



Difusi Inovasi Program Bus Suroboyo pada Masyarakat

Efa Rubawati Syaifuddin

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,
 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sorong

Email: rubawatiefa@gmail.com

Abstract

This study aims to see the diffusion of innovations carried out by the Surabaya City Government in the field of transportation through the Suroboyo Bus. The Suroboyo Bus innovation elicited various community responses as adopters which then grouped people according to their level of adoption. This qualitative descriptive research with case studies uses interviews and observation as data collection techniques. The results of this study found that there had been a diffusion of innovations carried out by the Surabaya City Government which made social media the main communication channel and mass media a supporting channel, so that the Suroboyo Bus innovation could be accepted by the people of Surabaya. The response of the religious community in responding to this innovation, some were very enthusiastic, some did not know about it until there were community groups who rejected the Suroboyo Bus innovation. This is influenced by several factors in the social system, one of which is the economy.

Keywords: *Adopter, Suroboyo Bus, Innovation Diffusion, Social Media, Social System*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat difusi inovasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya dalam bidang transportasi melalui Bus Suroboyo. Inovasi Bus Suroboyo menimbulkan berbagai respon masyarakat sebagai adopter yang kemudian mengelompokkan masyarakat sesuai dengan tingkat adopsinya. Penelitian deskriptif kualitatif dengan studi kasus ini menggunakan wawancara dan observasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian ini menemukan bahwa telah terjadi difusi inovasi yang dilakukan oleh Pemkot Surabaya yang menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi utama dan media massa sebagai saluran pendukung, sehingga inovasi Bus Suroboyo dapat diterima oleh masyarakat Surabaya. Respon masyarakat beragama dalam menyikapi inovasi ini, ada yang sangat antusias, ada yang belum mengetahui hingga ada kelompok masyarakat yang menolak adanya inovasi Bus Suroboyo. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam sistem sosial, yang salah satu faktor utamanya adalah ekonomi.

Kata kunci : *Adopter, Bus Suroboyo, Difusi Inovasi, Media Sosial, Sistem Sosial*

PENDAHULUAN

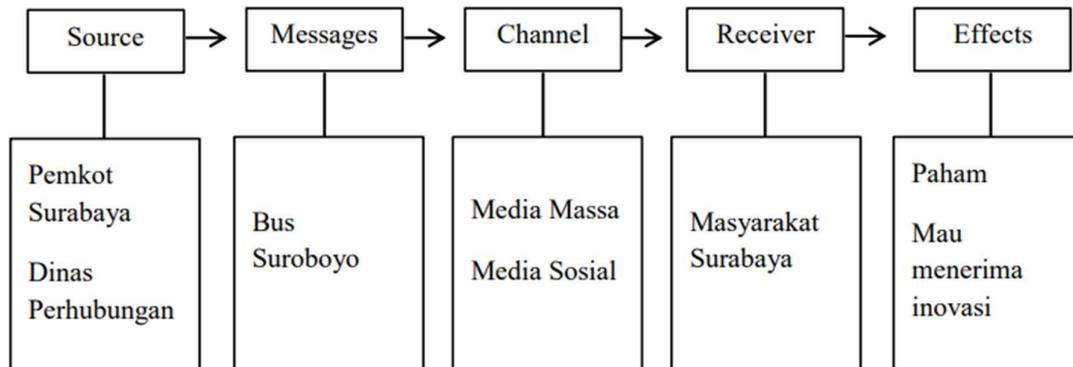
Tulisan ini menganalisis bagaimana Pemerintah Kota Surabaya melakukan difusi inovasi Bus Suroboyo sebagai alat transportasi umum bagi masyarakat Surabaya. Difusi yang dilakukan oleh Pemkot ini mengalami berbagai kendala, salah satunya adalah penolakan dari kelompok masyarakat yang menganggap kehadiran Bus Suroboyo akan mengurangi pendapatan mereka. Hal inilah yang memperlambat proses difusi Bus Suroboyo, sebagaimana pendapat Resmadi (2014) bahwa berbagai penemuan dan inovasi tidak diadopsi secara luas lantaran keterbatasan teknologi itu sendiri; dan adanya kesempatan dan alasan ekonomi, sosial, dan politik yang mendorong perkembangan teknologi baru. Sehingga dalam hal ini penulis ingin melihat bagaimana proses difusi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya sebelum memutuskan untuk mengadopsi Bus Suroboyo serta bagaimana karakteristik dan tanggapan masyarakat sebagai adopter.

