

Sinergi Difusi Inovasi dan Partisipasi dalam Ekosistem Komunikasi Digital UMKM Pengrajin Setu Tangerang Selatan

Gadis Octory¹; Udi Rusadi²; Jamalullail³

¹²Program Studi Doktor Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta, Jalan Prof. Dr. Supomo, SH No. 84, Tebet, Jakarta Selatan 12870, Indonesia

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nusantara, Jl. Tanjung Duren Barat II No. 1, Grogol Petamburan, Jakarta Barat, dengan kode pos 11470, Indonesia
Email: gadisoctory@gmail.com; firusadi51@usahid.ac.id; jamalullail2122@gmail.com

Article Info

Submitted:
13 November 2025
Accepted:
22 December 2025
Published:
29 December 2025

DOI:



**Vol. 13 (No.2),
2025
Hal 239-252**

ABSTRACT

The digital transformation of creative MSMEs requires a communication approach that integrates innovation diffusion with community participation. However, previous studies often treat these domains separately, leaving limited understanding of how digital empowerment unfolds within local community contexts. This study aims to analyze the synergy between innovation diffusion and community participation within the digital communication ecosystem of creative MSMEs in Setu District, South Tangerang City. This research employs a qualitative case study design involving five key informants, consisting of three craft artisans, the Head of Setu District, and a representative of Dekranasda South Tangerang. Data were collected through semi-structured interviews, observations of mentoring activities, program documentation, and a supplementary Google Form survey. The findings indicate that digital adoption occurs through iterative cycles of exposure, experimentation, peer learning, and community validation, shaped by trust and collaborative social relations among artisans. Participation is strongest during the implementation and evaluation stages through hybrid communication combining face-to-face interaction and WhatsApp-based micro-learning. Using the SKIP Analytical Framework (Synergy of Innovation and Participation), this study demonstrates how innovation and participation mutually reinforce digital empowerment within the local creative ecosystem, resulting in a more convergent, adaptive, and sustainable model of community-based development communication.

Keywords: *Community Participation; Diffusion of Innovation; Digital Communication*

ABSTRAK

Transformasi digital pada UMKM kreatif menuntut pendekatan komunikasi yang mampu mengintegrasikan proses difusi inovasi dengan partisipasi masyarakat secara simultan. Namun, kajian sebelumnya masih cenderung memisahkan kedua aspek tersebut sehingga belum menjelaskan secara memadai bagaimana pemberdayaan digital berlangsung dalam konteks komunitas lokal. Penelitian ini bertujuan menganalisis sinergi antara difusi inovasi dan partisipasi masyarakat dalam ekosistem komunikasi digital UMKM kreatif di Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. Penelitian menggunakan desain studi kasus kualitatif dengan lima informan utama yang terdiri atas tiga perajin, Camat Kecamatan Setu, dan pengurus Dekranasda Kota Tangerang Selatan. Data dikumpulkan melalui

Sinergi Difusi Inovasi dan Partisipasi dalam Ekosistem Komunikasi Digital UMKM Pengrajin Setu Tangerang Selatan
(Gadis Octory; Udi Rusadi; Jamalullail)

wawancara semi-terstruktur, observasi kegiatan pendampingan, dokumentasi program, serta survei Google Form sebagai data pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses adopsi inovasi digital berlangsung melalui siklus paparan, uji coba, pembelajaran sejawat, dan validasi komunitas yang dipengaruhi oleh kepercayaan sosial serta budaya kolaboratif perajin. Partisipasi masyarakat paling kuat muncul pada tahap implementasi dan evaluasi melalui komunikasi hibrida yang menggabungkan pertemuan tatap muka dan micro-learning berbasis WhatsApp. Penelitian ini menggunakan Kerangka Analitis SKIP (Sinergi Inovasi–Partisipasi) untuk menjelaskan bagaimana inovasi dan partisipasi saling memperkuat dalam ekosistem komunikasi digital UMKM, sehingga menghasilkan model pemberdayaan yang lebih konvergen, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Difusi Inovasi, Komunikasi Digital, Partisipasi Masyarakat

PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena transformasi digital di Indonesia yang telah menjadi salah satu pendorong utama perubahan dalam sektor UMKM, terutama seiring meningkatnya kebutuhan terhadap keterhubungan, pemasaran daring, dan efisiensi produksi (KemenkopUKM, 2023; UNDP, 2023). Digitalisasi mengubah cara pelaku UMKM kreatif mengelola usaha, mengembangkan produk, serta membangun jejaring pemasaran berbasis teknologi (Rahayu & Day, 2015; Ahmad & Ibrahim, 2022). Kondisi tersebut terlihat jelas pada komunitas perajin di Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan, yang semakin banyak memanfaatkan platform digital seperti Canva, CapCut, Instagram, dan marketplace untuk mendukung aktivitas usaha. Namun demikian, pemanfaatan teknologi ini tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pola komunikasi, relasi sosial, dan struktur dukungan yang berkembang dalam komunitas. Oleh karena itu, ekosistem komunikasi digital menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana inovasi digital dipelajari, diadopsi, dan dimaknai dalam konteks pemberdayaan UMKM.

Tinjauan literatur penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kajian komunikasi pembangunan, keberhasilan penerapan inovasi sangat ditentukan oleh struktur komunikasi dan hubungan antaraktor yang membentuk proses perubahan sosial (Servaes, 1999; Manyozo, 2012). Pendekatan komunikasi pembangunan konvergen sebagaimana ditegaskan Rusadi (2014) menekankan pentingnya dialog, interaksi timbal balik, dan jejaring komunitas sebagai fondasi penyebaran inovasi yang efektif. Rogers (2003) melalui Teori Difusi Inovasi menjelaskan bahwa inovasi menyebar melalui lima tahap adopsi, namun model ini kerap dikritik karena dianggap terlalu linier dan kurang mempertimbangkan dinamika sosial serta konteks budaya. Dalam praktik pemberdayaan UMKM, proses adopsi teknologi justru bersifat berulang, kolektif, dan sangat dipengaruhi oleh relasi antarperajin. Di sisi lain, teori partisipasi yang dirumuskan oleh Uphoff (1985), Arnstein (1969), dan Pretty (1995) menegaskan bahwa partisipasi masyarakat memiliki peran penting dalam seluruh siklus pembangunan. Literatur kontemporer menekankan bahwa partisipasi hanya akan bermakna apabila terintegrasi dengan proses dialogis, pembelajaran kolektif, serta struktur komunikasi yang memungkinkan masyarakat berkontribusi secara aktif (Tufta, 2017; Waisbord, 2015).

