

BAB II

Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian yang sejenis dan telah dicantumkan sebagai referensi dan sebuah gambaran agar mempermudah proses dalam penelitian.

1. Hasil Penelitian Lidya Wati Evelina (2014).

Penelitian Lidya Wati Evelina (Evelina, 2014), berjudul "Optimalisasi Pelayanan Publik Dengan Penggunaan Teknologi Informasi Menuju Cybercity". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat pemerintah dalam memberikan pelayanan publik dan mencari solusi untuk mengatasi hambatan tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lidya Wati Evelina, pemahaman yang mendalam terhadap perkembangan digital saat ini memiliki relevansi yang signifikan. Hal ini dikarenakan dapat mempermudah hubungan pada negara dengan pasar, pasar dengan warga, serta negara dengan warganya. Penggunaan sistem digital memungkinkan penyelesaian berbagai hambatan seperti birokrasi dengan mengimplementasikan Standar Operasional (SOP) yang jelas melalui manajemen media pusat dan optimalisasi teknologi informasi itu sendiri.

Sebagaimana yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya memberikan edukasi dan mempengaruhi masyarakat, e-government diwujudkan sebagai saluran interaktif antara masyarakat dan pemerintah sebagai penyedia layanan publik. Dengan memanfaatkan sistem informasi berbasis digital dalam layanan publik melalui situs yang dikelola secara profesional dan data yang terus diperbarui,

pemerintah dapat memberikan pelayanan yang efektif dan efisien kepada masyarakat. Di sisi lain, platform tersebut juga dapat digunakan untuk menyediakan informasi, mendidik, dan mempengaruhi masyarakat terhadap isu-isu tertentu, serta berfungsi sebagai saluran interaktif untuk kemajuan masyarakat dan negara.

2. Hasil Penelitian Centurion Chandratama Priyatna (2020).

Penelitian Aska Leonardi (Priyatna et al., 2020), berjudul “Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik”. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi cara lembaga pemerintah mengelola komunikasi publik dengan menggunakan teknologi komunikasi, sesuai dengan pedoman yang diatur dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2015 tentang manajemen komunikasi publik.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Priyatna, pentingnya teknologi informasi terkait dengan peningkatan aliran informasi menjadi sebuah tantangan penting bagi lembaga pemerintah, khususnya bagian Humas pemerintahan yang memegang peran utama dalam mengelola komunikasi publik. Koordinasi di antara lembaga pemerintah diarahkan melalui beragam saluran komunikasi yang terintegrasi secara pusat dan dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, termasuk situs web, grup WhatsApp, dan berbagai platform media sosial yang terhubung. Integrasi ini dimaksudkan untuk memfasilitasi koordinasi dalam lingkup Humas pemerintah melalui platform digital, dengan tujuan meningkatkan efisiensi komunikasi sehingga kebutuhan informasi masyarakat dapat dipenuhi melalui penyebaran informasi yang luas di ranah digital.

Di samping itu, dalam penelitian ini disarankan untuk merencanakan dan membangun infrastruktur komunikasi yang

mencapai wilayah pedesaan, sehingga manajemen komunikasi publik tidak terkendala oleh sinyal yang lemah dan penyebaran informasi dapat mencapai seluruh wilayah Indonesia. Selanjutnya, perlu adanya strategi dan taktik yang terencana dalam manajemen komunikasi publik, dengan menekankan pada komunikasi interpersonal agar dapat mempengaruhi masyarakat secara langsung dan interaktif.

