

# Peran Komunikasi dalam Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 menuju Net-Zero Emissions 2050

Sam'iyah\*, Lathifa Prima Ghanistyana, Mirza Shahreza, Fitri Susiwani Isbandi

Universitas Muhammadiyah Tangerang, Kota Tangerang, Indonesia

\*samiyah2309@gmail.com

## Artikel

Submitted: 25-02-2025

Reviewed: 06-03-2025

Accepted: 29-10- 2025

Published: 05-12-2025

## DOI:

10.32509/wacana.v24i2.5108



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 24

No. : 2

Bulan : Desember

Tahun : 2025

Halaman : 403-413

## Abstract

*Climate change has become a global issue that demands the active involvement of younger generations. In line with the 2050 Net Zero Emission target, the Central Leadership of Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM), through its Environmental Affairs Division, organized the Aksi Pelajar untuk Iklim 2024 (Student Action for Climate 2024) as an effort to enhance student participation in climate change mitigation and adaptation. This study aims to analyze the implementation of the program, identify its challenges, and formulate strategic solutions to improve its effectiveness. The research employs a qualitative approach through in-depth interviews with central IPM leaders and participants, as well as observations during the kick-off event held in Kota Karang, Teluk Betung District, Bandar Lampung. The analysis refers to the Diffusion of Innovations Theory to understand how climate action ideas are disseminated among Muhammadiyah students. The findings indicate that the program effectively increases student awareness and participation and has the potential to shape agents of change in supporting the Net Zero Emission target. However, challenges remain in terms of coordination, funding, and program sustainability, which require further attention. Theoretically, this study strengthens the application of the Diffusion of Innovations Theory within the context of student-based environmental education. Practically, the findings provide recommendations for youth organizations and educational institutions in developing more inclusive, sustainable, and impactful climate action models.*

**Keywords:** Muhammadiyah Students; Climate; Net Zero Emission 2050; Diffusion Of Innovations; Climate Action

## Abstrak

Perubahan iklim menjadi isu global yang menuntut keterlibatan generasi muda. Sejalan dengan target Net Zero Emission 2025, Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah melalui Bidang Lingkungan Hidup menyelenggarakan Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 sebagai upaya meningkatkan partisipasi pelajar dalam mitigasi dan adaptasi perubahan iklim. Penelitian ini bertujuan menganalisis pelaksanaan program, mengidentifikasi hambatan, serta merumuskan solusi strategis untuk meningkatkan efektivitasnya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pimpinan pusat IPM dan peserta, serta observasi pada kegiatan kick-off di Kota Karang, Kecamatan Teluk Betung, Bandar Lampung. Analisis mengacu pada Teori Diffusion of Innovations untuk memahami proses penyebaran gagasan aksi iklim di kalangan pelajar Muhammadiyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini efektif meningkatkan kesadaran dan partisipasi pelajar serta memiliki potensi membentuk agen perubahan dalam mendukung target Net Zero Emission. Namun, terdapat hambatan pada aspek koordinasi kegiatan yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat penerapan Teori Diffusion of Innovations dalam konteks pendidikan lingkungan berbasis organisasi pelajar. Secara praktis, temuan ini memberikan rekomendasi bagi organisasi kepemudaan dan lembaga pendidikan dalam mengembangkan model aksi iklim yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berdampak luas.

**Kata Kunci:** Pelajar Muhammadiyah; Iklim; Net Zero Emission 2050; Diffusion of Innovations; Aksi Iklim

## PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan yang rentang terhadap perubahan iklim, memiliki tanggung jawab besar untuk menjaga kelestarian lingkungan (Legionosuko et al., 2019). Perubahan iklim merupakan salah satu tantangan global paling mendesak yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Dampaknya dirasakan tidak hanya oleh negara maju, tetapi juga oleh negara berkembang seperti Indonesia. Pemerintah Indonesia telah berkomitmen mencapai *Net Zero Emission* pada tahun 2050, yaitu keseimbangan antara jumlah emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dan yang diserap oleh ekosistem alam (Kementerian ESDM Ditjen Migas, 2021). Komitmen ini menuntut keterlibatan seluruh elemen masyarakat, termasuk pelajar sebagai generasi muda yang memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran dan aksi nyata terhadap isu lingkungan.

Selaras dengan komitmen tersebut, Menteri Keuangan RI (2022) menyampaikan bahwa Indonesia meningkatkan target *Nationally Determined Contribution* (NDC) untuk menurunkan emisi sebesar 32% melalui upaya sendiri dan 43% dengan dukungan internasional. Salah satu langkah konkret dari kalangan pelajar adalah Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024, yang diinisiasi oleh Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) melalui Bidang Lingkungan Hidup. Program ini bertujuan mendorong partisipasi pelajar Muhammadiyah di seluruh Indonesia dalam upaya mitigasi dan adaptasi perubahan iklim melalui edukasi, kampanye media, serta aksi nyata seperti penanaman pohon dan kegiatan bersih lingkungan.