Namun demikian, analisis kesenjangan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian terdahulu masih cenderung memisahkan kajian difusi inovasi dari partisipasi masyarakat. Kajian mengenai digitalisasi UMKM lebih banyak menekankan aspek pemanfaatan teknologi dan capaian ekonomi, sementara dinamika komunikatif, pembelajaran sejawat, serta interaksi sosial dalam komunitas belum banyak dikaji secara integratif. Selain itu, kajian mengenai ekosistem komunikasi digital sebagai ruang interaksi yang menghubungkan aktor komunitas, media digital, dan lembaga pendukung juga masih terbatas. Sebagian besar penelitian belum menelaah secara mendalam bagaimana praktik komunikasi informal, budaya kolaboratif, dan dukungan jejaring sosial memengaruhi keberhasilan transformasi digital UMKM. Padahal, penelitian terbaru menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi digital sangat dipengaruhi oleh *embeddedness* sosial, dukungan jaringan, dan budaya kolaboratif dalam komunitas (Nugroho et al., 2021; Setyawan & Santoso, 2022).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, alasan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengkaji secara lebih komprehensif bagaimana sinergi antara difusi inovasi dan partisipasi masyarakat bekerja dalam ekosistem komunikasi digital UMKM kreatif. Temuan lapangan pada komunitas perajin di Kecamatan Setu menunjukkan bahwa kemampuan teknologi tidak hanya terbentuk melalui pelatihan formal, tetapi juga melalui interaksi sosial yang intens, dukungan emosional, serta praktik pembelajaran sejawat dalam ruang komunikasi informal seperti WhatsApp Group. Ruang digital ini berfungsi sebagai arena *micro-learning* yang memungkinkan pertukaran pengalaman, diskusi cepat, dan validasi sejawat secara berkelanjutan. Dengan demikian, pemahaman mengenai transformasi digital UMKM memerlukan analisis yang tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada dinamika komunikasi dan partisipasi dalam komunitas. Dalam konteks tersebut, penelitian ini menjadi relevan karena mengembangkan dan menyempurnakan SKIP Model (Sinergi Komunikasi Inovasi–Partisipasi) sebagai kerangka konseptual untuk menjelaskan hubungan antara inovasi, partisipasi, dan komunikasi digital dalam pemberdayaan komunitas kreatif.

Sejalan dengan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pola difusi inovasi digital pada komunitas perajin di Setu, (2) mengidentifikasi bentuk dan intensitas partisipasi masyarakat dalam proses pemberdayaan digital, dan (3)

menyempurnakan SKIP Model sebagai kerangka analitis yang menggambarkan sinergi antara inovasi, partisipasi, dan komunikasi digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu komunikasi pembangunan sekaligus menawarkan kerangka praktis bagi perancangan program pemberdayaan UMKM kreatif yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam sinergi antara difusi inovasi dan partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan digital UMKM kreatif di Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. Studi kasus dipilih karena transformasi digital UMKM merupakan proses sosial yang kompleks, kontekstual, dan tidak dapat dipisahkan dari dinamika komunikasi serta relasi antaraktor dalam komunitas (Yin, 2018). Penelitian berfokus pada satu konteks spesifik, yaitu komunitas perajin kreatif di Kecamatan Setu, yang memiliki karakter sosial-budaya, struktur komunikasi informal yang aktif, serta keterlibatan dalam program pendampingan digital Dekranasda Kota Tangerang Selatan. Lokasi ini dipilih secara purposif karena merepresentasikan ekosistem UMKM kreatif urban-periurban yang sedang berkembang dan relevan untuk mengkaji sinergi difusi inovasi dan partisipasi dalam ekosistem komunikasi digital.

Objek penelitian adalah proses komunikasi pembangunan yang berlangsung dalam program pemberdayaan digital UMKM kreatif. Subjek penelitian dipilih secara purposive, terdiri atas lima informan utama, yaitu tiga perajin dari subsektor kriya, satu fasilitator pendampingan digital, dan satu pejabat pendamping UMKM di tingkat kecamatan. Dominannya informan perempuan mencerminkan struktur empiris komunitas UMKM kriya dan sejalan dengan perspektif komunikasi pembangunan yang menempatkan perempuan sebagai aktor kunci dalam proses pemberdayaan (Melkote & Steeves, 2015).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi kegiatan pendampingan dan interaksi komunitas, termasuk aktivitas di WhatsApp Group sebagai ruang micro-learning, serta studi dokumentasi program. Program pendampingan Dekranasda yang menjadi konteks penelitian dilaksanakan secara hybrid melalui kombinasi pertemuan tatap muka dan komunikasi digital pada periode 2023–2024. Data