3. Hasil Penelitian Rino Akmal (2020)

Penelitian Rino Akmal berjudul “Komunikasi Difusi Inovasi Dinas Perindustrian Provinsi Riau dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Industri Kecil Menengah” (Akmal, 2020). Penelitian ini dimaksudkan untuk menyelidiki proses penyebaran inovasi dalam komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Provinsi Riau dengan tujuan meningkatkan produktivitas industri kecil menengah. Pentingnya penelitian ini ditekankan karena perkembangan yang cepat dalam era sekarang menekankan perlunya industri kecil menengah berinovasi, terutama mengingat pergeseran menuju pasar bebas yang menghadirkan persaingan yang ketat. Industri kecil menengah di Riau mengalami tantangan, termasuk produktivitas rendah, kurangnya nilai tambah produk, dan kekurangan dalam kualifikasi tenaga kerja untuk meningkatkan mutu barang. Oleh karena itu, langkah konkret diperlukan untuk meningkatkan standar kualitas produk agar dapat bersaing secara efisien di pasar.

4. Hasil Penelitian Fadhilah Ramadhani (2013).

Penelitian Fadhilah Ramadhani. (Ramadhani et al., 2013)), Berjudul “Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Komunikasi Berbasis E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing Dalam Menghadapi

Masyarakat Ekonomi Asean 2015”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta mencari solusi dalam meningkatkan produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN tahun 2015.

Pemanfaatan sistem pemasaran digital, atau e-commerce, memiliki signifikansi besar bagi perusahaan kecil. Ini termasuk kemampuan untuk meningkatkan fleksibilitas dalam proses produksi, mempercepat pengiriman produk perangkat lunak kepada pelanggan, menyederhanakan pertukaran penawaran dengan cepat dan efisien, serta memungkinkan transaksi yang cepat dan tanpa kertas. Selain itu, peran internet sebagai media teknologi informasi dalam mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat diuraikan dalam beberapa hal, seperti :

- Komunikasi
- Promosi
- Riset UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce diharapkan memberikan sejumlah keuntungan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keuntungan-keuntungan tersebut meliputi peningkatan dalam layanan konsumen dan reputasi perusahaan, peluang untuk menemukan mitra bisnis baru, proses yang lebih efisien dan penghematan waktu, peningkatan produktivitas, akses informasi yang lebih cepat, pengurangan penggunaan kertas, pengurangan biaya transportasi, serta peningkatan fleksibilitas. Dengan memanfaatkan informasi yang berbasis e-commerce, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015.

Berdasarkan tema penelitian yang telah diangkat dengan tujuan mengetahui proses pengembangan industri kecil menengah (IKM) berbasis digital yang dilakukan oleh BSPJI Kota Banjarbaru menggunakan perspektif komunikasi pembangunan, Maka dalam penelitian ini dilakukan pengamatan rangkaian komunikasi yang digunakan BSPJI Banjarbaru dengan menggunakan teori difusi inovasi dan pendekatan komunikasi pembangunan.

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi karena dapat merepresentasikan faktor yang penting dalam pembentukan sebuah inovasi. Selain itu, teori ini juga dapat membangun model klasifikasi yang lebih *compact* dengan mengetahui unsur-unsur yang terdiri dari suatu inovasi, seperti pengetahuan, persuasi, pengambilan keputusan, implementasi, dan konfirmasi sehingga berpengaruh terhadap kualitas komunikasi yang diharapkan. Teori difusi inovasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui model berdasarkan faktor-faktor yang telah diperoleh berdasarkan wawancara dan dokumentasi. Digunakan juga analisis interaktif untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam pengembangan IKM berbasis komunikasi pembangunan digital.

2. Komunikasi Pembangunan

1) Pengertian komunikasi pembangunan

Komunikasi pembangunan merupakan usaha yang dilakukan oleh organisasi untuk meningkatkan kondisi sosial dan ekonomi, umumnya melalui proses komunikasi dan media, seperti yang sering dilakukan di negara-negara berkembang (Sumadi Dilla, 2007). Komunikasi pembangunan dapat terjadi di semua tingkat, dari masyarakat umum hingga pemerintah dan negara, serta melibatkan narasumber dan kelompok musyawarah di lembaga resmi. Dengan demikian, pengembangan komunikasi pembangunan adalah proses untuk meningkatkan pemahaman dan pemanfaatan inovasi oleh masyarakat melalui komunikasi.

