

## **Karakteristik, Proses Keputusan, Dufusi, Diseminasi dan Strategi Inovasi Pendidikan**

**Indra Taupik Saleh<sup>1</sup>, Muhidin<sup>2</sup>, Qiqi Yuliati Zakiah<sup>3</sup>, Mohamad Erihadiana<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung

[indrataupiks99@gmail.com](mailto:indrataupiks99@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhidin2004@gmail.com](mailto:muhidin2004@gmail.com)<sup>2</sup>, [qqzakiah67@gmail.com](mailto:qqzakiah67@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[erihadiana@uinsgd.ac.id](mailto:erihadiana@uinsgd.ac.id)<sup>4</sup>

### **ABSTRACT**

*Innovation in education is necessary, so that there is a change and provide something new that can improve the quality of education both nationally and internationally. In realizing educational innovation, there is a characteristic that can give color in the innovation itself. And in its implementation requires a decision process that is really mature and not rushed. Before becoming a decision usually the innovation begins from a diffusion that is then organized and systematically designed to be conducted a trial that later turns into dissemination, which is a process in applying innovations that have existing results and considered successful. And success itself requires a strategy so as not to miss the mark and can be used as best as possible, so that the innovation itself really becomes something new and has a positive impact.*

**Keywords:** *characteristics, decision process, diffusion, dissemination, strategy*

### **ABSTRAK**

Inovasi dalam pendidikan sangatlah diperlukan, supaya ada perubahan dan memberikan sesuatu yang baru yang dapat meningkatkan terhadap kualitas pendidikan baik secara nasional maupun internasional. Dalam mewujudkan inovasi pendidikan diperlukan adanya sebuah karakteristik yang dapat memberikan warna dalam inovasi itu sendiri. Dan dalam pelaksanaannya memerlukan sebuah proses keputusan yang benar-benar matang dan tidak terburu-buru. Sebelum menjadi sebuah keputusan biasanya inovasi itu berawal dari sebuah difusi yang kemudian disusun dan dirancang dengan sistematis untuk dilakukan sebuah uji coba yang nantinya berubah menjadi diseminasi, yakni suatu proses dalam menerapkan inovasi yang sudah ada hasil dan dianggap berhasil. Dan keberhasilan itu sendiri memerlukan adanya sebuah strategi agar tidak meleset dari sasaran dan dapat digunakan dengan sebaik mungkin, sehingga inovasi itu sendiri benar-benar menjadi sesuatu yang baru dan memberikan dampak positif.

**Kata kunci:** karakteristik, proses keputusan, difusi, diseminasi, strategi

## **PENDAHULUAN**

Zaman semakin berkembang, sehingga berpengaruh terhadap semua aspek, Salah satunya adalah aspek pendidikan. Pada abad sebelumnya pembelajaran itu cenderung monoton dan satu arah, kemudian diubah dengan beberapa metode supaya pembelajaran tersebut terpusat pada siswa. Tetapi, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa masalah yang muncul karena beberapa sebab.

Salah satu masalah yang muncul disebabkan karena lamban perubahan yang dilakukan oleh para penggerak pendidikan. Harusnya ada beberapa inovasi yang harus dilakukan agar pendidikan kita mampu bersaing dengan negara lain. Adapun inovasi yang telah direncanakan dengan baik, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa hambatan di lapangan, sehingga inovasi itu kurang efektif dalam penerapannya.

Penyebab kurang efektifnya pembelajaran di Indonesia diakibatkan masih ada beberapa guru yang tidak mampu untuk dibawa ke arah yang lebih maju, faktor utama yang menjadi kendala bagi para guru adalah minimnya terhadap pengetahuan tentang IT, serta sulitnya beradaptasi dengan dunia yang serba digital. Sehingga guru yang kurang kompeten akan menjadi penghambat dalam penyelenggaraan inovasi pendidikan.

