberhasilan agen pembaharu dalam melancarkan proses komunikasi antara pengusaha pembaharu dengan klien, merupakan kunci keberhasilan proses difusi inovasi. Selain itu agen pembaharu melakukan seleksi informasi untuk dapat disesuaikan dengan masalah dan kebutuhan klien.



Gambar 1. Agen Pembaharu sebagai penghubung antara pengusaha pembaharu dengan klien (Rogers, 1983, hal 314)

2. Fungsi dan Tugas Agen Pembaharu

Fungsi utama agen pembaharu adalah sebagai penghubung antara pengusaha pembaharuan (change agency) dengan klien, tujuannya agar inovasi dapat diterima atau diterapkan oleh klien sesuai dengan keinginan pengusaha pembaharuan. Kunci keberhasilan diterimanya inovasi oleh klien terutama terletak pada komunikasi antara agen pembaharu dengan klien. Jika komunikasi lancar dan efektif proses penerimaan inovasi akan lebih cepat dan makin mendekati tercapainya tujuan yang diinginkan. Sebaliknya jika komunikasi terhambat makin tipis harapan diterimanya inovasi. Oleh karena tugas utama yang harus dilakukan agen pembaharu adalah memantapkan hubungan dengan klien. Kemantapan hubungan antara agen pembaharu dengan klien, maka komunikasi akan lebih lancar. Rogers, mengemukakan ada tujuh langkah kegiatan agen pembaharu dalam pelaksanaan tugasnya inovasi pada system klien, sebagai berikut.

1. *Membangkitkan kebutuhan untuk berubah.* Biasanya agen pembaharu pada awal tugasnya diminta untuk membantu kliennya agar mereka sadar akan perlunya perubahan. Agen pembaharu mulai dengan mengemukakan berbagaimasalah yang ada, membantu menemukan masalah yang penting dan mendesak, serta meyakinkan klien bahwa mereka mampu memecahkan masalah tersebut. Pada tahap ini agen pembaharu menentukan kebutuhan klien dan juga membantu caranya menemukan masalah atau kebutuhan dengan cara konsultatif
2. *Memantapkan hubungan pertukaran informasi.* Sesudah ditentukannya kebutuhan untuk berubah, agen pembaharu harus segera membina hubungan yang lebih akrab dengan klien. Agen pembaharu dapat meningkatkan hubungan yang lebih baik kepada klien dengan cara menumbuhkan kepercayaan klien pada kemampuannya, saling mempercayai dan juga agen pembaharu harus menunjukkan empati pada masalah dan kebutuhan klien
3. *Mendiagnosa masalah yang dihadapi.* Agen pembaharu bertanggung jawab untuk menganalisa situasi masalah yang dihadapi klien, agar dapat menentukan berbagai alternatif jika tidak sesuai kebutuhan klien. Untuk sampai pada kesimpulan diagnosa agen pembaharu harus meninjau situasi dengan penuh emphati. Agen pembaharu melihat masalah dengan kacamata klien, artinya kesimpulan diagnosa harus berdasarkan analisa situasi dan psikologi klien, bukan berdasarkan pandangan pribadi agen pembaharu.
4. *Membangkitkan kemauan klien untuk berubah.* Setelah agen pembaharu menggali berbagai macam cara yang mungkin dapat dicapai oleh klien untuk mencapai tujuan, maka agen pembaharu bertugas untuk mencari cara memotivasi dan menarik perhatian agar klien timbul kemauannya untuk berubah atau membuka dirinya untuk menerima inovasi. Namun demikian cara yang digunakan harus tetap berorientasi pada klien, artinya berpusat pada kebutuhan klien jangan terlalu menoinjolkan inovasi.
5. *Mewujudkan kemauan dalam perbuatan.* Agen pembaharu berusaha untuk mempengaruhi tingkah laku klien dengan persetujuan dan berdasarkan kebutuhan klien jadi jangan memaksa. Dimana komunikasi interpersonal akan lebih efektif kalau dilakukan antar teman yang dekat dan sangat bermanfaat kalau dimanfaatkan pada tahap persuasi dan tahap keputusan inovasi. Oleh karena itu dalam hal tindakan agen pembaharu yang paling tepat menggunakan pengaruh secara tidak langsung, yaitu dapat menggunakan pemuka masyarakat agar mengaktifkan kegiatan kelompok lain.
6. *Menjaga kestabilan penerimaan inovasi dan mencegah tidak berkelanjutannya inovasi.* Agen pembaharu harus menjaga kestabilan penerimaan inovasi dengan cara penguatan