Komunikasi pembangunan adalah disiplin ilmu dan praktik komunikasi yang aktif di negara-negara yang sedang berkembang, terutama dalam proses peralihan yang direncanakan. Tujuan utama dari komunikasi pembangunan adalah untuk mempromosikan kemajuan manusia. Prioritas dalam komunikasi pembangunan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberdayakan dan memotivasi masyarakat, bukan sekadar memberikan laporan atau fakta yang tidak realistis. Fokusnya adalah mengadvokasi ide dan perilaku moral yang mendukung kemajuan yang dibutuhkan dalam negara yang sedang berkembang. Bahkan, komunikasi pembangunan dapat dianggap sebagai upaya komunikasi yang bertujuan untuk menerapkan konsep pembangunan nasional. (Harun & Ardianto, 2011)

Secara keseluruhan, komunikasi pembangunan melibatkan peran dan fungsi komunikasi yang melibatkan pertukaran pesan timbal balik antara semua pihak terlibat dalam upaya pembangunan, terutama antara masyarakat dan pemerintah, dari tahap perencanaan hingga evaluasi pembangunan. Secara khusus, komunikasi pembangunan mencakup berbagai upaya, metode, dan teknik penyampaian gagasan, serta keterampilan pembangunan yang dilakukan oleh pihak yang memulai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat secara umum. (Kamaruddin, 2014)

2) Tujuan Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan dilaksanakan dengan tujuan untuk mendukung proses pembangunan. Pengembangan komunikasi pembangunan merupakan langkah konkret dalam meningkatkan pendapatan rendah dan status sosial ekonomi, sehingga dapat mencapai taraf yang lebih tinggi. Hal ini menjadi salah satu tujuan utama dalam pelaksanaan komunikasi pembangunan. Menurut (Harun & Ardianto, 2011) Tujuan dari komunikasi pembangunan adalah menciptakan proses pembentukan yang berkelanjutan. Proses pembentukan tersebut diarahkan pada kelompok masyarakat yang memiliki

tingkat pendidikan dan pendapatan minimal, yang mendukung peningkatan kualitas ekonomi serta mampu menerima informasi dengan terbuka di era digital. Selain itu, tujuan komunikasi pembangunan juga meliputi kebutuhan untuk mengembangkan pendekatan baru dalam proses komunikasi antara masyarakat, guna memperoleh informasi tentang proses pembangunan yang sedang berlangsung. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, sehingga dapat memusatkan perhatian pada masalah-masalah yang muncul. Dengan kata lain, pendekatan ini menekankan pentingnya adanya komunikasi antara semua pihak yang terlibat, yang tidak bisa hanya ditentukan oleh satu pihak saja.

Definisi lain dari tujuan komunikasi pembangunan adalah untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam sektor industri. Hal ini diwujudkan melalui berbagai kegiatan seperti pelatihan penyelaman untuk meningkatkan keterampilan SDM pelaku usaha di sektor industri, kegiatan yang memperkuat kapasitas manajemen industri untuk meningkatkan kualitas SDM pengelola industri, workshop untuk personel front office, dan pelatihan dalam bidang penulisan kreatif dan fotografi untuk meningkatkan keterampilan generasi muda dalam jurnalistik industri. Selain itu, kegiatan seperti bimbingan teknis (bimtek) tentang kerajinan tangan bertujuan untuk memperkuat SDM pelaku usaha di industri. Pendekatan utama komunikasi pembangunan adalah mendidik masyarakat dan memberikan inspirasi, bukan sekadar menyampaikan informasi yang tidak realistis. Komunikasi pembangunan bertujuan untuk mendorong perkembangan intelektual dan membangun kemampuan yang diperlukan oleh masyarakat yang sejahtera. Ini adalah bentuk komunikasi yang didedikasikan untuk konsep pembangunan negara. Keterlibatan masyarakat dalam metode pembangunan bukan karena dipaksa, tetapi sebagai bentuk partisipasi dalam proses pembangunan dan sebagai bagian dari upaya peningkatan kecerdasan kolektif. Maksud metode pembentukan khalayak

bukan hanya dibuat untuk obyek, melainkan bisa menjadi subyek (Soetomo, 2014).