Pemerintah Kota Surabaya membuat inovasi dalam bidang transportasi, yaitu program Bus Suroboyo. Bus Suroboyo adalah layanan transportasi bus yang nyaman, aman dan ramah lingkungan. Dikatakan ramah lingkungan, karena pembayarannya dengan menggunakan sampah plastik, hal ini dikarenakan selain mengurangi kemacetan (Adnan, 2022), selain itu diharapkan masyarakat turut andil dalam pengurangan dampak sampah plastik yang pengurainya hingga bertahun-tahun. Dalam melaksanakan program-programnya, Pemerintah tak jarang melakukan proses difusi inovasi kepada masyarakat. Hal inilah yang juga dilakukan oleh Pemkot Surabaya dalam program Bus Suroboyo yang *launching* pada tanggal 7 April 2018 (Efendi, 2018). Peluncuran program ini ternyata membawa beberapa dampak bagi masyarakat sebagai penerima.

Penumpukan sampah plastik yang tidak dapat diurai bertahun-tahun dan kemacetan yang semakin hari menghiasi Kota Surabaya akan berdampak pada lingkungan dan kondisi sosial masyarakat. Sehingga perlu bagi Pemkot Surabaya untuk melakukan inovasi dalam transportasi, selain menyediakan transportasi yang nyaman, aman juga terjangkau karena membayarnya menggunakan sampah plastik (Adnan, 2022).

Dalam proses diseminasi difusi dan adopsi memiliki pengertian yang berbeda, Rogers (2003) membedakannya berdasarkan sasaran. Difusi lebih ditujukan untuk menggambarkan diseminasi pada kelompok, sementara adopsi ditujukan pada individu. Difusi adalah proses dimana ide-ide baru dikomunikasikan kepada anggota sistem sosial.

Dapat dipahami difusi adalah bentuk khusus dari komunikasi yang merupakan upaya penyebaran inovasi kepada anggota dalam sebuah sistem sosial. Sehingga studi mengenai difusi menitik beratkan pada tiga elemen penting, yaitu inovasi, waktu dan anggota dalam suatu sistem sosial. Proses difusi inovasi yang dilakukan oleh Pemkot Surabaya dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 : Proses Difusi
Sumber : Rogers (2003)

Pemkot Surabaya meluncurkan program Bus Suroboyo, selain memberikan bentuk fisik (armada bus baru) dengan segala fasilitas penunjangnya. Namun, lebih dari itu, Pemkot Surabaya ingin membuat sebuah inovasi kepada masyarakat dalam hal perubahan cara berfikir yaitu mulai memberdayakan sampah plastik untuk pelestarian lingkungan serta menggunakan transportasi umum untuk mengurangi kemacetan. Bus Suroboyo mulai beroperasi dari mulai pukul 06.00 hingga pukul 22.00 WIB. Bus Suroboyo memiliki rute mulai dari terminal Purabaya hingga terminal Rajawali, begitu sebaliknya (Adnan, 2022).