Untuk memahami efektivitas komunikasi dalam penyebarluasan program ini, penelitian menggunakan Teori Diffusion of Innovations oleh Everett Rogers (1964). Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi diperkenalkan, dikomunikasikan, dan diadopsi oleh anggota suatu sistem sosial dalam jangka waktu tertentu. Dalam konteks penelitian ini, inovasi yang dikaji adalah kampanye aksi iklim IPM yang disebarluaskan melalui saluran komunikasi langsung seperti seminar dan diskusi, serta tidak langsung melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan situs resmi IPM. Teori ini relevan karena dapat menjelaskan bagaimana ide baru mengenai aksi iklim diterima oleh pelajar Muhammadiyah dengan berbagai tingkat kesadaran lingkungan dan akses informasi yang berbeda.

Penelitian mengenai komunikasi dalam Gerakan anak muda telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Studi *Fridays for Future* (Pamerdyatmaja, 2023) menunjukkan bagaimana remaja terlibat dalam aksi mogok iklim global dengan menekankan solidaritas antargenerasi serta dinamika protes lingkungan. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih berfokus pada gerakan demonstratif berbasis aktivisme global yang banyak dipengaruhi konteks kebijakan dan tekanan sosial. Di sisi lain, penelitian *Empowering Change: The Critical Role of Women and Youth in Climate Leadership* (Gondal et al., 2024) menyoroti pentingnya kepemimpinan perempuan dan pemuda dalam mendorong transformasi kebijakan iklim di tingkat internasional, dengan penekanan pada aspek advokasi dan kepemimpinan strategis. Penelitian lain yang relevan adalah Strategi Komunikasi Lingkungan Pandawara Group dalam Menyebarkan Kesadaran Ekologis di Kota Bandung, yang menjelaskan bagaimana kelompok anak muda memanfaatkan media sosial, terutama konten viral dan strategi visual, untuk meningkatkan kesadaran ekologis masyarakat perkotaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif untuk membangun partisipasi publik dan menggerakkan aksi lingkungan secara cepat dan massif (Nasas & Pradipta Dirgantara, 2024).

Namun, seluruh penelitian tersebut memiliki fokus pada aksi iklim dalam konteks gerakan sosial, kampanye digital massal, atau advokasi global. Belum banyak kajian yang menelaah bagaimana komunikasi lingkungan bekerja dalam organisasi pelajar berbasis struktur formal seperti Ikatan Pelajar Muhammadiyah

(IPM). Selain itu, penelitian-penelitian sebelumnya belum mengkaji penyebaran inovasi aksi iklim melalui perspektif *Diffusion of Innovations* dalam konteks organisasi intra-pelajar yang memiliki sistem komunikasi terstruktur, hierarki kepemimpinan, serta mekanisme koordinasi internal yang berbeda dari gerakan publik. Penelitian terkait Pandawara Group memang membahas strategi komunikasi digital, tetapi tidak menyentuh aspek adopsi inovasi dalam organisasi pelajar dan tidak menelaah hambatan internal seperti variasi literasi iklim, kesenjangan akses teknologi, dan perbedaan kapasitas koordinasi antarwilayah.

Berdasarkan kesenjangan penelitian yang telah diuraikan, studi ini memusatkan perhatian pada dua permasalahan utama, yaitu bagaimana peran komunikasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah dalam menyebarluaskan Program Aksi Pelajar untuk Iklim 2024, serta apa saja faktor penghambat yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan program tersebut di tingkat pelajar. Rumusan masalah ini kemudian mengarahkan penelitian pada tujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan IPM dalam proses sosialisasi dan adopsi program, sekaligus mengidentifikasi kendala struktural, teknis, maupun kultural yang dihadapi selama implementasi kegiatan. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan memperluas penerapan Teori *Diffusion of Innovations* dalam konteks organisasi pelajar dan pendidikan lingkungan, yang sejauh ini masih minim dibahas dalam literatur komunikasi. Secara praktis, penelitian ini menawarkan rekomendasi strategis bagi IPM dan organisasi kepemudaan lainnya untuk memperkuat pola komunikasi, meningkatkan akses informasi, serta merancang model aksi iklim yang lebih inklusif dan berkelanjutan sebagai bagian dari upaya mendukung transisi menuju *Net Zero Emission* 2050.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif dengan desain studi kasus (*case study*) untuk menganalisis peran komunikasi dalam Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 (Sugiyono, 2020). Desain studi kasus dipilih karena memungkinkan penelitian mengeksplorasi fenomena komunikasi organisasi IPM secara mendalam dan kontekstual, termasuk dinamika, strategi, serta tantangan yang muncul selama pelaksanaan program. Subjek penelitian terdiri dari Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan program, serta pelajar peserta program dari wilayah Lampung. Jumlah informan yang diwawancara adalah empat narasumber dari pimpinan pusat IPM dan satu narasumber pelajar. Pemilihan informan dilakukan melalui *purposive sampling*, dengan kriteria keterlibatan langsung dan pemahaman terhadap program, serta menggunakan teknik *snowball sampling* secara terbatas untuk memperoleh narasumber tambahan yang dianggap memiliki pengalaman atau perspektif penting terkait pelaksanaan program.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung selama kegiatan *Kick-Off* Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 di Kota Karang, Kecamatan Betung Timur, Bandar Lampung, serta dokumentasi kegiatan berupa foto, video, dan arsip publikasi terkait program. Analisis data dilakukan secara sistematis mengikuti pendekatan Miles & Huberman, yang mencakup tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan menyederhanakan informasi penting dari wawancara dan observasi dan temuan utama. Verifikasi dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik, termasuk membandingkan data dari narasumber berbeda serta mengonfirmasi temuan melalui member check kepada informan untuk memastikan keakuratan interpretasi.