3) Persoalan Komunikasi Pembangunan

Dalam artikel kemenperin pernyataan terkait 7 tantangan Industri di Tanah Air (Kemenperin, 2019), salah satu permasalahannya yaitu dalam kesiapan sumber daya manusia (SDM) industri yang kompeten. Yang ditujukan agar menjawab kebutuhan dalam menganggapi kondisi dan situasi pada era industri 4.0 yang membutuhkan pemahaman terhadap era digital, yang mana itu berkaitan dengan meningkatkan produktivitas agar lebih efisien dan cepat maka dengan meningkatkan fungsionalitas elemen komunikasi menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan dalam rangkaian program pembangunan.

4) Pembina Industri Sebagai Komunikator Pembangunan

Terdapat 4 peran pembina industri yakni sebagai motivator, inovator, fasilitator dan komunikator yang termasuk dalam proses peningkatan partisipasi (Alfiah, 2015). Pembina industri adalah seseorang atau sekelompok orang yang bertindak sebagai pengirim pesan, baik secara individu maupun dalam kelompok. Quebral dan Gomez telah mengembangkan sebuah konsep yang dikenal sebagai Komunikasi Pembangunan, yang merupakan bidang studi dan praktik komunikasi yang relevan dalam konteks negara-negara berkembang. Fokus utama dari Komunikasi Pembangunan adalah menggunakan komunikasi sebagai alat untuk mencapai perubahan sosial yang direncanakan.

Komunikasi Pembangunan lebih berfokus pada upaya pendidikan dan motivasi kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan kemampuan mereka. Tujuan dari Komunikasi Pembangunan adalah untuk menanamkan gagasan-gagasan, membentuk sikap mental yang positif, serta mengajarkan keterampilan yang diperlukan oleh masyarakat. Menurut Effendy (1986), komunikasi pembangunan diartikan sebagai suatu proses penyebaran pesan

oleh individu atau kelompok kepada khalayak, dengan tujuan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku mereka untuk meningkatkan kemajuan fisik dan kepuasan emosional yang dirasakan secara merata oleh seluruh rakyat. Keberhasilan pembangunan dimulai dari efektivitas komunikasi dalam proses pembangunan. Komunikasi memainkan peran penting dalam implementasi pembangunan, oleh karena itu, peran pembina industri harus dioptimalkan dengan kemampuan dalam merumuskan strategi komunikasi. Hedebro telah mengidentifikasi tiga aspek komunikasi dan pembangunan yang terkait dengan tingkat analisisnya.

- 1) Pendekatan yang terfokus pada pembangunan suatu negara, serta bagaimana media massa dapat berperan dalam proses tersebut, menjadi pokok perhatian. Dalam kerangka ini, penelitian lebih menekankan pada politik dan fungsi media massa secara umum, yang mencakup aspek-aspek seperti struktur organisasi, kepemilikan, dan pengendalian media. Istilah yang sering digunakan untuk jenis penelitian ini adalah kebijakan komunikasi, yang mencakup pendekatan yang paling luas dan umum dalam bidang ini.
- 2) Pendekatan ini juga dimaksudkan untuk memahami peran media massa dalam pembangunan negara, namun lebih spesifik. Pada studi ini, perhatian utamanya adalah bagaimana media bisa efektif dalam menyebarkan pengetahuan tertentu kepada masyarakat suatu negara.
- 3) Pendekatan ini fokus pada perubahan yang terjadi di tingkat komunitas lokal atau desa. Penelitian semacam ini mengeksplorasi cara komunikasi dapat digunakan untuk meningkatkan penerimaan yang luas terhadap gagasan dan produk baru.