kepada klien yang telah menerapkan inovasi. Perubahan tingkah laku yang sudah sesuai dengan inovasi dijaga jangan sampai berubah kembali pada keadaan sebelum adanya inovasi.

7. *Mengakhiri hubungan ketergantungan.* Tujuan akhir tugas agen pembaharu adalah dapat menumbuhkan kesadaran untuk berubah dan kemampuan untuk merubah dirinya, sebagai anggota system social yang selalu mendapat tantangan kemajuan jaman. Agen pembaharu harus berusaha mengubah posisi klien dari ikatan percaya pada kemampuan agen pembaharu menjadi bebas dan percaya kepada kemampuan sendiri.

3. Faktor-faktor Keberhasilan Agen Pembaharu

Mengapa agen pembaharu berhasil dengan baik sedangkan yang lain tidak? Para ahli telah mencoba menjawab pertanyaan ini. Berdasarkan hasil penelitian maupun pengamatan terhadap berbagai proyek difusi inovasi dan hasilnya dirumuskan dalam bentuk generalisasi atau kesimpulan umum. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan agen pembaharu, berkenaan dengan hal-hal sebagai berikut:

- 1). **Usaha agen pembaharu** , Sebagai indicator untuk mengetahui kegigihan usaha yang dilakukan agen pembaharu. Sebagai indikator untuk mengetahui kegigihan (besarnya) usaha agen pembaharu ialah : jumlah klien yang dihubungi untuk berkomunikasi, banyaknya waktu yang digunakan untuk berpartisipasi di desa (tempat tinggal) klien dibandingkan dengan waktu di kantor atau di rumah sendiri, banyaknya keaktifan yang dilakukan dalam proses difusi inovasi, ketepatan memilih waktu untuk berkomunikasi dengan klien dan sebagainya. Makin banyak jumlah klien yang dihubungi, makin banyak waktu yang digunakan di tempat tinggal klien, makin banyak keaktifan yang dilakukan dalam proses difusi dan makin tepat agen pembaharu memilih waktu untuk berkomunikasi dengan klien, dikatakan makin gigih atau makin besar usaha klien untuk kontak dengan klien. *Dari berbagai bukti dirumuskan generalisasi bahwa Keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan besarnya usaha mengadakan kontak dengan klien.*
- 2). **Orientasi pada klien.** Sebagaimana telah kita ketahui posisi agen pembaharu berada ditengah-tengah antara pengusaha pembaharuan dan sistem klien. Agen pembaharu harus mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada pengusaha pembaharuan, tetapi dilain pihak ia juga harus bekerja bersama dan untuk memenuhi kepentingan klien. Agen pembaharu akan mengalami kesukaran jika apa yang diminta oleh pengusaha pembaharu tidak sesuai dengan kebutuhan klien. Namun demikian agen pembaharu akan berhasil melaksanakan tugasnya jika ia mampu untuk mengambil kebijakan dengan lebih berorientasi pada klien. Agen pembaharu harus menunjukkan keakraban dengan klien, memperhatikan kebutuhan klien, sehingga memperoleh kepercayaan yang tinggi dari klien. Dengan dasar hubungan yang baik itu agen pembaharu dapat mengambil kebijakan menyesuaikan kebutuhan klien dengan kemauan pengusaha Pembaharuan. Tetapi jika agen pembaharu tampat berorientasi pada pengusaha pembaharuan, maka akan dianggap lawan oleh klien dan sama sekali tidak dapat mengadakan kontak atau komunikasi. Dari berbagai bukti hasil pengamatan dan penelitian dirumuskan generalisasi (2). *Keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan orientasi pada klien dari pada orientasi pada pengusaha pembaharuan.*
- 3). **Sesuai dengan kebutuhan klien.** Salah satu tugas agen pembaharu yang sangat penting dan sukar melaksanakannya ialah mendiagnosa kebutuhan klien. Banyak terbukti usaha difusi inovasi gagal karena tidak mendasarkan kebutuhan klien, tetapi lebih mengutamakan pada target inovasi sesuai kehendak pengusaha pembaharuan. Sebagai contoh, disebuah desa suku Indian, mendapat dana dari pemerintah untuk membangun irigasi agar dapat meningkatkan hasil