Pada satu tahun terakhir ini di dunia digoncangkan dengan adanya covid 19 yang membuat para pendidik harus banting stir menuju ke arah yang lebih modern yakni mengubah pembelajaran yang bersifat manual menjadi digital, dan sifatnya memaksa harus dilakukan. Dan jika tidak dilakukan maka pendidikan di indonesia akan jauh tertinggal oleh negara lain. Untuk beradaptasi dengan kebutuhan siswa di zaman modern ini, maka diperlukan adanya sebuah inovasi dalam pendidikan. Ini merupakan salah satu usaha agar kita mampu bersaing di level internasional. Namun, berbicara inovasi pendidikan kita harus mengetahui beberapa hal, yakni : karakteristik, proses keputusan, difusi, diseminasi dan strategi inovasi pendidikan. Yang akan dibahas pada bab selanjutnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui model pengembangan pengelolaan pendidikan karakter di madrasah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang merupakan desain penelitian yang bersifat alamiah, dalam arti peneliti tidak berusaha memanipulasi setting penelitian, melainkan melakukan studi terhadap suatu fenomena.

Alasan menggunakan metode penelitian kualitatif adalah berdasarkan pendapat yaitu penelitian kualitatif umumnya dipakai apabila peneliti tertarik untuk mengeksplorasi dan memahami satu fenomena sentral, seperti proses atau peristiwa. Data yang muncul dalam penelitian kualitatif ini berbentuk kata-kata, dan bukan rangkaian angka. Cara-cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data adalah dengan melakukan wawancara langsung dan analisis data.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *content analysis*. Kajian isi adalah metode penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang shahih dari sebuah buku ataupun dokumen. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan tinjauan pustaka dan wawancara langsung. (Moleong, 2000).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik

Istilah karakter dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mempunyai arti sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain, tabiat, watak. Karakteristik seseorang merupakan sifat yang membedakan seseorang dengan yang lain berupa pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jumlah anak, dan jumlah keluarga dalam rumah tangga yang mempengaruhi perilaku seseorang. Karakteristik atau ciri-ciri individu digolongkan ke dalam tiga kelompok yaitu:

- 1) Ciri-ciri demografi, seperti jenis kelamin dan umur.
- 2) Struktur sosial, seperti tingkat pendidikan, status pekerjaan, kesukaan atau ras, dan sebagainya.
- 3) Manfaat-manfaat kesehatan seperti keyakinan bahwa pelayanan kesehatan dapat menolong proses penyembuhan penyakit. (Notoatmodjo, 2012).

Jadi karakteristik itu merupakan ciri-ciri yang dimiliki dalam suatu bentuk atau sistem yang dapat dengan mudah dipahami oleh orang lain. Adapun kaitannya dengan inovasi pendidikan, bahwasannya dalam berinovasi kita harus memberikan sesuatu yang baru di dunia pendidikan dan mampu diterima dengan baik oleh masyarakat dengan wujud yang berbeda.

Vanterpool mengatakan bahwa karakteristik inovasi pendidikan yang memprediksikan kemungkinan besar akan sukses adalah berikut:

- a) Relative advantage, artinya relatif berguna dibandingkan dengan yang telah ada sebelumnya.
- b) Compatibility, artinya apakah inovasi tersebut akan konsisten terhadap nilai-nilai, pengalaman dan kebutuhan para adopter.
- c) Testability, artinya seberapa jauh inovasi tersebut bisa diujicobakan di sekolah-sekolah atau di lembaga pendidikan

d) Observability, artinya apakah inovasi tersebut dapat diperlihatkan secara nyata hasilnya kepada para peserta didik dan Apakah kita bisa melihat variasi-variasi saat mengaplikasikan inovasi tersebut.

e) Complexity, artinya apakah guru-guru memerlukan pelatihan untuk mengaplikasikan inovasi tersebut dan apakah akan menambah tugas kerja guru.

Sedangkan menurut Everett M. Rogers mengemukakan bahwa karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi cepat atau lambatnya penerimaan suatu inovasi adalah sebagai berikut:

a.Keunggulan relatif, yaitu sejauh mana inovasi dapat memberikan manfaat atau keuntungan, bagi penerimanya, yang dapat diukur berdasarkan nilai ekonominya, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lainnya.

b. Konfirmanilitas atau Kompatibel (Compatibility), yaitu tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai (value), pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima.

c.Kompleksitas (complexity), yaitu tingkat kesukaran atau kerumitan untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima.

d. Trialabilitas (Trialability), yaitu dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima.

e.Dapat diamati (Observability) yaitu mudah atau tidaknya diamati suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat. Adapun beberapa kemampuan bidang yang dapat diamati, diantaranya:

- 1) manajemen pendidikan,
- 2) metodologi pengajaran,
- 3) media pembelajaran,
- 4) sumber belajar,
- 5) pelatihan guru,
- 6) implementasi kurikulum,dll (Munib, n.d.)