Penulis tertarik meneliti mengenai inovasi Bus Suroboyo ini, karena selain merupakan inovasi terbaru dalam bidang transportasi di Surabaya, yang menggunakan sampah plastik sebagai media pembayarannya. Penulis juga tertarik bagaimana Pemerintah Kota Surabaya melakukan negosiasi, memberikan pemahaman serta meredam konflik dengan para supir angkutan kota, Damri, dan angkutan lainnya. Hal ini penting dalam difusi yang dilakukan terhadap sebuah teknologi, karena yang merasakan dampak dari adanya inovasi tersebut bukan hanya Pemerintah sebagai inovator, namun lebih kepada masyarakat sebagai adopter (Musyafak & Ibrahim, 2005). Karena masih

tergolong inovasi baru, maka penelitian mengenai bus Suroboyo ini belum banyak dilakukan, terutama yang spesifik meneliti mengenai difusi inovasinya. Sehingga hasil penelitian ini selain memberikan sumbangsih dalam dunia akademik, juga secara praktis dapat menjadikan gambaran bagi masyarakat mengenai inovasi dalam bidang transportasi serta bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Surabaya ketika melakukan inovasi-inovasi lainnya.

Media Sosial sebagai Media Promosi Utama

Kehadiran Bus Suroboyo cukup menarik minat dan antusias masyarakat Surabaya dan sekitarnya. Ada yang hanya ingin coba-coba untuk mengetahui dan menikmati fasilitas yang ditawarkan oleh Bus Suroboyo, ada juga yang menggunakan Bus Suroboyo sebagai alat transportasi utama ketika hendak bekerja atau setelah pulang dari tempat kerja. Bus Suroboyo yang ide awalnya dari Mantan Walikota Surabaya Ibu Tri Rismaharini dirancang untuk mengakomodir kepentingan masyarakat, ramah terhadap perempuan, ibu dan anak, hal ini disesuaikan dengan desain Bus Suroboyo yang memisahkan antara tempat duduk laki-laki (berada di belakang) dan perempuan (berada di depan), untuk menghindari kejahatan atau pelecehan seksual yang sering dialami oleh perempuan di dalam angkutan umum (Adnan, 2022).

Sebagaimana pendapat Rogers (2003) bahwa salah satu unsur penting dalam difusi inovasi adalah saluran komunikasi yang digunakan, esensi dasar dari difusi inovasi adalah bagaimana inovasi tersebut dikomunikasi kepada khalayak (masyarakat). Dalam inovasi Bus Suroboyo, Dinas Perhubungan Surabaya memilih media massa dan media sosial sebagai saluran komunikasi yang digunakan. Hal ini sesuai dengan teori difusi inovasi, bahwa penting untuk mengetahui tujuan dari komunikasi dan masyarakat sebagai penerima. Karena, tujuan dari komunikasi mengenai Bus Suroboyo adalah untuk masyarakat dengan jangkauan yang luas, maka digunakanlah media massa (Televisi dan Koran) sebagai saluran komunikasi. Selain itu, digunakan media sosial (*Facebook* dan *Instagram*) karena Dinas Perhubungan menilai bahwa saat ini, hampir semua memiliki media sosial.

Penggunaan media sosial sebagai media promosi dianggap efektif oleh Pemerintah Kota Surabaya, hal ini dikarenakan media sosial sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain, sehingga keberadaan media sosial sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah (low cost) oleh sebuah perusahaan atau instansi (Arwiedya & Sugiarto, 2011). Meskipun media yang mudah sekaligus murah, namun dampak dari media sosial sangat luas, hal ini sebagaimana dampak atau pengaruh dari internet yang memiliki kemampuan menyebarkan informasi dengan cepat dan luas (Rubawati, 2018).