pertaniannya. Tetapi sangat dibutuhkan orang di desa itu tendon air untuk minum, karena mereka harus berjalan sejauh 3 km untuk mendapatkan air sungai. Maka akhirnya penduduk membangun waduk air bukan di sawah tetapi didekat desa dan menggunakan air itu untuk minum bukan untuk irigasi. (Rogers, 1983, hal 320)

Dari berbagai bukti itu, dirumuskan *generalisasi (3)*. 'Keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan kesesuaian program difusi dengan kebutuhan klien.

4). *Emphati*. Seperti telah kita ketahui bahwa emphati akan mempengaruhi efektifitas komunikasi. Komunikasi yang efektif akan mempercepat diterimanya inovasi. *Generalisasi (4)* 'Keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan emphatic terhadap klien.

Perlu diperhatikan bahwa makin banyak perbedaan antara agen pembaharu dengan klien makin sukar agem pembaharu menunjukan emphatic. Untuk mengatasi hal ini biasanya diadakan pemilihan calon agen pembaharu dipilhkan orang yang mempunyai latar belakang kehidupan sesuai dengan klien dimana agen pembaharu akan bekerja.

5). *Homophily*. Sebagaimana telah kita ketahui yang dimaksud dengan homophily ialah pasangan individu yang berinteraksi dengan memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang sama (sama bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan sebagainya). Heterophily ialah pasangan individu yang berinteraksi dengan memiliki ciri-ciri atau karakteristik yang berbeda. Biasanya agen pembaharu yang berbeda dengan klien lebih disegani, dan lebih suka mengadakan dengan klien yang memiliki persamaan dengan dia. Dari pernyataan umum ini melahirkan serangkaian generalisasi yang ditunjang dengan bukti-bukti berdasarkan pengalaman para ahli. *Generalisasi (5)* 'Kontak yang dilakukan agen pembaharu berhubungan positif dengan status sosial antara klien'. *Generalisasi (6)* 'Kontak yang dilakukan agen pembaharu berhubungan positif dengan besarnya partisipasi social antar klien.

Generalisasi (7) 'Kontak yang dilakukan agen pembaharu berhubungan positif dengan tingginya tingkat pendidikan antara klien'. *Generalisasi (7)* 'Kontak yang dilakukan asgen pembaharu, berhungan positif dengan sifat cosmopolitan antara klien. Generalisasi tersebut berdasarkan pemikiran bahwa kontak komunikasi antara agen pembaharu dengan klien akan lebih efektif jika homophily'.