Dengan demikian bahwa karakteristik dalam inovasi pendidikan adalah karakter atau ciri yang muncul dalam menciptakan pembaruan dalam bidang pendidikan dengan beberapa factor pendukung yang dijadikan sebagai rujukan, seperti: adanya manfaat, mengandung nilai-nilai yang sesuai dengan kebutuhan, mempunyai tingkat kesukaran dan mampu untuk diamati dari pelaksanaannya.

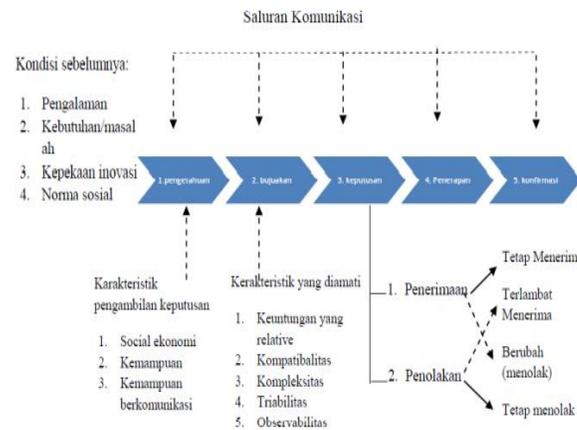
## 2. Proses Keputusan

Proses keputusan inovasi adalah proses yang dilalui (dialami) individu (unit pengambil keputusan yang lain), mulai dari pertama tahu adanya inovasi, kemudian dilanjutkan dengan keputusan setuju terhadap inovasi, penetapan keputusan menerima atau menolak inovasi, implementasi inovasi, dan konfirmasi terhadap keputusan inovasi yang telah diambilnya.(Syafaruddin, Asrul, Mesiono, 2012)

Proses keputusan inovasi bukanlah kegiatan yang dapat berlangsung seketika, tetapi merupakan serangkaian kegiatan yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu,

sehingga individu atau organisasi dapat menilai gagasan yang baru itu sebagai bahan pertimbangan untuk selanjutnya akan menolak atau menerima inovasi dan menerapkannya.

Menurut Rogers yang dikutip oleh (Rusydi, 2017) memaparkan tahapan proses keputusan inovasi sebagaimana terlihat pada gambar berikut ini:



dalam inovasi pendidikan adalah sebagai

dengan tahap pengetahuan, yaitu tahap inovasi dan ingin tahu bagaimana inovasi dipahami melainkan membuka diri untuk diri terhadap inovasi tentu dilakukan

di proses keputusan inovasi, seseorang menanggapi terhadap inovasi. Jika pada tahap pengetahuan proses kegiatan mental yang utama adalah di bidang kognitif, maka pada tahap persuasi, proses kegiatan mental yang berperan utama adalah bidang afektif atau perasaan.

### c. Tahap Keputusan (Decision)

Tahap keputusan dari proses keputusan inovasi, berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarahkan untuk menetapkan menerima atau menolak inovasi. Menerima berarti sepenuhnya akan menerapkan inovasi. Menolak inovasi berarti tidak akan menerapkan inovasi tersebut. Seringkali terjadi seseorang menerima inovasi setelah ia mencoba lebih dahulu atau mencoba sebagian kecil lebih dahulu, kemudian dilanjutkan secara keseluruhan jika sudah terbukti berhasil sesuai dengan yang diharapkan.

### d. Tahap Implementasi (Implementation)

Tahap implementasi dari proses keputusan inovasi terjadi apabila seseorang menerapkan inovasi. Pada tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan. Keputusan penerimaan gagasan atau ide baru dibuktikan dalam praktik. Pada umumnya implementasi tentunya mengikuti hasil keputusan inovasi, tetapi dapat juga terjadi karena sesuatu hal, sesudah memutuskan menerima inovasi tersebut namun tidak diikuti implementasinya. Biasanya hal ini terjadi karena fasilitas penerapannya tidak tersedia.