Aspek etis penelitian dijaga dengan memperoleh persetujuan informan secara sukarela, menjamin kerahasiaan identitas dan data narasumber, serta menggunakan data hanya untuk kepentingan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk memahami secara komprehensif bagaimana komunikasi

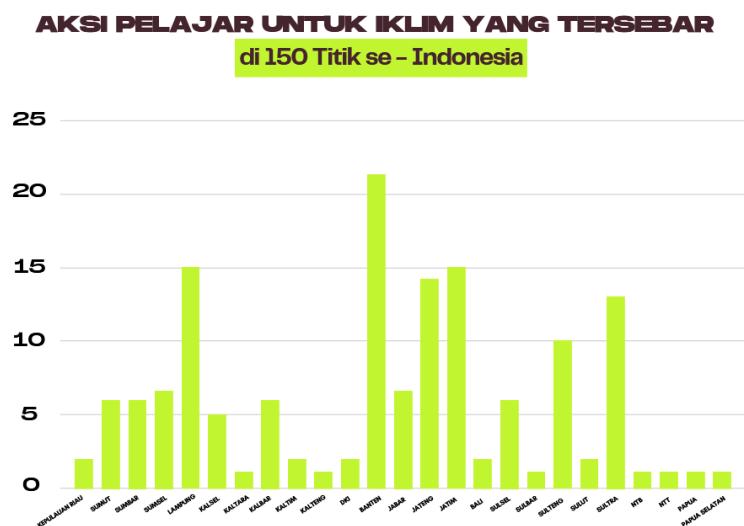
organisasi berperan dalam penyebaran gagasan, adopsi inovasi, dan faktor-faktor penghambat yang muncul dalam pelaksanaan program aksi iklim di kalangan pelajar Muhammadiyah, sambil tetap menjaga integritas akademik dan etika penelitian.

Untuk mendukung penelitian ini, Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers dipandang sebagai kerangka teoritik yang paling relevan, karena menyediakan landasan konseptual untuk menganalisis proses penyebaran suatu inovasi dalam sistem sosial tertentu. Teori ini menjelaskan bagaimana individu atau kelompok melewati lima tahap adopsi inovasi—*knowledge, persuasion, decision, implementation, dan confirmation*—melalui saluran komunikasi yang berbeda serta dalam konteks norma dan struktur sosial yang melingkupinya. Kesesuaian teori ini terlihat ketika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, seperti studi mengenai gerakan *Fridays for Future di Freiburg* yang mengidentifikasi bagaimana penyebaran gagasan aksi iklim di kalangan remaja sangat dipengaruhi oleh komunikasi digital, praktik kolektif, serta jejaring komunitas yang bersifat horizontal. Sementara itu, penelitian tentang strategi komunikasi lingkungan Pandawara Group menunjukkan bahwa penyebaran pesan ekologis melalui media sosial dan konten kreatif memiliki efektivitas signifikan dalam membangun kesadaran ekologis masyarakat urban. Kedua penelitian tersebut menyoroti proses difusi gagasan lingkungan di ranah aktivisme pemuda dan kampanye digital. Namun, penelitian ini mengisi celah akademik dengan menelaah difusi inovasi dalam konteks organisasi pelajar yang memiliki struktur formal dan mekanisme komunikasi internal yang berbeda dari gerakan sosial populer.