6). *Kontak agen pembaharu dengan klien yang berstatus lebih rendah*. Sebenarnya klien yang kurang mampu ekonominya, rendah pendidikannya, harus mendapat lebih banyak bantuan dan bimbingan dari agem pembaharu. Tetapi sesuai dengan prinsip homophily maka justru agen pembaharu lebih banyak kontak dengan klien yang berstatus lebih tinggi baik pendidikan maupun ekonominya. Sehingga dapat timbul pendapat yang kurang benar dari agen pembaharu yang menyatakan bahwa klien yang berstatus lebih rendah tidak termasuk tanggungjawabnya dalam pelaksanaan difusi inovasi. Jika ini terjadi maka akibatnya makin parah, karena makin terbuka kemungkinan klien yang berstatus lebih rendah tidak terjamah sama sekali oleh bantuan agen pembaharu. Salah satu cara untuk mengatasi dengan jalan memilih pembaharu yang sedapat mungkin sama dengan klien atau paling tidak mendekati, misalnya sama daerahnya, sama bahasanya, sama kepercayaannya dan sebagainya. Dengan dasar itu maka dirumuskan *generalisasi (9)* 'Keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan klien yang homophily'.

Dalam pelaksanaan difusi inovasi sering diadakan latihan atau penataran agen pembaharu. Dalam penataran atau latihan itu diberi petunjuk tentang cara pelaksanaan penyebaran inovasi dengan berbagai macam teknik yang dianggap relevan dengan klien. Tetapi tidak selalu menunjukkan bahwa hasil latihan akan meningkatkan kemampuan dalam penampilan berkomunikasi dengan klien, bahkan makin tinggi jarak pengetahuan agen pembaharu dengan klien. Jadi terjadi masalah hubungan agen pembaharu dengan klien heterophily. Salah satu cara mengatasi ini dengan mengadakan pembantu profesional.

7).Pembantu para-profesional. Pembantu para-profesional ialah orang yang bertugas membantu agen pembaharu agar terjadi kontak dengan klien yang berstatus lebih rendah. Pembantu para-profesional dari segi pengetahuan tentang inovasi dan teknik penyebaran inovasi, kurang dari agen pembaharu. Tetapi dengan mengangkat pembantu para-profesional ada keuntungannya yaitu biaya lebih rendah dapat kontak dengan klien yang berstatus lebih rendah dari agen pembaharu, karena para pembantu para-profesional lebih dekat dengan klien (homophily).

8).Kepercayaan klien terhadap agen pembaharu (credibility). Pembantu agen pembaharu (aide) kurang memperoleh kepercayaan dari klien, jika ditinjau dari segi kompetensi profesional karena ia memang kurang profesional. Tetapi pembantu agen pembaharu, memiliki kepercayaan dari klien karena adanya hubungan yang akrab sehingga tidak timbul kecurigaan. Klien percaya pada pembantu agen pembaharu karena keyakinannya akan membawa kebaikan bagi dirinya, yang disebut: kepercayaan, keselamatan (Safety, credibility). Pada umumnya agen pembaharu (professional dan heterophily) memiliki kepercayaan kompetensi (competency credibility), sedangkan pembantu agen pembaharu (tidak profesional dan homophily) memiliki kepercayaan keselamatan (safety, credibility). Seharusnya agen pembaharu yang ideal harus memiliki kedua kepercayaan tersebut secara seimbang. Tetapi hal ini sukar diperoleh, karena jika agen pembaharu itu professional berarti ia sarjana yang menguasai ilmu dan teknik, maka timbul perbedaan dengan klien yang berpendidikan rendah (heterophily). Salah satu cara untuk mengatasi ini dengan jalan mengangkat orang yang telah menerima dan menerapkan inovasi, sebagai pembantu agen pembaharu mempengaruhi teman-temannya (anggota system klien yang lain) untuk menerima inovasi. Cara ini telah terbukti berhasil di India dalam difusi inovasi keluarga berencana dengan cara pasektomi. Pengusaha pembaharu memberi upah kepada orang yang sudah melaksanakan vasektomi yang mau dijadikan Canvasser (membantu mencari pengikut KB) Ternyata canvasser di India ini memiliki keseimbangan antara kepercayaan kompetensi dan kepercayaan keselamatan. Ia dimata klien telah memiliki kompetensi karena telah berpengalaman menjalani operasi vasektomi. Canvasser juga memperoleh kepercayaan keselamatan, karena ia memiliki banyak persamaan dengan klien (homophily), sama dari status ekonomi lemah, sama tingkat pendidikannya, sama asal daerahnya, sama bahasanya dan sebagainya. Jadi canvasser di India berhasil karena pembantu agen pembaharu memiliki keseimbangan kepercayaan baik kompetensi maupun keselamatan, dan ditambah lagi biaya honorariumnya lebih murah dari pada agen pembaharu yang professional. Dengan pengalaman itu dirumuskan *generalisasi (10) 'Keberhasilan agen pembaharu berhubung positif dengan kepercayaan (credibility) dari sudut pandang klien.*