### e. Tahap Konfirmasi (Confirmation)

Pada tahap konfirmasi ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya dan orang tersebut dapat menarik kesimpulan kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula. Tahap

konfirmasi sebenarnya berlangsung secara berkelanjutan sejak terjadi keputusan menerima atau menolak inovasi yang berlangsung dalam waktu yang tidak terbatas. Selama dalam konfirmasi, seseorang berusaha menghindari terjadi disonansi, paling tidak berusaha menguranginya.

Setidaknya terdapat 4 (empat) tipe keputusan inovasi yaitu: keputusan inovasi opsional, keputusan inovasi kolektif, keputusan inovasi otoritas dan keputusan inovasi kontigensi. (Rusdiana, 2014).

a) Keputusan inovasi opsional.

Keputusan inovasi opsional adalah pemilihan menerima atau menolak inovasi berdasarkan keputusan yang ditentukan oleh individu secara mandiri tanpa bergantung atau terpengaruh dorongan anggota sistem sosial yang lain, meskipun orang yang mengambil keputusan itu berdasarkan norma sistem sosial atau hasil komunikasi interpersonal dengan anggota sistem sosial lainnya. Jadi hakikat pengertian keputusan opsional adalah individu yang berperan sebagai pengambil keputusan untuk menerima atau menolak inovasi.

b) Keputusan inovasi kolektif.

Keputusan inovasi kolektif adalah pemilihan untuk menerima atau menolak inovasi berdasarkan keputusan yang dibuat secara bersama-sama dengan kesepakatan antar anggota sistem sosial. Semua anggota sistem sosial harus menaati keputusan bersama yang telah dibuat. Misalnya, atas kesepakatan semua warga sekolah untuk tidak membeli alat tulis kantor (ATK) di sekitar sekolah yang kemudian disahkan pada rapat semua warga sekolah. Konsekuensinya semua warga sekolah tersebut harus menaati keputusan yang telah dibuat, walaupun mungkin secara pribadi masih ada beberapa individu yang masih berkeberatan.

c) Keputusan inovasi otoritas.

Keputusan inovasi otoritas adalah pemilihan untuk menerima atau menolak inovasi berdasarkan keputusan yang dibuat oleh seseorang atau sekelompok orang yang mempunyai kedudukan, status, wewenang, atau kemampuan yang lebih tinggi daripada anggota lain dalam suatu sistem sosial.

d) Keputusan inovasi kontigensi.

Keputusan inovasi kontigensi yaitu pemilihan menerima atau menolak suatu inovasi dapat dilakukan setelah ada keputusan inovasi yang mendahuluinya. Misalnya, di sebuah perguruan tinggi, seorang dosen tidak mungkin untuk memutuskan secara opsional untuk memakai komputer sebelum didahului keputusan oleh pimpinan fakultasnya untuk melengkapi peralatan di fakultas dengan komputer. Jadi, ciri pokok dari keputusan inovasi kontingen adalah digunakannya dua atau lebih keputusan inovasi secara bergantian untuk menangani suatu difusi inovasi, baik keputusan opsional, kolektif, maupun otoritas.

### 3. Difusi

Difusi adalah bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan atau ide baru. Dalam kasus difusi, karena pesan-pesan yang disampaikan itu baru, ada resiko bagi penerima, yaitu bahwa perbedaan tingkah laku dalam kasus penerimaan inovasi jika dibandingkan dengan pesan biasa. Difusi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial. Difusi dapat dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru. Disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Jelas disini bahwa istilah difusi tidak terlepas dari kata inovasi. (Madaniyah, 2020)

Menurut Rusdiana (2014:26) menjelaskan difusi adalah jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Dengan kata lain difusi adalah bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru. Sedangkan menurut Sa'ud (2015:28) menjelaskan difusi adalah proses komunikasi inovasi antara warga masyarakat (anggota sistem sosial) dengan menggunakan saluran tertentu.

Kaitannya dengan inovasi bahwa difusi inovasi adalah proses berkomunikasi melalui strategi yang terencana dengan tujuan untuk diadopsi. Tujuan akhir yang ingin dicapai adalah untuk terajadinya perubahan. Tahap pertama dalam proses ini adalah memangkitkan kesadaran melalui desiminasi informasi. proses tersebut meliputi tahap-tahap seperti kesadaran, minat, percobaan, dan adopsi. (Darmawan, 2011).