RUTE SURO OYO US

BAWA SAMPAH PLASTIK BISA NAIK SURO OYO US

LOKASI TITIK HALTE SURO OYO US

Jam Operasi : 06.00 - 22.00 WIB

TITIK HALTE PURABAYA - RAJAWALI	TITIK HALTE RAJAWALI - PURABAYA
Halte Dukuh Menanggal	Halte Jombatan Merah
Halte Siwalankerto	Halte Veteran
Halte Taman Pelangi	Halte Tugu Pahlawan
Halte RS Bhayangkara	Halte Alun-Alun Cendong
Halte UBHARA	Halte Tanjung
Halte PUSVETMA	Halte Simpang Dukuh
Halte Wonokromo	Halte Gubernur Suryo
Halte Juyokoyo	Halte Pungud
Halte Museum III	Halte Sone Kembang
Halte RS Darmo	Halte Urip Sumoharjo
Halte Pandegiling	Halte Pandegiling
Halte Dharma	Halte Santa Maria
Halte Kalkasin	Halte Darmo
Halte Embong Malang	Halte Marmoyo
Halte Blauran	Halte Juyokoyo
Halte Pirmgadi	Halte RSAL
Halte Pasar Turi	Halte Margarejo
Halte Masjid Kemayoran	Halte UIN
Halte Indrapura	Halte Siwalankerto
Halte Rajawali	Halte Kerto Menanggal

1.219 suka

dishubsurabaya 《《ZOOM IN》》 Ini dia yang ditunggu tunggu 😊😊 Rute inilah yang nanti... lainnya

Gambar 2 : Informasi melalui Media Sosial Dishub Surabaya
Sumber : Instagram Dishub Surabaya

Tidak hanya melalui media sosial milik Dinas Perhubungan Surabaya, namun juga mengajak para *Vlogger* Surabaya dan para komunitas untuk ikut ambil andil dalam mempromosikan Bus Suroboyo.

“kami juga mengundang para *vlogger* surabaya untuk *mereview* Bus Suroboyo. Coba mbanya lihat *IG Love Suroboyo* selalu mempermosikan Bus Suroboyo, beberapa kali juga *live* dari sini (terminal joyoboyo), sama Asli Suroboyo juga, selalu promosi dan *live* tentang Bus Suroboyo. Ya, harapan kami masyarakat juga bisa ikut andil dalam mempromosikan Bus Suroboyo ini” (Adnan, 2022).

Sementara itu, penulis juga mewawancarai masyarakat yang menggunakan Bus Suroboyo, respon masyarakat sangat baik dengan kehadiran Bus Suroboyo dengan fasilitasnya yang sangat nyaman untuk ukuran transportasi umum.

“saya tahu Bus Suroboyo waktu nonton Metro TV dan lihat di Koran, jadinya saya mau coba, ternyata nyaman. Sekarang saya pulang pergi kerja naik Bus Suroboyo” (Winarti, 2022).

“busnya nyaman, saya baru pertama kali naik, ternyata bagus. Saya mau naik lagi nanti, apalagi bayarnya pake sampah plastik, banyak di rumah saya. Hehehee...” (Sunaryo, 2022).



Gambar 3 : Suasana di dalam Bus Suroboyo
Sumber : Dokumentasi Penulis

Bus Suroboyo tidak hanya sebagai transportasi umum yang digunakan oleh masyarakat sehari-harinya, untuk pergi dan pulang bekerja, sekolah atau kuliah juga aktifitas rutin lainnya. Kehadiran Bus Suroboyo juga sebagai salah satu alternatif liburan bagi masyarakat Surabaya, tak heran jika pada akhir pekan peminat Bus Suroboyo semakin meningkat. Terlihat antrian masyarakat yang antusias untuk menikmati transportasi umum yang nyaman ini bersama keluarga. Bukan hanya masyarakat di

Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi Vol.2, No.3 November 2022, pp. 135-146

Surabaya, tetapi banyak masyarakat dari luar Surabaya yang sengaja ingin menikmati fasilitas angkutan umum ini yang hanya ada di Surabaya. Hal ini dikemukakan oleh salah seorang yang tinggal di luar kota Surabaya, karena ada dinas di Surabaya, maka dia memutuskan untuk mencoba naik Bus Suroboyo.

“saya penasaran pengen naik bus Suroboyo, saya hanya mendengarnya dari berita, kebetulan lagi dinas di Surabaya, saya pengen coba naik bus suroboyo. Ternyata sangat nyaman, semoga di kota saya juga bisa ada bis seperti ini” (Satir, 2022).