9).Profesional semu. Sebagaimana kita ketahui bahwa pembantu agen pembaharu dapat memberikan beberapa keuntungan seperti biaya operasional rendah, dan dapat menjembatani kesenjangan heterophily, namun tidak berarti bahwa agen pembaharu lalu sama sekali tidak diperlukan. Agen pembaharu tetap masih sangat dibutuhkan untuk menatar atau memilih pembantu agen pembaharu, mengadakan super visi, dan juga membantu mencegah masalah yang tidak dapat diselesaikan oleh pembantu agen pembaharu. Satu masalah yang sering dijumpai pembantu agen pembaharu ialah timbulnya profesional semu yang terjadi karena pembantu agen pembaharu bergaya seperti agen pembaharu professional. Ia memakai pakaian, cara bertindak, dan sebagainya yang menyamai tenaga agen pembaharu professional. Secara psikologis hal ini wajar, karena ia mengagumi kehebatan kompetensi profesional agen pembaharu, sehingga berusaha meniru agar menambah wibawa. Tetapi sebenarnya yang diperoleh justru terbalik, karena dengan bergaya seperti tenaga professional akan menghilangkan fungsinya untuk menjembatani kesenjangan heterophily. Biasanya jika pembantu agen pembaharu menyadari adanya masalah profesional semu, mereka akan berusaha dan berhati-hati dalam bertindak sehingga terhindar dari hambatan terjadinya profesional semu tersebut.

10).Pemuka pendapat. Dimuka masyarakat atau system social sering terdapat orang yang pendapat-pendapatnya mudah diikuti oleh teman-teman sekelompoknya. Orang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan pengetahuan, sikap, dan tingkah laku orang lain secara informal, dengan tujuan tertentu, disebut pemuka pendapat. Dari berbagai pengalaman dan pengamatan para ahli menunjukkan bahwa banyak difusi inovasi berhasil dengan cara memanfaatkan pemuka pendapat yang ada didalam system social. Maka dirumuskan *generalisasi (11) 'Keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan besarnya usaha untuk bekerja sama dengan pemuka pendapat.*

Waktu bagi agen pembaharu merupakan sumber yang sangat berharga. Dengan memusatkan komunikasi pada pemuka pendapat yang terdapat dalam system social, agen pembaharu dapat mempercepat penerimaan inovasi. Usaha ini lebih ekonomis karena akan menghemat waktu. Agen pembaharu cukup berkomunikasi dengan beberapa orang pemuka pendapat, tidak perlu berkomunikasi dengan semua anggota system social satu persatu. Dan juga banyak difusi inovasi yang menunjukkan jika pemuka pendapat telah menerima dan menerapkan inovasi akan segera diikuti oleh anggota system social yang lain, bahkan mungkin sukar untuk menghentikannya. Berdasarkan pengamatan dan pengalaman para ahli sering terjadi agen pembaharu salah menunjuk innovator sebagai pemuka pendapat. Mungkin cirri-cirinya hampir sama, bahwa innovator mempunyai sifat-sifat lebih terbuka, lebih modern tapi belum tentu orang itu sebagai pemuka pendapat. Bedanya cukup jelas bahwa pemuka pendapat tingkah lakunya mudah diikuti oleh orang lain, sedangkan innovator hanya lebih dulu menerima inovasi. Jika agen pembaharu lebih memusatkan kegiatan komunikasinya pada innovator daripada pemuka pendapat, maka hasilnya akan tampak dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang inovasi, tetapi tidak banyak pengikutnya. Tingkah laku innovator tidak menjamin diikutinya oleh anggota klien pada umumnya.