Dengan demikian, penerapan Teori *Difusi Inovasi* tidak hanya memperkuat analisis empiris penelitian ini, tetapi juga berkontribusi pada pengayaan kajian difusi inovasi dalam konteks pendidikan lingkungan berbasis organisasi pelajar di Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Krisis iklim merupakan tantangan utama abad ke-21 yang disebabkan oleh peningkatan emisi gas rumah kaca dari pembakaran bahan bakar fosil, deforestasi, dan aktivitas industry. Kondisi ini memperparah pemanasan global (Yayasan Indonesia Cerah, 2024). Di Indonesia, dampaknya semakin terlihat, termasuk seringnya banjir, gelombang panas, kebakaran hutan, serta penurunan kualitas udara dan sumber daya alam yang mendukung kehidupan.



Gambar 1. Grafik Data Peserta Aksi Pelajar Untuk Iklim  
Sumber: Laporan Program, 2024

Gambar 1 menggambarkan variasi jumlah aksi di setiap daerah, yang mencerminkan Tingkat partisipasi dan kapasitas jumlah aksi di masing-masing wilayah. Terlihat bahwa daerah, seperti Banten, Lampung, Jawa timur, jawa tengah dan Sulawesi utara, menampilkan jumlah aksi yang relative tinggi, dengan Banten menjadi wilayah yang paling menonjol karena mencatat lebih dari 20 titik aksi. Tingginya angka di wilayah-wilayah tersebut menunjukkan adanya struktur organisasi yang lebih solid, jaringan sekolah dan pimpinan cabang yang aktif, serta tingkat kesadaran ekologis yang lebih kuat di kalangan pelajar. Sebaliknya, beberapa daerah seperti Kalimantan Utara, Kalimantan Tengah, Sulawesi Barat, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Papua, dan Papua Barat menjadi jumlah aksi yang paling rendah, bahkan hanya satu dua titik. Hal ini mengindikasikan adanya tantangan yang berkaitan dengan distribusi kader, kondisi geografis, serta minimnya akses terhadap sumber daya pendukung kegiatan.

Berdasarkan temuan penelitian, Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 yang diselenggarakan oleh bidang Lingkungan Hidup Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi. Sebanyak 4.000 pelajar dari 96 daerah di 25 provinsi, tersebar di 150 titik aksi, ikut serta dalam kegiatan ini. Temuan dari wawancara dengan Ketua Pelaksana, Finy Alvia, menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan berbasis media sosial dengan konten kreatif seperti video pendek, infografis, dan testimoni dari pelajar yang sebelumnya terlibat:

“Kami menggunakan strategi berbasis media sosial dengan konten kreatif seperti video pendek, infografis, dan testimoni dari pelajar yang sudah terlibat dalam kegiatan serupa” (Finy Alvia, Ketua Pelaksana, 28 Oktober 2024).



Gambar 2. Postingan Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024

Sumber: Instagram @ppipm. 2024

Dalam konteks penyebaran informasi program, Gambar 2 menunjukkan bahwa Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saluran komunikasi strategis untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan rekap kegiatan Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024. Publikasi tersebut memuat rangkaian aktivitas pelajar di berbagai titik wilayah Indonesia, seperti penanaman pohon, kegiatan bersih lingkungan, serta edukasi iklim. Visualisasi ini mencerminkan bagaimana komunikasi berbasis media digital berperan dalam memperluas jangkauan pesan, meningkatkan visibilitas program, dan memperkuat keterlibatan pelajar. Selain itu, dokumentasi digital tersebut berfungsi sebagai bentuk akuntabilitas publik sekaligus sarana penguatan legitimasi program melalui penyajian bukti empiris atas partisipasi pelajar secara masif. Dengan demikian, keberadaan rekap visual pada media sosial mendukung temuan penelitian bahwa saluran komunikasi digital menjadi elemen kunci dalam proses difusi inovasi dan mobilisasi aksi iklim di kalangan pelajar Muhammadiyah.

Observasi pada saat *Kick-Off* Aksi di Kota Karang, Bandar Lampung, mengungkapkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan mencakup penanaman pohon, bersih-bersih lingkungan, diskusi edukatif, kampanye kesadaran iklim, serta pemutaran film bertema lingkungan. Wawancara dengan salah satu peserta, Nurma Sari, menegaskan bahwa kegiatan tersebut mampu meningkatkan pemahaman dan motivasi pelajar untuk bertindak nyata:

“Aksi pelajar terhadap Iklim 2024 sangat berkesan bagi saya. Saya memiliki kesempatan berdiskusi dengan tokoh-tokoh luar biasa untuk membahas isu lingkungan dan kemudian melaksanakan penanaman 1.000 pohon mangrove bersama komunitas dan OKP di Lampung” (Nurma Sari, Pelajar, 28 Oktober 2024).

Selain keberhasilan tersebut, penelitian juga menemukan sejumlah hambatan. Beberapa daerah mengalami keterbatasan akses internet yang menghambat komunikasi dan koordinasi daring, seperti diungkapkan oleh Sisilia, anggota Bidang Lingkungan Hidup:

“Di beberapa daerah, jaringan internet sangat terbatas, sehingga koordinasi daring menjadi sulit dan beberapa informasi program terlambat diterima” (Sisilia, Anggota Bidang LH, 28 Oktober 2024).