“awalnya saya hanya tertarik dengan keindahan bunga-bunga di Surabaya, makanya saya mau foto-foto. Tapi, teman sekamar saya mengajak untuk naik Bus Suroboyo, katanya bus paling nyaman, jadi kita ke tempat foto-foto sambil naik Bus Suroboyo. Dan ternyata benar, busnya nyaman, bersih, aman, dan desain interiornya keren. Saya suka” (Fifi, 2022)

Dapat dipahami bahwa difusi inovasi terhadap Bus Suroboyo bukan hanya dialami oleh Pemkot juga masyarakat Surabaya saja, namun masyarakat lain di Surabaya, yang mengetahui informasi melalui media internet juga merasakan dari dampak difusi inovasi teknologi ini. Salah satu kelebihan dari media internet adalah penyampaian pesannya yang sangat massive dan daya jangkauan yang luas, sehingga mempermudah dan mempercepat penyampaian mengenai sebuah inovasi (Arwiedya & Sugiarto, 2011). Bus Suroboyo juga dijadikan sebagai ajang untuk memperkenalkan pariwisata Surabaya, dijadikan sebagai edukasi terkait pemanfaatan sampah plastik serta menggunakan transportasi umum untuk mengurangi kemacetan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa difusi inovasi bus Suroboyo dikatakan berhasil, ukuran keberhasilan difusi inovasi ada dua, yaitu pertama, jumlah masyarakat yang mengadopsi dan kedua, kecepatan masyarakat dalam mengadopsi inovasi teknologi (Sidik, 2017). Difusi inovasi Bus Suroboyo berjalan dengan baik, banyak masyarakat yang dapat menerima dan memanfaatkan keberadaan Bus Suroboyo sebagai transportasi umum. Kehadiran Bus Suroboyo mempermudah aktifitas keseharian masyarakat, transportasi nyaman dan ramah lingkungan. Meskipun demikian, penulis pun mendapatkan data bahwa sebelum Bus Suroboyo dioperasikan, Pemkot Surabaya harus melewati berbagai proses negosiasi bersama masyarakat yang cukup alot, hal inilah yang membuat pengoperasian Bus Suroboyo sempat mengalami penundaan.

Masyarakat dan Kehadiran Bus Suroboyo

Inovasi Bus Suroboyo bukan tanpa hambatan, program yang seharusnya dapat terlaksana sejak tahun 2012 ini harus tertunda karena mempertimbangkan beberapa faktor sosial. Sistem sosial masyarakat Surabaya berbeda dengan sistem sosial yang ada pada masyarakat Jawa pada umumnya. Sehingga, Walikota Surabaya dan Dinas Perhubungan mencoba untuk mempertimbangkan banyak hal kurang lebih 5 (lima) tahun lamanya. Hingga pada tahun 2017, Walikota mulai merencanakan Program Bus Suroboyo dengan berbagai persiapan, hingga pada April 2018 Bus Suroboyo untuk pertama kalinya dioperasikan.

“di Surabaya, kultur masyarakatnya beda mba dengan di tempat lain, sebagai contoh Semarang. Kalau di Semarang, pemkotnya buat Bus yang harganya lebih murah dan fasilitasnya lebih nyaman, supir angkutan umumnya diam aja, walaupun hanya menggerutu. Tapi coba kalau itu di Surabaya, yo opo busnya nggak dibakar?, karena di Surabaya masyarakatnya beda, nggak bisa disamain. Makanya, Ibu itu (Mantan Walikota Surabaya) nggak mau rame-rame, pilihnya jalan kekeluargaan” (Adnan, 2022).