dianalisis menggunakan koding tematik (Braun & Clarke, 2006) untuk mengidentifikasi pola difusi inovasi dan partisipasi masyarakat, serta teknik pattern matching untuk mencocokkan temuan empiris dengan teori Difusi Inovasi (Rogers) dan model partisipasi masyarakat (Uphoff). Kredibilitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, member check, serta audit trail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pola Difusi Inovasi Digital dalam Komunitas Perajin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola difusi inovasi digital di Kecamatan Setu tidak berlangsung secara linier sebagaimana diasumsikan dalam model klasik Rogers. Proses adopsi lebih menampilkan karakter siklik, sosial, dan berbasis komunitas, yang bergerak melalui rangkaian paparan awal, eksplorasi, uji coba, kolaborasi, dan validasi sejawat. Paparan pertama terhadap inovasi digital terjadi melalui pengamatan sosial, dimana perajin melihat unggahan rekan mereka di Instagram, testimoni di WhatsApp, atau percakapan informal dalam kegiatan komunitas. Tahap ini berperan sebagai awareness berbasis interaksi sehari-hari, bukan hasil pelatihan formal. Sebagaimana disampaikan salah satu perajin batik:

“Saya senang belajar dan mengikuti berbagai kegiatan pembinaan, agar bisa memperluas jaringan, memotivasi, dan mendapat inspirasi kebaruan motif produk.”

Setelah paparan awal, perajin memasuki tahap eksplorasi dan uji coba. Mereka mencoba membuat konten sederhana dengan Canva, mengunggah produk ke marketplace, atau mengikuti template yang dibagikan di WhatsApp Group. Proses ini jarang dilakukan sendiri, melainkan melalui diskusi singkat antarperajin, saling mengomentari desain, dan berbagi contoh konten yang mereka anggap menarik. Pada tahap berikutnya, peer validation menjadi faktor kunci. Validasi sejawat tidak hanya meningkatkan rasa percaya diri perajin, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme penyaringan ide dan penguatan kualitas produk digital. Ketika satu anggota menunjukkan peningkatan kualitas konten, anggota lain mengikuti pola tersebut. Ini menunjukkan bahwa inovasi menyebar melalui pengaruh horizontal, bukan instruksi vertikal. Keberhasilan adopsi inovasi digital sangat dipengaruhi oleh nilai kebersamaan

komunitas, yang tercermin dari kebiasaan saling membantu, “ngobrol digital”, dan memberi masukan tanpa diminta. Dengan demikian, difusi inovasi di Setu bersifat iteratif, kolaboratif, dan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial-budaya lokal, bukan semata-mata kemampuan teknis.

Partisipasi Masyarakat dalam Setiap Tahap Program Pemberdayaan

Analisis menggunakan kerangka partisipasi Uphoff menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat muncul secara kuat pada empat dimensi utama: pengambilan keputusan, pelaksanaan, evaluasi, dan pemanfaatan hasil. Pada tahap pengambilan keputusan, Dekranasda melibatkan perajin dalam penentuan bentuk pelatihan, jadwal kegiatan, hingga pemilihan platform digital yang akan dipelajari. Forum diskusi awal menjadi ruang penting untuk menilai kebutuhan komunitas dan menentukan arah pendampingan. Partisipasi pada tahap ini menciptakan rasa kepemilikan program (*sense of ownership*) dan memperkuat motivasi keikutsertaan. Dalam tahap pelaksanaan, partisipasi terlihat paling kuat. Perajin menjadi peserta aktif sekaligus mentor sejawat bagi anggota lain yang antara lain ditunjukkan melalui sikap saling membantu memperbaiki foto produk, memberikan saran estetika desain konten, dan mendampingi rekan lain membuat akun *marketplace*. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi bukan sekadar kehadiran, tetapi keterlibatan substantif, yang mempercepat proses pembelajaran digital.