Dengan demikian difusi adalah sebuah proses berkomunikasi yang berisi tentang ide baru untuk keberlangsungan hidup di masa yang akan datang yang bersifat memberikan pembaruan terhadap sesuatu yang belum atau pernah ada sebelumnya dengan kemungkinan akan ditolak atau diterima oleh masyarakat.

Rogers mengemukakan empat elemen pokok difusi inovasi, yaitu: (1) inovasi, (2) komunikasi dengan saluran tertentu, (3) waktu, dan (4) warga masyarakat (anggota sistem sosial). Untuk lebih jelasnya, setiap elemen diuraikan sebagai berikut.

#### a. Inovasi

Inovasi adalah ide, barang, kejadian, metode yang diamati sebagai sesuatu yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang, baik berupa hasil invensi maupun discovery yang diadakan untuk mencapai tujuan tertentu. Baru di sini diartikan mengandung ketidaktentuan, artinya sesuatu yang mengandung berbagai alternatif. Sesuatu yang tidak tentu masih memiliki kemungkinan bagi orang yang mengamati, baik mengenai arti, bentuk, maupun manfaat. Dengan adanya informasi berarti mengurangi ketidaktentuan tersebut karena dengan informasi itu berarti memperjelas arah pada satu alternatif tertentu.

#### b. Komunikasi dengan saluran tertentu

Komunikasi dalam difusi inovasi diartikan sebagai proses pertukaran informasi antara anggota sistem sosial, sehingga terjadi saling pengertian antara satu dengan yang lain. Kegiatan komunikasi dalam proses difusi mencakup hal-hal: (1) inovasi, (2) individu atau kelompok yang telah mengetahui dan berpengalaman dengan inovasi, (3) individu atau kelompok lain yang belum mengenal inovasi, (4) saluran komunikasi yang menggabungkan kedua pihak tersebut.

#### c. Waktu

Waktu adalah elemen yang penting dalam proses difusi karena waktu merupakan aspek utama dalam proses komunikasi. Akan tetapi, banyak peneliti komunikasi yang kurang memerhatikan aspek waktu, dengan bukti tidak menunjukkannya secara eksplisit variabel waktu. Mungkin hal ini karena waktu tidak secara nyata berdiri sendiri terlepas dari suatu kejadian, tetapi waktu merupakan aspek dari setiap kegiatan. (Rusdiana, 2014)

#### 4. Diseminasi

Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan dan dikelola. Apabila difusi terjadi secara spontan, diseminasi terjadi setelah ada perencanaan. (Rusdiana, 2014)

Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Jadi kalau difusi terjadi secara spontan, maka diseminasi dengan perencanaan. Dalam pengertian ini dapat juga direncanakan terjadinya difusi. Misalnya dalam penyebaran inovasi penerapan Kurikulum 2013, setelah diadakan uji publik, ternyata penerapan kurikulum dapat dilakukan secara efektif dengan melakukan berbagai kegiatan pelatihan berjenjang. Selanjutnya hasil uji publik tersebut maka perlu dilakukan dideseminasikan secara meluas. Untuk menyebarluaskannya Kurikulum 2013 tersebut dilakukan dengan cara menatar instruktur tingkat nasional, tingkat propinsi dan tingkat kabupaten/kota. Diharapkan dengan pelatihan berjenjang ini maka difusi inovasi pendidikan yaitu pemberlakuan Kurikulum 2013 dapat berjalan dengan baik.

Dengan demikian diseminasi adalah sebuah proses dalam penerapan inovasi yang terencana dengan baik melalui beberapa tahapan dari mulai uji coba, memberikan pelatihan dan menganalisis hasil uji coba untuk diterapkan.

#### 5. Strategi Inovasi Pendidikan

Dalam dunia pendidikan, strategi diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieve a particular educational goal*. Maka strategi dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisi tentang serangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. Sedangkan inovasi adalah pembaharuan dalam ide, gagasan dan produk barang dalam kehidupan manusia untuk mencapai tujuan hidup yang lebih baik. (Lutfiyani & Fadlan, 2020)

Strategi sebagai instrumen atau alat yang dapat mengantarkan inovasi mencapai tujuannya. Karena inovasi menyangkut unsur-unsur atau elemen yang kompleks dan variatif, maka strategi implementasinya pun berbeda-beda sesuai dengan kompleksitas dan variasi dalam paket inovasi tersebut. Karenanya, harusnya diakui bahwa pola strategi inovasi pendidikan memang sulit untuk diklasifikasikan.