Kesukaran lain yang sering dijumpai agen pembaharu jika agen pembaharu terlalu ketat dalam menentukan persyaratan untuk memilih pemuka pendapat dan kemudian perhatian hanya dipusatkan pada sekelompok pemuka pendapat tersebut, maka yang akan terjadi ialah pemuka pendapat itu menjadi lebih inovatif dan juga menjadi kelompoknya agen pembaharu dari sudut pandang klien. Jika ini yang terjadi kasusnya sama dengan professional semu, yang diperoleh justru merusak hubungan antara pemuka pendapat dengan pengikutnya dan juga ada kemungkinan agen pembaharu tidak diperlukan lagi.

11).Kemampuan klien untuk menilai inovasi. Salah satu keunikan agen pembaharu dalam proses difusi inovasi, ialah memiliki kompetensi teknik, yang menyebabkan ia berwenang untuk bertindak sesuai dengan keahliannya dalam mengarahi klien untuk menerima inovasi. Tetapi jika agen pembaharu melakukan pendekatan jangka panjang dalam mencapai tujuan inovasi, maka ia harus berusaha membangkitkan klien agar memiliki kemampuan teknik dan kemampuan menilai potensi inovasi yang dicapainya sendiri. Dengan kata lain agen pembaharu harus berusaha menjadikan klien menjadi agen pembaharu dirinya sendiri. Bahwa keberhasilan agen pembaharu berhubungan positif dengan meningkatnya kemampuan klien untuk menilai inovasi. Tetapi pada umumnya agen pembaharu hanya bekerja dalam jangka pendek, terutama untuk melancarkan proses kecepatan diterimanya inovasi. Kesadaran dan kemampuan memperbaharui diri dengan percaya kepada kemampuan sendiri menjadi tujuan dari pengusaha pembaharuan, sedangkan seberapa kadar yang dapat dicapai tergantung pada usaha agen pembaharu.

4. Sistem Difusi Sentralisasi dan Desentralisasi

Sistem difusi yang telah berpuluh-puluh tahun digunakan ialah system difusi sentralisasi, yang sering disebut juga system difusi model klasik. Adapun ciri-ciri pokok system difusi sentralisasi ialah: ide inovasi muncul dari para ahli yang kemudian disebarluaskan dalam

bentuk paket yang seragam kepada anggota system social yang mungkin akan menerima atau menolak inovasi. Peranan klien dalam proses difusi sebagai penerima yang pasif. Sistem difusi sentralisasi ini pada mulanya dianggap telah berhasil dengan baik untuk menyebarluaskan inovasi di bidang pertanian. Para ahli pertanian yang menemukan suatu *ide baru*, kemudian ditentukan bagaimana cara penyebarannya, siapa yang menyebarkan, siapa sasaran utama untuk menerima ide baru tersebut, dan perencanaan lainnya, semuanya ditentukan oleh sekelompok ahli.

Kemudian mulai 1970 Rogers menyadari bahwa system difusi sentralisasi tidak dapat terlaksana persis seperti apa yang telah direncanakan oleh penemunya, tapi kenyataannya banyak terjadi modifikasi atau re-invensi dalam penerapannya di lapangan. Demikian pula Schon pada tahun 1971 mengatakan bahwa teori difusi jauh lebih tertinggal dari kenyataan timbulnya tantangan, perlu system difusi yang baru. Ia menyatakan bahwa system sentralisasi tidak dapat menampung munculnya ide-ide baru dari berbagai bidang yang sangat kompleks, dan terjadinya difusi melalui jalur yang horizontal. Maka kemudian timbul system difusi desentralisasi yang ditandai dengan: munculnya ide baru tidak dari seorang atau sekelompok ahli, tetapi dapat dari siapa saja dan juga proses penyebarannya diatur oleh calon penerima inovasi sendiri. Jadi sasaran inovasi juga berperan sebagai agen pembaharu.

