

ABSTRAK

Salsa Putri Ismaul Khotimah. 220531100099. Program Studi Ilmu Komunikasi. Proses Komunikasi Difusi Inovasi Pada Komunitas UMKM Kampung Kue Rungkut Dalam Pengembangan Destinasi Kampung Wisata Kuliner.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena kesenjangan adopsi inovasi di kalangan pelaku UMKM Kampung Kue Rungkut, di mana terjadi perbedaan kecepatan penerimaan inovasi antaranggota komunitas yang menjadi tantangan utama dalam pengembangan destinasi Kampung Wisata Kuliner Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis proses komunikasi difusi inovasi yang terjadi pada komunitas UMKM Kampung Kue Rungkut ditinjau dari empat unsur Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers, yaitu inovasi, saluran komunikasi, sistem sosial, dan dimensi waktu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivistik. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi terhadap 9 informan yang terdiri dari ketua komunitas, pelaku UMKM dan konsumen. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, teknik dan teori. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses difusi inovasi berlangsung melalui empat inovasi utama yaitu legalitas usaha, digital marketing, produk kuliner, dan kegiatan wisata kuliner. Penyebaran inovasi didukung oleh komunikasi interpersonal melalui pertemuan rutin dan *word of mouth* serta media digital melalui *Instagram*, *WhatsApp* dan *TikTok*. Kredibilitas *opinion leader* primer dan sekunder terbukti menjadi penggerak utama perubahan sikap anggota komunitas terhadap inovasi. Distribusi kategori adopter mengikuti pola Kurva S Rogers, dengan *innovator* 1,47%, *early adopter* 14,70%, *early majority* 39,70%, *late majority* 33,82%, dan *laggard* 10,29%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi tidak menyebar dengan sendirinya, melainkan dikomunikasikan secara aktif melalui komunikasi interpersonal antaranggota, dikuatkan oleh peran *opinion leader*, dan berlangsung dalam sistem sosial komunitas yang terbentuk lebih dari dua dekade, sehingga proses komunikasi menjadi faktor penentu utama keberhasilan difusi inovasi di Kampung Kue Rungkut.

Kata Kunci : Difusi Inovasi, Proses Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, UMKM, Kampung Wisata Kuliner

ABSTRACT

*Salsa Putri Ismaul Khotimah. 220531100099. Communication Science Study.
The Process of Innovation Diffusion Communication in the UMKM Community of
Kampung Kue Rungkut in Developing the Culinary Tourism Village Destination of
Surabaya.*

This research is motivated by the phenomenon of innovation adoption gaps among UMKM actors in Kampung Kue Rungkut, where differences in the speed of innovation acceptance among community members become the main challenge in developing the Culinary Tourism Village destination in Surabaya. This study aims to describe and analyze the process of innovation diffusion communication in the Kampung Kue Rungkut UMKM Community based on the four main elements of Everett M. Rogers Diffusion of Innovations Theory, namely innovation, communication channels, social system, and time dimension. This research employed a quality descriptive approach with a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving 9 informants consisting of the community leader, UMKM actors, and consumers. Data validity was ensured through source, technique, and theory triangulation. The results show that the innovation diffusion process occurred through four main innovations namely business legality, digital marketing, culinary products, and culinary tourism activities. Innovation diffusion was supported by interpersonal communication through regular meetings and word of mouth, as well as digital media including Instagram, WhatsApp, and TikTok. The credibility of primary and secondary opinion leaders proved to be the main driver of attitude change among community members toward innovation. The adopter category distribution follows Rogers S Curve pattern with innovators 1,47%, early adopters 14,70%, early majority 39,70%, late majority 33,82%, and laggards 10,29%. This study concludes that innovation does not spread by itself, but is actively communicated through interpersonal communication among members, strengthened by the role of opinion leaders and embedded within a community social system built over more than two decades, making the communication process the primary determinant of successful innovation diffusion in Kampung Kue Rungkut.

Key Words : Diffusion of Innovations, Communication Process, Interpersonal Communication, UMKM, Culinary Tourism Village.