Dengan demikian strategi inovasi pendidikan salah satu cara yang tersusun dengan rapi yang mempunyai sebuah tujuan yang akan dicapai oleh para pencipta inovasi. Dan strategi ini bisa berjalan jika didukung dengan beberapa fasilitas.

Salah satu faktor yang ikut menentukan efektivitas pelaksanaan program perubahan sosial adalah ketepatan penggunaan strategi. Akan tetapi, memilih strategi yang tepat bukan pekerjaan yang mudah. Sukar untuk memilih satu strategi tertentu guna mencapai tujuan atau target perubahan sosial tertentu.

Setidaknya terdapat empat jenis strategi inovasi sebagaimana dijelaskan Sa'ud (2015:63). Keempat macam strategi inovasi pendidikan tersebut yaitu: (1) strategi fasilitatif, (2) strategi pendidikan, (3) strategi bujukan, dan (4) strategi paksaan.

a. Strategi fasilitatif (*facilitative strategies*).

Pelaksanaan program perubahan sosial dengan menggunakan strategi fasilitatif artinya untuk mencapai tujuan perubahan sosial yang telah ditentukan, diutamakan penyediaan fasilitas dengan maksud agar program perubahan sosial akan berjalan dengan mudah dan lancar.

b. Strategi pendidikan (*re-educative strategies*).

Pendidikan dipandang sebagai strategi untuk mencapai tujuan perubahan sosial. Dengan menggunakan strategi pendidikan berarti untuk mengadakan perubahan sosial dengan cara menyampaikan fakta dengan maksud orang akan menggunakan fakta atau informasi itu untuk menentukan tindakan yang akan dilakukan. Dengan dasar pemikiran bahwa manusia akan mampu untuk membedakan fakta serta memilihnya guna mengatur tingkah lakunya apabila fakta itu ditunjukkan kepadanya.

c. Strategi bujukan (*persuasive strategies*).

Program perubahan sosial dengan menggunakan strategi bujukan artinya untuk mencapai tujuan perubahan sosial dengan cara membujuk agar sasaran perubahan (klien), mau mengikuti perubahan sosial yang direncanakan. Sasaran perubahan diajak untuk mengikuti perubahan dengan cara memberikan alasan, mendorong, atau mengajak untuk mengikuti contoh yang diberikan.

d. Strategi paksaan (*power strategies*).

Pelaksanaan program perubahan sosial dengan menggunakan strategi paksaan artinya dengan cara memaksa klien (sasaran perubahan) untuk mencapai tujuan perubahan. Apa yang dipaksa merupakan bentuk dari hasil target yang diharapkan. Kemampuan untuk melaksanakan paksaan tergantung daripada hubungan kontrol antara pelaksana perubahan dengan sasaran (klien). Jadi ukuran hasilnya target

perubahan tergantung dari kepuasan pelaksanaan perubahan, sedangkan kekuatan paksaan artinya sejauhmana pelaksana perubahan dapat memaksa klien tergantung dari tingkat ketergantungan klien dengan pelaksana perubaha. (Rusydi, 2017).

Selain keempat strategi inovasi pendidikan di atas, Kennedy sebagaimana dikutip Rusdiana (2014:96) menjelaskan tiga jenis strategi inovasi yaitu: (1) strategi pemaksaan, (2) strategi empiris rasional, dan (3) strategi normatif re-edukatif.

1) Strategi pemaksaan (power coercive).

Strategi pemaksaan berdasarkan kekuasaan merupakan pola inovasi yang sangat bertentangan dengan kaidah-kaidah inovasi. Strategi ini cenderung memaksakan kehendak, ide, dan pikiran sepihak tanpa menghiraukan kondisi dan keadaan serta situasi inovasi itu akan dilaksanakan.

2) Strategi empiris rasional (rational empirical).