Jika kita mempertimbangkan pengembangan dan perspektif komunikasi pembangunan, ini mengindikasikan suatu proses yang dilakukan dengan

matang dan terarah, dengan tujuan menciptakan dan meningkatkan output yang lebih bermanfaat dalam meningkatkan kualitas sebagai bagian dari upaya menciptakan standar yang lebih baik untuk kepentingan pembangunan. Ketika kita membicarakan upaya-upaya untuk meningkatkan kualitas dalam pengembangan industri melalui komunikasi pembangunan, hal ini mencakup strategi komunikasi pembangunan yang bertujuan untuk memastikan bahwa masyarakat menerima pesan yang disampaikan, atau dengan kata lain, untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Masuknya inovasi ke dalam suatu sistem sosial terutama disebabkan oleh adanya interaksi komunikasi antara anggota masyarakat atau antar masyarakat. Komunikasi memiliki peran penting dalam memicu perubahan sosial. Melalui berbagai saluran komunikasi, individu atau kelompok masyarakat mengalami proses pengenalan, pemahaman, dan penilaian terhadap inovasi yang akhirnya akan berdampak pada penerimaan atau penolakan terhadap inovasi tersebut. Pengembangan industri melalui komunikasi merupakan strategi yang optimal untuk meningkatkan efektivitas semua aspek komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, hingga dampak (efek), dengan tujuan mencapai hasil komunikasi yang optimal. (Cangara, 2013).

5) Konsep komunikasi pembangunan

Menurut pandangan beberapa peneliti, konsep komunikasi pembangunan umumnya dapat disederhanakan menjadi dua aspek pemahaman, yaitu aspek yang lebih luas dan yang lebih terbatas. (Sumadi Dilla, 2007)

- a. Dalam arti yang lebih umum atau luas, pendekatan yang bervariasi dapat digolongkan dari berbagai bidang yang membicarakan tentang hubungan dan interaksi antara komunikasi dan pembangunan. Secara ringkas, komunikasi pembangunan dapat dijelaskan sebagai kegiatan

yang melibatkan pertukaran informasi antara masyarakat dan pemerintah, yang dimulai sejak tahap perencanaan pembangunan, implementasi, hingga evaluasi proses.

- b. Definisi yang lebih sempit dari komunikasi pembangunan mengacu pada semua usaha, metode, dan teknik yang digunakan untuk menyampaikan gagasan dan keterampilan pengembangan kepada komunitas sasaran, sehingga mereka memahami konsep-konsep yang terkait dengan komunikasi pembangunan. Ini mencakup usaha untuk memfasilitasi proses komunikasi pembangunan sebagai sarana untuk mengoptimalkan potensi pembangunan dan menyampaikan informasi pembangunan kepada masyarakat, dengan partisipasi aktif masyarakat untuk mendapatkan manfaat dari program pembangunan. Usaha-usaha ini meliputi riset, analisis, promosi, dan evaluasi teknologi komunikasi dalam semua kegiatan pembangunan yang dilaksanakan.

3. Pengembangan

Pengembangan adalah langkah untuk memperbaiki dan meningkatkan sesuatu. Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) dapat dicapai melalui pendidikan dan pelatihan. Hasibuan seperti yang dikutip dari Menurut Ningrum (2016), pengembangan melibatkan usaha untuk meningkatkan kecakapan teknis, teoritis, konseptual, dan moral para karyawan agar sejalan dengan persyaratan pekerjaan atau posisi mereka, yang biasanya dilakukan melalui program pendidikan dan pelatihan. Pengembangan juga melibatkan identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja dan daya saing industri kreatif dalam hal inovasi, untuk kemajuan dan perkembangan dalam era new normal yang berbasis teknologi informasi. Tujuan tambahan dari perspektif sociopreneur adalah untuk menyebarkan dan mengedarkan pengetahuan tentang kemampuan berpikir kritis dan pembangunan solidaritas dalam tim, serta secara terus-

menerus mengevaluasi posisi kekuatan dalam menghadapi persaingan global sambil meningkatkan efisiensi dalam nilai bisnis yang dapat diukur.