Sebagaimana yang dikatakan oleh Rogers (2003), bahwa penting dalam memperhatikan sistem sosial masyarakat dalam sebuah difusi inovasi. Di dalamnya ada aturan, kebudayaan dan kondisi sosial lainnya yang membuat masyarakat atau anggotanya memiliki keterikatan. Sehingga dalam konteks masyarakat Surabaya, Pemerintah tidak langsung melakukan difusi inovasi Bus Suroboyo, namun terlebih dahulu membangun komunikasi dengan masyarakat, terutama dengan pihak angkutan umum yang secara ekonomi terdampak dengan adanya Bus Suroboyo ini. Namun, di lain sisi Pemkot Surabaya ingin merubah wajah angkutan umum Surabaya, dengan adanya Bus Suroboyo ini diharapkan mampu membuat para pelaku angkutan umum melakukan revitalisasi, baik dalam hal pelayanan, fasilitas dan keamanan untuk memberikan kenyamanan bagi masyarakat sebagai pengguna.

“salah satu cara pemerintah untuk meredam konflik dengan para pelaku angkutan umum, kami mengambil supir Bus Suroboyo dari supir angkot, damri dan mikrolet yang tentunya sudah kami beri pelatihan selama 15 (lima belas) hari tentang SOP di Bus Suroboyo. Selain supir, para karyawan dan pekerja di Bus Suroboyo juga diambil dari keluarga mereka. Biar, nanti kalau ada apa-apa, ya kita juga bilang, ini lho ada keluargamu di sini, ada anakmu, adekmu yang kerja di Bus Suroboyo. Ya mungkin tidak bisa mengakomodir semuanya, karena aramda kita saat ini baru ada 8 (delapan), 7 (tujuh) beroperasi dan 1 (satu) *stand by*. Tapi, dengan cara ini ya *alhamdulillah* nggak ada ribut-ribut dan rame-rame. Meskipun ada beberapa

tempat yang masih sering terjadi gesekan, seperti di halte Wonokromo. Biasanya kita nggak mampir, untuk meredam konflik itu” (Adnan, 2022).

Selain penulis menemukan kesesuaian teori difusi inovasi milik Everett Rogers (2003) dengan inovasi yang dilakukan oleh Pemkot Surabaya terkait Bus Suroboyo, penulis juga menemukan beberapa hal yang kurang sesuai teori ini. *Pertama*, Rogers hanya mengungkapkan bahwa keterlambatan proses difusi dikarekan hanya pada satu pihak, yaitu lambatnya proses adopsi yang dilakukan masyarakat. Sementara dalam studi kasus Bus Suroboyo ini justru keterlambatan inovasi ada pada pihak Pemerintah, bukan karena Pemkot Surabaya tidak ingin melakukan adopsi, namun banyak pertimbangan lain yang salah satunya sistem sosial masyarakat yang ketika itu belum siap untuk menerima inovasi tersebut.

Kedua, Rogers (2003) menganggap bahwa komunikasi dalam difusi inovasi hanya berlangsung *linear*, satu arah dari inovator (Pemerintah) kepada masyarakat, Rogers menganggap bahwa masyarakat bersifat pasif, hanya menerima inovasi. Sementara dalam penelitian ini ditemukan bahwa masyarakat juga memberikan *feedback*, respon dan masukan terhadap inovasi yang dilakukan Pemkot Surabaya ini. Hal tersebut menurut analisis penulis terjadi karena adanya media sosial yang memungkinkan bagi masyarakat berinteraksi. *Ketiga*, Rogers melakukan kriteria terhadap para adopter dengan 5 (lima) kelompok yang dibuat dan dengan ciri-ciri masing-masing (2003). Namun Rogers tidak menjelaskan bahwa kriteria-kriteria tersebut bersifat *fleksibel*, dapat berubah dan berpindah sewaktu-waktu. *Late majority* diwaktu yang berbeda dapat berubah menjadi *early majority*, begitupun *early majority* dapat menjadi *early adopters* pada kesempatan yang lain.