Selain hambatan teknis, terdapat pula tantangan internal dalam organisasi. Kurangnya kepedulian sebagian anggota Pimpinan Pusat IPM terhadap isu lingkungan menyebabkan kampanye aksi iklim belum dilakukan secara masif oleh seluruh jajaran kepemimpinan. Hal ini terlihat dari wawancara dengan Ketua Umum IPM, Riandy Prawita:

“Tujuan utama dari strategi komunikasi yang dilakukan secara struktural dan sektoral agar koordinasi tertata rapi dan tidak saling menumpuk, namun beberapa anggota masih perlu diarahkan agar ikut aktif dalam menyampaikan pesan ke anggota lain” (Riandy Prawita, Ketua Umum, 28 Oktober 2024).

Temuan lainnya menunjukkan bahwa komunikasi terstruktur dan koordinasi antara ketua umum, ketua bidang, dan ketua pelaksana berjalan cukup efektif untuk menjaga jalannya program. Meski demikian, peneliti juga menemukan adanya hambatan yang memengaruhi efektivitas penyebaran program, seperti keterbatasan akses internet di sejumlah daerah, ketidaksaaman tingkat literasi iklim, serta kurangnya keterlibatan sebagian pengurus pusat dalam mendukung kampanye secara konsisten. Hambatan-hambatan ini menyebabkan distribusi informasi yang tidak merata dan variasi kualitas pelaksanaan kegiatan di berbagai wilayah. Ketika temuan ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu, terlihat bahwa Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 memiliki karakteristik yang berbeda dari gerakan lingkungan pemuda yang telah dikaji sebelumnya. Studi *Fridays for Future* (Pamerdyatmaja, 2023) menunjukkan efektivitas mobilisasi massa melalui aksi demonstratif dan solidaritas antargenerasi, sementara penelitian Gondal et al. (2024) menekankan peran kepemimpinan perempuan dan pemuda dalam mempengaruhi kebijakan iklim global. Di sisi lain, penelitian tentang strategi komunikasi Pandawara Group menggambarkan bagaimana konten viral dan visualisasi kreatif dapat mempercepat penyebaran pesan lingkungan di ruang digital. Dibandingkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini mengungkap

bahwa IPM memiliki konteks yang berbeda karena bekerja dalam struktur organisasi formal yang berjenjang, sehingga proses inovasi dan adopsi aksi iklim tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik pesan, tetapi juga oleh mekanisme koordinasi internal, kesiapan kepemimpinan, dan ketersediaan infrastruktur komunikasi. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan adanya celah yang belum banyak dibahas dalam literatur, yaitu bagaimana strategi komunikasi lingkungan dan proses penyebaran inovasi berlangsung dalam organisasi pelajar formal, yang memiliki tantangan khusus terkait birokrasi, kapasitas wilayah, dan keberlanjutan program. Temuan ini memperkuat bahwa keberhasilan partisipasi pelajar sangat bergantung pada kombinasi antara komunikasi digital, struktur organisasi yang efisien, dan kesadaran lingkungan yang merata di seluruh jejaring IPM.

## Pembahasan

Temuan mengenai tingginya partisipasi pelajar, pola komunikasi IPM, serta kendala akses internet dapat dianalisis melalui Teori *Diffusion of Innovations* yang dikemukakan oleh Rogers. Dalam penelitian ini, Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 diposisikan sebagai bentuk inovasi sosial yang diperkenalkan kepada pelajar Muhammadiyah untuk mendukung pencapaian *Net Zero Emission* 2050 (Aris, 2022). Teori ini menjelaskan bahwa proses adopsi inovasi berlangsung melalui lima tahapan, yaitu pengetahuan (*knowledge*), persuasi (*persuasion*), keputusan (*decision*), implementasi (*implementation*), dan konfirmasi (*confirmation*).

Dalam kamus besar Bahasan Indonesia, Inovasi dapat diartikan sebagai pengenalan atau penciptaan hal-hal yang berbeda dari sebelumnya. Penemuan baru ini tidak selalu harus benar-benar baru, tetapi dianggap baru oleh individu yang menerimanya (Muntaha & Amin, 2023)

Kerangka teori ini membantu peneliti memahami bagaimana program diperkenalkan, disosialisasikan, dan diadopsi oleh pelajar Muhammadiyah di berbagai daerah sebagai agen perubahan. Elemen-elemen utama dalam teori ini meliputi inovasi, saluran komunikasi, dimensi waktu, serta karakteristik sistem sosial menjadi landasan analitis yang relevan dalam mengavaluasi efektivitas penyebaran program (Fatonah & Afifi, 2014).