4. Difusi Inovasi

Everett M. Rogers menggambarkan bahwa difusi inovasi merupakan tahapan di mana pandangan baru diperkenalkan pada khalayak. Salah satu karakteristik dari difusi inovasi adalah adanya aspek baru dalam pesan yang disampaikan, yang seringkali menimbulkan ketidakjelasan pada penerima pesan. Ketidakjelasan ini menjadikan pesan susah diadopsi oleh penerima, karena ide baru tersebut masih perlu diuji dan kegunaannya tidak bisa diprediksi. Maka dari itu, dibutuhkan kerangka sosial untuk berpengaruh dalam menerima dan menaikkan gagasan tersebut. Dalam difusi inovasi, melibatkan empat komponen, yaitu:

- a. Inovasi menjadi elemen primer pada proses penyebar serapan inovasi. Keberadaan inovasi ini mendorong perlunya difusi inovasi dilakukan. Inovasi dapat dipahami sebagai suatu gagasan, metode, atau benda yang masih baru bagi individu maupun masyarakat.
- b. Setelah terjadi suatu inovasi, langkah berikutnya adalah menyampaikannya. Komunikasi dilakukan dengan tujuan mencapai pemahaman bersama antara pihak yang memperkenalkan inovasi dan penerima inovasi tersebut. Agar pesan dari komunikator dapat disampaikan secara efektif, penting untuk memilih channel komunikasi yang tepat. Dalam konteks penyebaran inovasi, terdapat beberapa saluran komunikasi yang biasanya digunakan, seperti komunikasi antarpribadi, saluran lokal, saluran media massa, dan saluran global.
- c. Peran waktu dalam proses difusi inovasi sangat signifikan. Dimensi waktu memengaruhi difusi inovasi dari berbagai sudut pandang. Salah satunya adalah dalam konteks penerimaan inovasi. Biasanya, faktor usia memengaruhi kecepatan penerimaan inovasi seseorang.

Generasi yang lebih tua umumnya memerlukan waktu lebih lama untuk menerima inovasi dibandingkan dengan generasi yang lebih muda. Maka, proses penyebaran inovasi bagi mereka cenderung memerlukan lebih banyak waktu. Selain itu, dimensi waktu juga memiliki relevansi dalam berbagai tahapan penerimaan inovasi. Biasanya, inovasi melewati beberapa tahap, termasuk pengutaraan informasi, pembentukan sikap, pemilihan keputusan untuk menerima inovasi, pelaksanaan inovasi, dan validasi keputusan tersebut. Pada setiap tahapannya, penting bagi komunikator untuk memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan waktu agar setiap langkah dapat dilaksanakan dengan efektif.

d. Sistem sosial, Usaha untuk menemukan solusi terhadap suatu masalah dan mencapai tujuan tertentu merupakan inti dari konsep konstruksi sosial atau sistem sosial. Kesatuan khalayak umum ini dapat berwujud suatu badan, subbagian dari sebuah organisasi, atau perkumpulan suatu khalayak. Dalam kerangka sistem sosial, proses penyebaran inovasi dipengaruhi oleh beragam faktor, termasuk norma sosial yang berlaku, struktur sosial dari badan tersebut, peran pemimpin dan pembawa kebaruan, jenis pemilihan keputusan dalam sistem sosial, serta pendekatan mereka terhadap potensi konsekuensi.