Dan terakhir, *keempat*, bahwa masyarakat dengan kemampuan adopsinya masing-masing tidak dapat mutlak dikategorikan sebagaimana yang telah dikelompokkan oleh Rogers, hal ini dikarenakan ada faktor lain yang mungkin luput dalam pengamatan Rogers. Sebagai contoh masyarakat dengan tipe *laggards*, mereka tidak mengadopsi inovasi bukan saja karena mereka yang bersifat tradisional, wawasan dan sumber daya terbatas, namun ada faktor lain yang justru lebih penting. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui faktor utama itu adalah ekonomi. Karena faktor ekonomilah mereka (para supir angkot, damri, mikrolet) tidak mau menerima inovasi, bukan karena tidak mau

mencobanya namun karena bagi mereka justru kehadiran inovasi Bus Suroboyo ini mempengaruhi perekonomian mereka, terjadi pengurangan jumlah penumpang yang akan berimbas pada pemasukan.

Sementara itu, jika dikaitkan dengan teori Social construction of technology (SCOT), maka dapat dipahami bahwa manusialah yang menentukan inovasi atau kapan difusi inovasi teknologi itu dilakukan (Yousefikhah, 2017). Dalam kasus Bus Suroboyo, meskipun secara teknik sudah dapat dioperasikan, namun Pemerintah masih menunda untuk mengoperasikan Bus Suroboyo. Hal tersebut dikarenakan masih ada kendala dan benturan dengan pihak supir angkutan umum di Surabaya, untuk menghindari konflik, maka Bus Suroboyo ditunda pengoperasiannya. Tiga elemen utama dalam teori Social construction of technology (SCOT), digunakan dalam difusi inovasi Bus Suroboyo, yaitu *pertama* fleksibilitas interpretasi (Yousefikhah, 2017). Pemerintah Kota Surabaya menunda pengoperasian Bus Suroboyo yang disesuaikan dengan kondisi sosial masyarakat Surabaya. Meskipun secara fisik dan manajemen Bus Suroboyo telah siap dioperasikan, namun Pemkot Surabaya dalam hal ini lebih fleksibel, tidak mesti bahwa teknologinya telah siap lantas langsung digunakan. Hal inilah yang memperkuat teori Social construction of technology (SCOT), manusialah yang menentukan bagaimana teknologi itu digunakan.

Kedua, kelompok sosial yang relevan (Yousefikhah, 2017), dalam permasalahan Bus Suroboyo kelompok sosial bukan saja masyarakat yang akan menggunakan transportasi umum, namun juga masyarakat yang terkena dampak dari adanya inovasi dalam bidang transportasi umum ini, salah satunya para supir angkutan umum lainnya. Kehadiran Bus Suroboyo secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan para supir angkutan umum lainnya, sehingga mereka akan menolak kehadiran Bus Suroboyo. Hal inilah yang menjadi pertimbangan bagi Pemkot Surabaya, sehingga dengan bernegosiasi dengan para pimpinan juga para supir angkutan umum lainnya, maka disepakati beberapa hal, mengenai rute, jenis pembayaran dan pemberhentian. Begitu juga dengan dipekerjakannya para supir angkutan umum, contohnya Damri sebagai supir Bus Suroboyo serta para anggota keluarga lainnya.

Ketiga, kerangka teknologi dijelaskan dan dampaknya terhadap inovasi dibahas (Yousefikhah, 2017), hal ini telah menjadi pembahasan utam Pemkot Surabaya sebelum memutuskan melakukan difusi inovasi terhadap Bus Suroboyo. Selanjutnya agar masyarakat juga memahami dampak dari inovasi tersebut, maka dilakukan sosialisasi melalui media konvensional maupun media baru sebagai media promosi sebelum dilakukan pengoperasian terhadap Bus Suroboyo. Sehingga, sebelum Bus Suroboyo dioperasikan, masyarakat Surabaya telah mengetahui mengenai inovasi yang dilakukan oleh Pemkot Surabaya ini, rasa penasaran dan ingin mencoba adalah alasan utama bagi masyarakat ketika menggunakan Bus Suroboyo. Berikutnya, masyarakat mulai merasakan dampak dari inovasi Bus Suroboyo ini, selain sebagai transportasi yang nyaman dan ramah lingkungan, masyarakat juga merasa lebih berhemat.