Tahap evaluasi dilakukan secara informal maupun formal. Perajin sering mengunggah tangkapan layar penjualan di marketplace, meminta masukan dari sesama peserta, dan melakukan refleksi mengenai konten mana yang paling efektif. Seorang perajin aksesoris menuturkan,

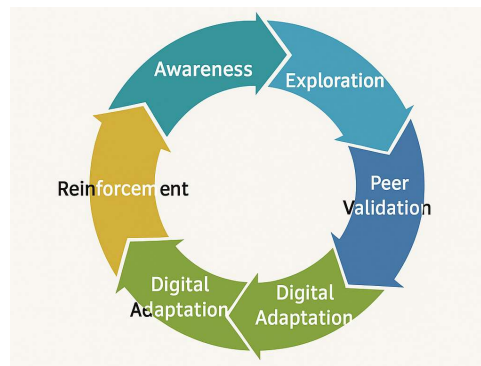
“kalau bingung di marketplace, saya langsung tanya teman sesama perajin... biasanya ada yang kasih contoh cara upload dan caption yang bagus.”

Evaluasi berbasis sejawat ini memperlihatkan bahwa pengetahuan digital berkembang melalui dialog dan refleksi kolektif, bukan proses satu arah. Sementara itu, pemanfaatan hasil terlihat dari meningkatnya kemampuan perajin membuat variasi konten, mengikuti tren visual, dan memproduksi katalog produk secara mandiri. Mereka tidak lagi menunggu pelatihan resmi, tetapi menggunakan komunitas sebagai sumber belajar

berkelanjutan. Secara keseluruhan, partisipasi dalam komunitas berfungsi sebagai mesin penggerak inovasi, dimana aksi kolektif memperkuat keberlanjutan adopsi teknologi.

Mekanisme Konvergensi Komunikasi dalam Ekosistem Digital UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekosistem komunikasi digital di Setu terbentuk melalui konvergensi tiga saluran komunikasi: tatap muka, digital, dan kelembagaan. Komunikasi tatap muka digunakan untuk membangun kepercayaan dan kedekatan emosional, terutama pada tahap awal pelatihan atau pengenalan inovasi baru. Komunikasi digital melalui WhatsApp, Instagram, dan video pendek, menjadi ruang utama untuk pembelajaran berkelanjutan dan pertukaran informasi cepat. Sementara itu, komunikasi kelembagaan dari Dekranasda berfungsi sebagai pengarah program, penyedia fasilitator, serta mediator antara pelaku UMKM dan pemerintah kota. Ekosistem ini kemudian membentuk pola komunikasi hibrida yang memungkinkan inovasi digital diadopsi dan dipertahankan secara lebih stabil. Peran fasilitator tidak lagi sebagai instruktur satu arah, melainkan sebagai *enabler* yang membantu menciptakan ruang dialog, memfasilitasi alur belajar, dan memperkuat jejaring komunitas. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi konvergen bekerja sebagai mekanisme yang menghubungkan inovasi teknologi dengan partisipasi sosial, menghasilkan struktur pembelajaran kolaboratif yang dinamis.



Gambar 1. Siklus Konvergensi Komunikasi Digital UMKM Setu

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Siklus konvergensi komunikasi digital pada UMKM di Kecamatan Setu memperlihatkan bahwa proses pembelajaran dan adopsi inovasi tidak berlangsung secara terpisah, melainkan terbentuk melalui rangkaian interaksi yang saling berkesinambungan.

Untuk memahami alur dinamis tersebut, penelitian ini menyusun visualisasi dalam bentuk diagram siklik yang menggambarkan tahapan *awareness*, *exploration*, *collaborative learning*, *peer validation*, *digital adaptation*, hingga *reinforcement*. Setiap tahap menunjukkan bagaimana inovasi digital tidak hanya diperkenalkan, tetapi dipelajari, diuji, dan dipertahankan melalui dukungan komunitas serta komunikasi lintas saluran. Gambar ini membantu memperjelas bagaimana proses konvergensi komunikasi bekerja sebagai mekanisme penghubung antara inovasi digital, pembelajaran kolektif, dan praktik pemberdayaan dalam ekosistem UMKM. Dengan demikian, Gambar 1 berfungsi sebagai kerangka visual yang menegaskan hubungan erat antara dinamika sosial, proses belajar berbasis komunitas, dan keberlanjutan inovasi dalam konteks ekonomi kreatif Setu.