Perbandingan antara system difusi sentralisasi dan difusi desentralisasi, diuraikan secara singkat sebagai berikut.

Sistem difusi sentralisasi.

- (1) Wewenang pengambil keputusan dan kebijakan, berada pada administrator pemerintah pusat dan para ahli bidang ilmu (technical subject-matter expert).
- (2) Arah difusi dari pusat ke bawah (top-down), artinya dari para ahli (penemu inovasi) disebarkan ke para sasaran penerima inovasi di daerah.
- (3) Sumber inovasi, dari organisasi formal "Penelitian dan Pengembangan" yang ditangani oleh para ahli.
- (4) Penetapan difusi inovasi dilakukan oleh tenaga administrator di pusat dan para ahli di bidang ilmu.
- (5) Pendekatan yang digunakan berorientasi pada inovasi, penentuan kebutuhan klien berdasarkan adanya inovasi, dengan teknik pelaksanaan didorong dari atas.
- (6) Tidak banyak terjadi re-inversi serta modifikasi untuk disesuaikan dengan kondisi setempat selama dalam proses difusi inovasi.

Sistem difusi desentralisasi :

- (1) Keputusan dan kebijakan diambil secara bersama oleh anggota-anggota system difusi. Klien dikontrol oleh pimpinan masyarakat setempat.
- (2) Arah difusi secara horizontal dari kelompok ke kelompok (peer diffusion).
- (3) Sumber inovasi datang dari percobaan bukan mesti orang ahli dari wilayah setempat, yang juga sering jadi pemakainya.
- (4) Penetapan difusi inovasi oleh kelompok masyarakat setempat (lokal) berdasarkan penilaian inovasi secara informal.
- (5) Menggunakan pendekatan yang berorientasi kepada pemecahan masalah , yang timbul dari apa yang diamati dan dirasakan oleh masyarakat setempat, teknik pelaksanaan ditarik dari bawah.
- (6) Banyak terjadi re-inversi dan penyesuaian dengan kondisi setempat selama dalam proses difusi antar anggota system social.

Dalam pelaksanaan difusi inovasi tidak dapat dibedakan secara tegas mana yang Sentralisasi dan yang desentralisasi, biasanya mana yang lebih dominant dari ciri-ciri tersebut, sehingga difusi cenderung yang sentralisasi atau desentralisasi. Rogers menggambarkan rentangan difusi inovasi yang merupakan continuum dari desentralisasi ke sentralisasi.

Kelebihan dan kelemahan system difusi desentralisasi. Sistem difusi desentralisasi disamping memiliki kelebihan juga memiliki kelemahan jika dibandingkan dengan system sentralisasi. Adapun kelebihan system desentralisasi ialah bahwa difusi inovasi yang dilakukannya sesuai dengan kebutuhan klien. Hal ini terjadi karena klien sebagai pemakai juga turut ikut berpartisipasi dalam membuat berbagai keputusan, seperti mana problem yang paling mendesak, bagaimana inovasi akan diterima, perlukah modifikasi atau re-invensi dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi setempat, dan juga klien ikut mengontrol pelaksanaan difusi. Masalah kesenjangan klien-agen pembaharu heterophily tidak terjadi, atau kalau ada sangat kecil kemungkinannya. Motivasi untuk menerima inovasi datang dari klien sendiri, dan kemungkinan besar biaya operasional lebih murah, yang jelas tidak perlu biaya untuk memberi upah tenaga ahli. Dan juga pengembangan sikap percaya pada kemampuan sendiri terpujuk dalam difusi desentralisasi.