Dalam konteks difusi, penyebaran inovasi merupakan bentuk komunikasi yang berfokus pada distribusi gagasan baru kepada anggota sistem sosial. Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan pesan aksi iklim kepada pelajar di seluruh Indonesia. Karena pesan yang dibawa bersifat inovatif, pelajar sebagai penerima informasi menghadapi proses penyesuaian tertentu, termasuk kemungkinan perubahan perilaku. Untuk memperkuat efektivitas difusi, IPM memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti situs resmi IPM, Instagram, dan WhatsApp, guna memastikan pesan aksi iklim tersampaikan secara luas, tepat sasaran, dan konsisten meskipun terdapat hambatan akses informasi di sejumlah wilayah (Nisrokha, 2020).

Inovasi, menurut Rogers, inovasi yang tersebar di masyarakat mengikuti pola yang dapat diprediksi, Dimana proses difusi inovasi didefinisikan sebagai penyampaian informasi mengenai ide baru yang dipahami secara subjektif oleh penerima (Daryanto, 2014).

**Tahap Pengetahuan**, komunikasi dipandang sebagai elemen fundamental dalam dinamika kehidupan sosial (Rais et al., 2022). Saluran komunikasi inovasi merupakan metode, media, atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan atau menerima pesan yang mengandung unsur inovasi. Saluran ini memiliki peran krusial dalam proses pengambilan keputusan terkait adopsi suatu inovasi. (Vitayala, 2019). Pada tahapan ini ditandai dengan diperkenalkannya program kepada pelajar melalui saluran komunikasi terutama media sosial @ppipm, situs resmi IPM, serta konten edukatif berupa video, infografis, dan testimoni peserta. Pada tahap ini, pelajar mulai memahami tujuan, bentuk kegiatan, serta urgensi program. Temuan menunjukkan bahwa saluran digital merupakan media utama dalam diseminasi informasi, sehingga efektif menjangkau pelajar di wilayah dengan infrastruktur internet memadai. Namun,

ketimpangan akses internet di beberapa daerah menyebabkan keterbatasan penyebaran informasi, yang berdampak pada tidak meratanya pemahaman awal mengenai program.

**Tahap Persuasi,** Tahap persuasi muncul ketika individu mulai membentuk dan mengungkapkan sikap mereka terhadap suatu inovasi” (Suriani, 2018) Pada tahap ini pelajar mulai membentuk evaluasi subjektif terhadap program dan mempertimbangkan sejauh mana program tersebut relevan dengan kebutuhan, nilai, dan peran mereka sebagai pelajar Muhammadiyah. Faktor pendukung seperti penyediaan dana hibah sebesar Rp 300.000 per titik aksi menjadi insentif yang memperkuat persepsi positif terhadap program. Selain itu, komunikasi intensif dari Bidang Lingkungan Hidup dan testimoni pelajar lain turut memengaruhi sikap dan kesiapan mereka untuk terlibat.

**Tahap Pengambilan Keputusan,** pelajar menentukan apakah menerima atau menolak Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 setelah mempertimbangkan manfaat, relevansi, dan ketersediaan sumber daya. Dalam penelitian ini, sebanyak 4.000 pelajar dari berbagai wilayah memutuskan untuk berpartisipasi aktif. Tingginya jumlah partisipasi menunjukkan bahwa kombinasi antara akses informasi, dukungan struktur organisasi, dan insentif kegiatan berperan signifikan dalam mendorong adopsi inovasi. Keputusan kolektif ini juga didukung oleh adanya koordinasi internal IPM yang sistematis, sehingga pelajar merasa yakin terhadap kelayakan program.

Temuan ini sejalan dengan tahap Keputusan dalam Teori Difusi Inovasi Rogers, di mana individu menilai manfaat dan potensi kerugian sebelum menentukan sikap terhadap suatu inovasi” (Badri, 2020, hlm. 120–127). Pada tahap ini, adopsi menunjukkan bahwa individu menerima inovasi secara menyeluruh dan mulai menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan penolakan berarti individu tidak menerima dan tidak menggunakan inovasi tersebut.

**Tahapan Implementasi,** terlihat ketika pelajar melaksanakan aksi nyata, seperti penanaman pohon, bersih-bersih lingkungan, diskusi tematik, serta kampanye kesadaran iklim. Observasi lapangan menunjukkan bahwa pelaksanaan program didukung oleh struktur koordinasi yang jelas antara ketua umum, bidang Lingkungan Hidup, dan panitia pelaksana. Pembagian tugas yang terorganisasi baik dalam divisi humas, logistik, maupun acara memastikan kegiatan dapat berjalan efektif dan sesuai rencana.