Tabel 1. Integrasi Difusi Inovasi dan Partisipasi

Tahap Difusi (Rogers)	Praktik Lapangan	Dimensi Partisipasi (Uphoff)	Dampak
<i>Awareness</i>	Paparan via unggahan media sosial, obrolan informal	Pengambilan Keputusan	Meningkatkan minat awal & rasa ingin tahu
<i>Persuasion</i>	Diskusi WhatsApp, desain bersama	Pelaksanaan	Memperkuat rasa memiliki inovasi
<i>Decision</i>	Uji coba konten & <i>marketplace</i>	Evaluasi	Keputusan kolektif berbasis pengalaman
<i>Implementation</i>	Pembuatan konten, penguatan produk	Pemanfaatan Hasil	Peningkatan visibilitas digital
<i>Confirmation</i>	Validasi seawat, pameran	Re-evaluasi	Keberlanjutan inovasi & adaptasi budaya

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Untuk memperlihatkan integrasi antara tahapan difusi inovasi dan dimensi partisipasi masyarakat, penelitian ini menyajikan Tabel 1 yang memetakan hubungan antara model difusi Rogers dan kerangka partisipasi Uphoff berdasarkan temuan lapangan. Tabel ini menunjukkan bagaimana setiap tahap difusi, dari *awareness* hingga *confirmation*, terwujud dalam praktik perajin Setu dan diiringi bentuk partisipasi seperti pengambilan keputusan, pelaksanaan, evaluasi, dan pemanfaatan hasil. Pemetaan ini menegaskan bahwa inovasi digital tidak hanya diperkenalkan melalui komunikasi formal, tetapi diperkuat melalui partisipasi aktif, kolaborasi komunitas, dan refleksi

berkelanjutan. Dengan demikian, Tabel 1 menggambarkan bahwa keberlanjutan inovasi digital dalam ekosistem UMKM kreatif Setu bergantung pada penguatan partisipasi komunitas.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan digital UMKM kreatif di Kecamatan Setu berlangsung melalui konfigurasi komunikasi yang bersifat dialogis, partisipatif, dan berbasis komunitas. Difusi inovasi digital tidak mengikuti pola linier sebagaimana diasumsikan dalam model klasik, melainkan berkembang secara sirkular melalui tahapan paparan sosial, uji coba, pembelajaran sejawat, dan validasi komunitas. Partisipasi masyarakat teridentifikasi paling kuat pada fase implementasi dan evaluasi, sementara ekosistem komunikasi digital terbentuk melalui konvergensi komunikasi tatap muka, digital, dan kelembagaan. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa adopsi dan keberlanjutan inovasi digital pada UMKM Setu merupakan hasil interaksi simultan antara proses komunikasi, struktur sosial, dan praktik partisipatif dalam komunitas.

Pola difusi inovasi dan partisipasi tersebut dapat dipahami sebagai konsekuensi dari kuatnya *embeddedness* sosial dalam komunitas perajin Setu. Relasi sosial yang intens, tingkat kepercayaan yang tinggi, serta budaya kolaboratif, khususnya di kalangan perempuan perajin, menciptakan kondisi komunikatif yang kondusif bagi proses pembelajaran digital kolektif. Dalam konteks ini, paparan awal terhadap inovasi digital tidak terutama dimediasi oleh mekanisme pelatihan formal, melainkan melalui interaksi informal, pertukaran pengalaman, dan komunikasi horizontal di ruang digital komunitas. Refleksi ini menunjukkan bahwa struktur komunikasi berbasis kedekatan sosial berfungsi sebagai prasyarat penting bagi munculnya partisipasi transformatif dan adopsi inovasi yang berulang.