Asumsi dasar dalam strategi ini adalah manusia mampu memakai akalnyanya dan akan bertindak dengan cara- cara yang rasional. Oleh karena itu tugas inovator yang utama adalah mendemonstrasikan pembaharuan tertentu melalui metode terbaik yang sah (valid) dalam rangka memberi tambahan manfaat bagi penggunanya. Di samping itu strategi ini didasarkan atas pandangan optimis, sesuai dengan akal sehat dan berkaitan dengan situasi dan kondisi, bukan berdasarkan pengalaman semata.

3) Strategi normatif re-edukatif (normative re- educative).

Strategi normatif re-edukatif adalah strategi inovasi yang didasarkan pada pemikiran ahli pendidikan seperti Sigmund Freud, John Dewey, Kurt Lewin dan lainnya yang menekankan cara klien memahami permasalahan pembaharuan seperti perubahan sikap, kemampuan dan nilai-nilai yang berhubungan dengan manusia. Perubahan sikap justru sama perlunya dengan perubahan produk- produk. Menerima sistem nilai klien berarti mengurangi manipulasi dari luar. Pembaruan dibatas sehingga kekuatan yang bersifat mengaktifkan di dalam sistem dapat diubah.

## KESIMPULAN

Karakteristik merupakan ciri-ciri dari inovasi pendidikan yakni meliputi:

(1) suatu inovasi adalah hasil yang dapat dilihat, proses atau hasil dalam suatu organisasi. Suatu gagasan baru yang memiliki titik permulaan bagi suatu inovasi,

(2) suatu inovasi harus merupakan suatu latar sosial baru yang diperkenalkan terhadap kelompok kerja, bidang atau seluruh organisasi,

(3) suatu inovasi harus bertujuan bukan sekedar bersifat sesaat. Jika suatu pabrik mengurangi produksinya hal itu karena akan mempengaruhi terhadap peralatan, staf dan bukan merupakan suatu inovasi,

(4) suatu inovasi bukan merupakan perubahan rutin.

Proses keputusan inovasi adalah proses yang dilalui (dialami) individu (unit pengambil keputusan yang lain), mulai dari pertama tahu adanya inovasi, kemudian

dilanjutkan dengan keputusan setuju terhadap inovasi, penetapan keputusan menerima atau menolak inovasi, implementasi inovasi, dan konfirmasi terhadap keputusan inovasi yang telah diambilnya dengan beberapa tahapan.

Difusi adalah jenis komunikasi khusus yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Dengan kata lain difusi adalah bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru.

Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan dan dikelola. Apabila difusi terjadi secara spontan, diseminasi terjadi setelah ada perencanaan.

Strategi suatu cara dalam menyampaikan ide agasan kepada objek yang kita tuju dengan harapan berhasil dan dapat diterima. Adapun macam-macam strategi adalah :

- (1) strategi fasilitatif,
- (2) strategi pendidikan,
- (3) strategi bujukan, dan
- (4) strategi paksaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, Deni. (2011). *Inovasi Pendidikan (pendekatan praktik teknologi multimedia dan pembelajaran online)*. Bandung: PT. Rosda Karya.
- Lutfiyani, & Fadlan, A. H. (2020). Konsep Dan Macam-Macam Strategi Inovasi Pendidikan. *Al-Kahfi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 68–79.
- Madaniyah, J. (2020). *DIFUSI INOVASI DALAM TEKNOLOGI PENDIDIKAN Nisrokha 1. 10*, 173–184.
- Munib, A. (n.d.). *Tinggi Keagamaan Islam*.
- Rusdiana. *Konsep Inovasi Pendidikan*. 2014. Bandung : CV. Pustaka Setia -----, Karakteristik, Strategi, Dan Petunjuk Penerapan Inovasi Pendidikan. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2014.
- Rogers, M. 1998. *The Definition and Measurement of Innovation*. University of Melbourne. Working paper.
- Saud, Udin. S. Alfabeta. (2015). *Inovasi Pendidikan*. Bandung: Shams,
- Suciati. (2015). *Pengertian dan Karakteristik Inovasi Pembelajaran*. Modul 1
- Syafaruddin, dkk. *Inovasi Pendidikan*. 2015. Medan : Perdana Publishing Wijaya,
- Suhayo. Yoyo. (-) *Konsep Inovasi Strategi Pendidikan Di Institusi Pendidikan Kedokteran*. Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

# *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*

Volume 4 Nomor 1 (20221) 11-21 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691  
DOI: 10.47476/reslaj.v4i1.453