**Tahapan Konfirmasi,** muncul ketika pelajar mencari penguatan atas keputusan mereka untuk terlibat. Pada tahap ini, pelajar membagikan pengalaman melalui media sosial, membuat dokumentasi kegiatan, dan terlibat dalam diskusi lanjutan. Aktivitas ini tidak hanya memperkuat komitmen pribadi mereka, tetapi juga membentuk efek domino yang menginspirasi pelajar lain untuk mengikuti aksi serupa. Selain itu, umpan balik dari peserta menjadi masukan penting bagi IPM dalam penyempurnaan program di periode berikutnya. Pada tahap konfirmasi, pengadopsi melakukan peninjauan kembali terhadap keputusan yang telah dibuat dengan mengevaluasi manfaat serta keunggulan relatif dari inovasi tersebut. Proses ini dapat mendorong individu untuk mempertahankan atau bahkan mengubah keputusan adopsinya sebelumnya” (Badri, 2020).

Kesecepatan seseorang dalam mengadopsi inovasi dapat dipengaruhi oleh faktor usia. Rogers (dalam Badri, 2020, hlm. 124) membagi kelompok pengadopsi berdasarkan tingkat keinovatifannya menjadi lima kategori, yaitu *innovator, early adopters, early majority, late majority, dan laggards* (Herlina Malik et al., 2022). Jika dianalisis berdasarkan kategori adopter Rogers, kelompok *innovators* terdiri dari pelajar yang berani mencoba program lebih awal, memiliki jaringan sosial luas, serta aktif memperkenalkan gagasan aksi iklim di lingkungannya. Sementara itu, kelompok *early adopters* berperan sebagai figur panutan yang membantu mempercepat penyebaran program melalui pengaruh sosial yang mereka miliki. Kedua kelompok ini berperan penting dalam mendorong keterlibatan pelajar lain. Namun, hambatan seperti keterbatasan jaringan internet dan perbedaan tingkat kesadaran lingkungan menyebabkan kelompok *early majority* belum sepenuhnya tercapai secara merata di seluruh daerah.

Dalam konteks saluran komunikasi, kombinasi penggunaan media sosial, forum diskusi, dan komunikasi langsung menjadi faktor krusial dalam penyebarluasan inovasi. Saluran digital memungkinkan program tersosialisasi secara cepat dan luas, sedangkan saluran tatap muka memperkuat pemahaman dan komitmen peserta. Meskipun demikian, hambatan teknis dan perbedaan kesiapan daerah menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih adaptif, seperti kombinasi metode luring-daring, pendekatan berbasis komunitas, serta pendampingan intensif bagi wilayah dengan tantangan akses informasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti merumuskan proses pengambilan Keputusan pelajar Muhammadiyah dalam mengadopsi Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 berlangsung melalui lima tahapan difusi inovasi. Tahapan tersebut meliputi tahap pengetahuan, tahap perusasi, tahap Keputusan tahap implementasi dan terakhir tahap konfirmasi.

## SIMPULAN

Berdasarkan rangkaian penelitian yang telah dilakukan mengenai Program Aksi Pelajar terhadap Iklim yang diselenggarakan oleh Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM), peneliti menyusun sejumlah kesimpulan yang diperoleh dari temuan lapangan dan analisis data:

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi memegang peran sentral dalam keberhasilan Program Aksi Pelajar terhadap Iklim 2024 yang diselenggarakan oleh Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM). Melalui pemanfaatan media daring seperti Instagram, WhatsApp, dan situs resmi, serta koordinasi internal yang terstruktur, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk pemahaman, sikap, dan motivasi pelajar sebagai agen perubahan dalam mendukung target *Net-Zero Emission* 2050. Meskipun program ini telah mencapai tingkat partisipasi yang tinggi, hambatan seperti keterbatasan akses internet di beberapa daerah, variasi kepedulian anggota, dan perbedaan tingkat kesadaran lingkungan menunjukkan bahwa strategi komunikasi masih perlu diperkuat agar pesan dapat diterima dan diadopsi secara merata oleh seluruh pelajar.

Secara teoritis, temuan ini memperkaya kajian *Diffusion of Innovations* dengan menegaskan pentingnya lima tahap difusi, *knowledge, persuasion, decision, implementation, dan confirmation*, serta peran kategori adopter, terutama *innovators* dan *early adopters*, dalam menyebarkan inovasi program lingkungan di konteks organisasi pelajar. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi inovatif yang terencana dapat menjadi penggerak utama dalam perubahan perilaku dan adopsi inovasi di kalangan generasi muda.

Secara praktis, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi IPM. Strategi komunikasi sebaiknya memadukan media daring dan kegiatan tatap muka agar peserta dari daerah dengan keterbatasan internet tetap dapat terlibat. Selain itu, modul komunikasi internal bagi seluruh anggota IPM diperlukan agar pimpinan dan pelajar memahami peran mereka sebagai agen perubahan. Workshop dan pelatihan berkelanjutan juga penting untuk membangun kapasitas pelajar dalam menginisiasi dan menyebarkan inovasi lingkungan. Selanjutnya, kerja sama dengan komunitas lingkungan, sekolah, dan organisasi non-pemerintah dapat memperluas jangkauan program. Terakhir, evaluasi berkelanjutan yang memanfaatkan *feedback* peserta akan membantu menyesuaikan strategi komunikasi agar lebih efektif dan berdampak luas.