Konsekuensi utama dari temuan tersebut adalah bergesernya pemahaman tentang inovasi digital dari sekadar artefak teknologis menjadi praktik sosial yang terus dinegosiasikan dalam relasi komunitas. Keberlanjutan inovasi digital tidak ditentukan oleh intensitas transfer pengetahuan teknis, melainkan oleh kapasitas komunitas dalam memproduksi makna bersama, membangun pembelajaran kolektif, dan memelihara partisipasi berkelanjutan. Dalam kerangka komunikasi pembangunan, kondisi ini

menegaskan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi sebagai mekanisme konstitutif yang membentuk relasi kekuasaan, identitas kolektif, dan keberlanjutan perubahan sosial dalam ekosistem UMKM kreatif.

Temuan penelitian ini memperkuat kritik terhadap asumsi linier dalam teori Difusi Inovasi Rogers, khususnya dalam konteks komunitas lokal yang memiliki struktur sosial dan budaya kolaboratif yang kuat. Sejalan dengan Greenhalgh et al. (2004), hasil penelitian ini menegaskan peran sentral jejaring sosial dan praktik komunitas dalam mempercepat dan mempertahankan inovasi. Selain itu, temuan ini memperluas teori partisipasi Uphoff dan pemikiran Freire dengan menunjukkan bahwa partisipasi dalam konteks digital UMKM tidak bersifat instrumental, melainkan transformatif dan komunikatif. Berbeda dengan penelitian UMKM digital terdahulu yang menitikberatkan pada adopsi teknologi dan performa ekonomi, studi ini menempatkan komunikasi, partisipasi, dan pembelajaran sejawat sebagai variabel kunci dalam praktik pemberdayaan berbasis komunitas.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan pergeseran paradigma dalam perancangan program pemberdayaan UMKM kreatif, dari pendekatan teknokratis menuju pendekatan komunikasi pembangunan berbasis komunitas. Secara konseptual, difusi inovasi perlu dipahami sebagai proses sosial yang kontekstual dan partisipatif. Secara metodologis, strategi pemberdayaan perlu mengintegrasikan komunikasi hibrida dan ruang micro-learning komunitas sebagai arena pembelajaran berkelanjutan. Secara kebijakan, lembaga pendamping diharapkan berperan sebagai fasilitator dialog, penguat jejaring sosial, dan penghubung antaraktor, sehingga ekosistem komunikasi digital UMKM dapat berkembang secara inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Temuan utama penelitian ini, yaitu bahwa transformasi digital UMKM kreatif di Kecamatan Setu berlangsung melalui proses komunikasi yang dialogis, kolaboratif, dan berakar pada dinamika sosial komunitas. Difusi inovasi digital tidak mengikuti pola linier sebagaimana diasumsikan dalam model klasik, melainkan berkembang secara sirkular melalui tahapan paparan sosial, eksplorasi, uji coba, pembelajaran sejawat, dan validasi komunitas. Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi dan keberlanjutan inovasi digital

lebih ditentukan oleh relasi sosial, tingkat kepercayaan, serta budaya kolaboratif yang hidup di antara perajin, daripada oleh transfer pengetahuan teknis semata.

Kontribusi penelitian ini secara konseptual dan teoretis bagi pengembangan ilmu komunikasi pembangunan. Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang praktik pemberdayaan digital dengan menunjukkan bahwa inovasi, partisipasi, dan komunikasi merupakan proses yang saling terkait dan berlangsung secara simultan dalam ekosistem komunitas. Melalui pemanfaatan Kerangka Analitis SKIP (Sinergi Komunikasi Inovasi–Partisipasi), penelitian ini menawarkan cara pandang integratif untuk membaca hubungan antara difusi inovasi dan partisipasi masyarakat dalam konteks digital UMKM. Kontribusi ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi pada kemampuan komunitas memaknai, mengadaptasi, dan menegosiasikan inovasi melalui praktik komunikasi yang hidup dan partisipatif.