Penutup

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa difusi inovasi terhadap Bus Suroboyo mengalami dua tahapan penting, *pertama* pra pengoperasian Bus Suroboyo. Dalam tahapan ini Pemkot Surabaya melakukan fleksibilitas interpretasi dalam menghadapi kondisi sosial masyarakat Surabaya. Negosiasi dan pemahaman dilakukan oleh Pemkot Surabaya untuk menghindari konflik dengan para supir angkot, mikrolet dan Damri. Inovasi Bus Suroboyo sempat mengalami penundaan karena masih adanya permasalahan dengan para supir angkutan umum lainnya, hingga akhirnya ditemukan jalan tengah dengan cara mempekerjakan sebagai para supir dan anggota keluarganya sebagai supir dan pelaksana tugas di Bus Suroboyo.

Kedua, ketika inovasi Bus Suroboyo dilakukan, dalam proses ini hasilnya jauh lebih positif dan tidak mengalami kendala yang berarti. Sebaliknya, masyarakat Surabaya merespon dengan sangat baik inovasi Bus Suroboyo ini. Masyarakat menggunakan transportasi umum Bus Suroboyo untuk pergi dan pulang bekerja, sekolah juga aktifitas lainnya. Masyarakat lain menggunakan Bus Suroboyo sebagai pengganti wisata di akhir pekan bersama keluarga, juga digunakan untuk beberapa kegiatan positif lainnya yang semakin memperkenalkan Kota Surabaya. Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa difusi inovasi Bus Suroboyo berjalan dengan sangat baik.

REFERENSI

- Adnan, R. (2022). Difusi Inovasi Bus Suroboyo: Tantangan dan Peluangnya. (E. Rubawati, Pewawancara).
- Arwiedya, M. R., & Sugiarto. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)*. Semarang: Universitas Diponegoro (Disertasi).
- Efendi, Z. (2018, April 7). *Detik*. Dipetik dari DetikNews: <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3958740/keunggulan-bus-suroboyo-serba-otomatis-dan-bisa-bayar-pakai-sampah>
- Farmita, A. R., & Hantoro, J. (2018, April 7). *Tempo*. Dipetik dari Tempo Web site: <https://nasional.tempo.co/read/1077209/wali-kota-surabaya-tri-rismaharini-luncurkan-suroboyo-bus/full&view=ok>
- Fifi, M. F. (2022). Respon terhadap Inovasi Bus Suroboyo. (E. Rubawati, Pewawancara)
- Musyafak, A., & Ibrahim, T. M. (2005). Strategi Percepatan Adopsi dan Difusi Inovasi Pertanian Mendukung Prima Tani. *Analisis Kebijakan Pertanian, Volume 3 No. 1*, 20-37.
- Resmadi, I. (2014). Kajian Difusi Inovasi Konvergensi Media di Harian Pikiran Rakyat. *Jurnal Sosioteknologi Volume 13 Nomor 2*, 110-118.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th ed. New York*. A Division of Macmillan Publishing Co Inc: Free Press.
- Rubawati, E. (2018). Berita Online Sebagai Instrumen Dakwah: Antara Profektif dan Provokatif. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 65-77.
- Satir, M. (2022). Respon terhadap Bus Suroboyo. (E. Rubawati, Pewawancara)
- Sidik, M. A. (2017). Difusi Inovasi Teknologi Pengelolaan Sampah Pada Masyarakat. *Jurnal Teknologi dan Lingkungan, Vol. 8, No. 3*, 253-260.
- Sunaryo. (2018, Juni 30). Respon terhadap inovasi Bus Suroboyo. (E. Rubawati, Pewawancara)
- Winarti, S. (2018, Juni 30). Respon terhadap Inovasi Bus Suroboyo. (E. Rubawati, Pewawancara)
- Yousefikhah, S. (2017). Sociology of Innovation: Social Construction of Technology Perspective. *AD-Minister*, 31-43.
- Zulkarimen, N. (2004). *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.