5. Literasi Digital

Literasi digital menurut Gilster di dalam (Sahidillah & Miftahurrisqi, 2019) adalah keahlian untuk memahami dan memanfaatkan informasi yang berasal dari berbagai sumber digital serta menggunakan teknologi dan informasi dari perangkat digital dengan efektif dan efisien dalam berbagai situasi, termasuk dalam lingkup akademis, karir, dan aktivitas sehari-hari. Selain itu, menurut laporan dari Portal Informasi Indonesia, UNESCO menguatkan konsep literasi digital yang dianggap sebagai keterampilan hidup

karena tidak hanya terkait dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk belajar, berpikir secara kritis, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan kompetensi digital. (Brawijaya, 2022). Pemahaman tentang literasi di era digital menjadi sangat vital, terutama dengan melimpahnya informasi yang tersedia. Seseorang harus memiliki keterampilan untuk menyaring dan mengolah informasi tersebut agar dapat mengembangkannya menjadi pemikiran atau inovasi yang bernilai. Terutama bagi pengelola industri kecil menengah, kemampuan seperti ini penting untuk melihat peluang bisnis di masa depan.

6. Fokus Penelitian

Fokus penelitian, terutama dalam pendekatan kualitatif, melibatkan analisis studi-studi sebelumnya untuk menemukan kesamaan, perbedaan, kelebihan, dan kekurangan. Peneliti juga menetapkan titik fokus yang ingin diberi perhatian pada awal penelitian (Machmud, 2018).

Berdasarkan rumusan masalah diatas, Pengembangan IKM berbasis komunikasi pembangunan digital yang peneliti maksud adalah sebuah usaha untuk meningkatkan pola berpikir, Kreativitas dalam berinovasi, Dan kolaborasi yang dilakukan BSPJI Kota Banjarbaru kepada pengelola IKM untuk memodifikasi cara berpikir. Yang paling pokok adalah para pengelola industri dapat *develop* atau mengembangkan industri mereka dengan menyesuaikan perubahan era dan memiliki standar yang profesional, hal tersebut akan berdampak baik kedepannya bagi industri kecil menengah dalam mengelola bisnisnya, dengan menyampaikan informasi tentang pengembangan berbasis komunikasi pembangunan digital, serta keterampilan lainnya yang sangat dibutuhkan untuk membangun sebuah industri di era saat ini. Penelitian ini tidak mengacu kepada upaya peningkatan kuantitas keuntungan dalam penjualan produk tetapi lebih mengarah pada perkembangan pola pikir

pengelola agar menunjang perkembangan jangka panjang industri kecil menengah.

7. Asumsi Dasar

Asumsi dasar adalah pandangan awal atau prediksi yang belum terverifikasi sepenuhnya, dan perlu diuji dengan data empiris untuk memvalidasi kebenarannya. (suharsimi, 2013) dengan demikian dapat diartikan bahwa asumsi dasar adalah dugaan sementara yang ditemukan oleh peneliti sebelum melaksanakan penelitian. Berdasarkan rumusan masalah di atas, asumsi dasar yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

Dalam perjalanan adopsi inovasi, terdapat elemen-elemen yang mencakup inovasi itu sendiri, yang disampaikan melalui saluran tertentu, dalam periode waktu tertentu, dan di dalam kerangka sosial tertentu. Dari sudut pandang masyarakat yang menjadi subjek dalam adopsi inovasi, terdapat lima atribut yang mengidentifikasi setiap ide atau metode baru yang dimaksud, yaitu: manfaat relative, kesesuaian, kesulitan, dapat diterapkan, dan dapat dilihat.

Melihat dari aspek-aspek penyebarserapan diatas peneliti mengasumsikan bahwa ada faktor pengaruh pada pesan yang masih terlalu rumit dan pesan yang tidak mengandung keserasian terhadap audience. Maka dari itu perlunya menyesuaikan saluran dengan sedemikian rupa agar dapat diterima dengan baik oleh publik, Melalui dasar tersebut peneliti menyimpulkan bahwa perlunya mengkaji dan mengetahui lebih dalam terkait aspek komunikasi pada program-program yang akan dijalankan oleh BSPJI Banjarbaru dengan output pengembangan pola berpikir pengelola industri kecil menengah yang didalamnya terdapat program belajar digital yang menunjang pengembangan industri daerah.