Keterbatasan penelitian ini yang berfokus pada satu komunitas UMKM kreatif di Kecamatan Setu, sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji penerapan kerangka SKIP pada konteks komunitas yang berbeda, menggunakan pendekatan metodologis campuran, serta memperluas analisis pada isu-isu seperti dinamika gender, lintas subsektor ekonomi kreatif, dan keterkaitan antara kualitas komunikasi digital dengan dampak ekonomi UMKM. Keterbatasan ini sekaligus membuka ruang bagi pengembangan kajian lanjutan mengenai komunikasi pembangunan berbasis komunitas di era transformasi digital.

REFERENSI

- Ahmad, S., & Ibrahim, N. (2022). Dialogic innovation and participatory entrepreneurship in Malaysia's creative industries. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 29(4), 512–528.
- Afriliani, A., Rahman, N., & Praptiningsih, N. A. (2025). Peran komunikasi keluarga dalam membangun resiliensi remaja madya fatherless di Jakarta Barat. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 119–137. ([Journal of UNJ](#))
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>

- Bessette, G. (2004). *Involving the community: A guide to participatory development communication*. International Development Research Centre.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1985). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 13(3), 213–235.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). Sage.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Greenhalgh, T., Robert, G., Macfarlane, F., Bate, P., & Kyriakidou, O. (2004). Diffusion of innovations in service organizations: Systematic review and recommendations. *Milbank Quarterly*, 82(4), 581–629.
- Gumucio-Dagron, A. (2009). Playing with fire: Power, participation, and communication for development. In J. Servaes (Ed.), *Communication for development and social change* (pp. 453–475). Sage.
- Manyozo, L. (2012). *Media, communication and development: Three approaches*. Sage.
- Melkote, S. R., & Steeves, H. L. (2015). *Communication for development: Theory and practice for empowerment and social justice* (3rd ed.). Sage.
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, T. (2021). Digital innovation and small business transformation in Indonesia. *Journal of Small Business Strategy*, 31(1), 72–88.
- Octory, G. (2024, November). Strategi e-branding dalam meningkatkan brand awareness produk UMKM Kampung Dadap Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Visi Komunikasi*, 23(2).
- Octory, G. (2024). Strategi komunikasi pemasaran Yayasan Pendidikan AR Rasyiid Bintaro dalam meningkatkan jumlah siswa (periode 2020–2022). *Mediakom: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 14(1).
- Octory, G. (2025). Digital-based collaborative communication strategy in managing stakeholders (UMB Talks 2024). *Journal of Digital Media Communication*, 4(1), 10–23.
- Pretty, J. N. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, 23(8), 1247–1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)

- Quebral, N. C. (2012). *Development communication primer* (Rev. ed.). University of the Philippines Los Baños.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Rusadi, U. (2014). *Komunikasi pembangunan konvergen: Paradigma dan praktik*. Rajawali Pers.
- Setyawan, D., & Santoso, H. (2022). Social media capability and SME performance in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(3), 133–145.
- Servaes, J. (1999). *Communication for development: One world, multiple cultures*. Hampton Press.
- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. Sage.
- Tufte, T. (2017). *Communication and social change: A citizen perspective*. Polity Press.
- UNDP. (2023). *Human Development Report 2023: Breaking the Gridlock*. United Nations Development Programme. <https://hdr.undp.org>
- Waisbord, S. (2015). *Communication: A post-discipline*. Polity.
- Wiryanta, A. (2017). Komunikasi pembangunan dalam konteks lokal: Tantangan dan peluang. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 15(2), 99–112.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage.
- Dino, A., & Karamay, A. (2025). Leadership communication in project management in Indonesia. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 47–55.
- Fitri, Y. (2022). Analisis penggunaan media sosial oleh Dokter Tifa. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 243–260.
- Efektivitas Instagram @cerita_asahan* (2025), *Peran Komunikasi Keluarga* (Afriliani et al., 2025) *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*.