Kelemahan system difusi desentralisasi jika dibandingkan dengan system difusi sentralisasi antara lain:

- (1) Jika inovasi yang akan disebarluaskan memerlukan tenaga ahli (sarjana bidang ilmu tertentu), maka system ilmu desentralisasi kurang tepat digunakan karena akan terjadi kesukaran mencari tenaga ahli.
- (2) Sistem difusi desentralisasi yang dilaksanakan secara ekstrim memiliki kelemahan kurang adanya koordinasi, untuk menentukan mana masalah yang dihadapi, inovasi mana yang tepat digunakan, siapa yang mengontrol pelaksanaan difusi, dan sebagainya.
- (3) Pada suatu saat kadang-kadang memang diperlukan menyebarkan inovasi yang klien tidak merasa memerlukan. Maka jika menggunakan system desentralisasi tidak akan terjadi difusi. Misalnya program KB di Afrika, Amerika Latin, dan Asia, semuanya dengan sentralisasi. Kalau menggunakan desentralisasi maka tidak akan terjadi difusi, karena klien belum merasa perlu KB.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa

- (a) Sistem difusi desentralisasi lebih tepat digunakan untuk menyebarkan inovasi yang tidak melibatkan tenaga ahli tingkat tinggi dan sasaran perubahan heterogen. Jika sasaran perubahannya homogen secara relative lebih tepat dengan system sentralisasi.***
- (b) Dapat juga dilakukan kombinasi antar beberapa unsure system desentralisasi dan system sentralisasi. Misalnya untuk koordinasi kegiatan menggunakan system sentralisasi, tetapi untuk menentukan mana inovasi yang akan didifusikan berdasarkan kebutuhan dengan system desentralisasi.***

BAB III

PEMBAHASAN

Pada Pendidikan Luar Sekolah, bahwa difusi inovasi merupakan suatu proses pembelajaran, dimana masyarakat atau klien dipandang sebagai warga belajar. Adapun bahan pembelajaran berupa ide-ide baru bias dalam bentuk pengentasan kemiskinan berbasis masyarakat, penggunaan alat kontrasepsi KB dan sebagainya. Fasilitator sebagai agen pembaharu, bias dari unsure aparaturnya pemerintah seperti guru, penyuluh pertanian,pekerja social,penyuluh KB yang kompeten dalam bidangnya. Dalam hal ini pengusaha pembaharu adalah lembaga pemerintah yang pada umumnya sentralistik, dan fasilitator senantiasa berperan sebagai jembatan antara kepentingan lembaga pemerintah dengan masyarakat atau klien.

Terdapat beberapa factor yang mempengaruhi keberhasilan difusi inovasi (pembelajaran) diantaranya; kegigihan agen pembaharu , orientasi pada klien, sesuai dengan kebutuhan klien, emphatic, homophily, kontak agen pembaharu dengan status yang lebih rendah dan sebagainya.

Pada umumnya agen pembaharu dalam menyebarkan ide-ide barunya, telah mempersiapkan beberapa kebutuhan berupa bahan, alat/media, termasuk pedoman pelaksanaan untuk memperlancar penyampaian ide-ide kepada masyarakat sesuai dengan tujuan yang diharapkan pengusaha pembaharu. Misalnya bagaimana cara membangkitkan kebutuhan untuk berubah, bagaimana mewujudkan kemauan dalam perbuatan,bagaimana mendiagnosa masalah yang dihadapi, menjaga kestabilan penerimaan inovasi dan bagaimana mengahiri hubungan ketergantungan. Semua factor itu harus disiapkan dengan matang oleh agen pembaharu agar dalam penyebaran difusi inovasi tidak mengalami banyak hambatan.

Hal yang perlu diperhatikan dalam penyebaran difusi inovasi oleh agen pembaharu harus mulai bersifat desentralisasi, karena masyarakatlah (klien) yang mengetahui dan merasakan apa yang menjadi masalah dan kebutuhannya. Ide-ide baru muncul dari masyarakat dan dilaksanakan oleh masyarakat, sehingga dapat terjadi proses pembelajaran secara partisipatif. Agen pembaharu sebagai pendamping dan pengusaha pembaharuan dapat mendorong dalam penguatan manajemen dan formula dalam percepatan difusi serta implementasi inovasi.