Dengan memperkuat komunikasi internal dan eksternal, memanfaatkan jejaring yang lebih luas, serta melakukan evaluasi yang berkesinambungan, IPM dapat memastikan bahwa Program Aksi Pelajar terhadap Iklim tidak hanya berhasil dalam hal partisipasi, tetapi juga benar-benar membentuk pelajar sebagai agen perubahan yang aktif dan berkelanjutan dalam upaya mitigasi krisis iklim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aris. (2022, February 10). *Teori Difusi Inovasi: Pengertian, Jenis, Elemen, Tahapan*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-difusi-inovasi/>
- Azmir, K. (2024, July 5). *Urgensi Mendorong Pemimpin Pro Iklim pada Pemilu 2024*. Ikatan Pelajar Muhammadiyah. <https://ipm.or.id/urgensi-mendorong-pemimpin-pro-iklim-pada-pemilu-2024/>
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompet Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 120. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1335>
- Daryanto, D. (2014). *TEORI KOMUNIKASI*. PENERBIT GUNUNG SAMUDERA [ GRUP PENERBIT PT BOOK MART INDONESIA ]. <https://books.google.co.id/books?id=W0MyDwAAQBAJ>
- Fatonah, S., & Afifi, S. (2014). Difusi inovasi teknologi tepat guna di kalangan wanita pengusaha di Desa Kasongan Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 42–59.
- Gondal, A. Q., Ahmad, M., & Hameed, A. (2024). Empowering Change: The Critical Role of Women and Youth in Climate Leadership. *AL-AHQAQ*, 2(2), 1–9.
- Herlina Malik, C., Faza Auliya, N., Iqbal, M., Pasundan, U., Lengkong Besar, J., & 68, N. (2022). *Penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi oleh Lansia Ditinjau dari Teori Difusi Inovasi* (Vol. 10, Issue 02).
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi pada Kemampuan Media Baru dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian pada Media Youtube di Kalangan Remaja). *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Kementerian ESDM Ditjen Migas. (2021, November 3). *COP ke-26, Menteri ESDM Sampaikan Komitmen Indonesia Capai Net Zero Emission*. Kementerian ESDM Ditjen Migas. <https://migas.esdm.go.id/post/cop-ke-26-menteri-esdm-sampaikan-komitmen-indonesia-capai-net-zero-emission>
- Legionosuko, T., Madjid, M. A., Asmoro, N., & Samudro, E. G. (2019). Posisi dan strategi indonesia dalam menghadapi perubahan iklim guna mendukung ketahanan nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 25(3), 295–312.
- Mulyati, I., Mansyuruddin, M., Adrianus, A., Bahari, Y., & Warneri, W. (2023). Proses Difusi Inovasi dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2425–2433.
- Muntaha, N. G., & Amin, A. (2023). Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 2548–2554.
- Nasas, F. S., & Pradipta Dirgantara. (2024). Strategi Komunikasi Lingkungan Pandawara Group dalam Menyebarluaskan Kesadaran Ekologis di Kota Bandung. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 52–72. <https://doi.org/10.21009/comm.032.04>
- Nisrokha. (2020). *DIFUSI INOVASI DALAM TEKNOLOGI PENDIDIKAN*. 10.
- Pamerdyatmaja. (2023). “Fridays for Future”: Aksi Mogok Iklim di Freiburg. *Lembaran Antropologi*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.22146/la.4219>
- Putri, V. K. M. (2022, July 25). *Teori Difusi Inovasi: Pengertian dan Asumsinya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/07/25/110000569/teori-difusi-inovasi-pengertian-dan-assumsinya>
- Rais, Z., Hakiki, F. T. T., & Aprianti, R. (2022). Sentiment Analysis of Peduli Lindungi Application Using the Naive Bayes Method. *SA/NSMAT: Journal of Applied Sciences, Mathematics, and Its Education*, 11(1), 23–29. <https://doi.org/10.35877/sainsmat794>
- Rusdiana, A. (2014). *Konsep inovasi pendidikan*. Pustaka Setia.

- SUGIYONO, M. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF. Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Interpretif, interaktif, dan konstruktif. Cocok untuk 1. Mahasiswa S1, S2, dan S3. 2. Dosen dan peneliti Ed. 3 Cet. 3 Thn. 2020.*
- Suriani, J. (2018). 6287-15346-1-SM-suriani. Vol.1. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/komunikasiana/article/view/6287/3438>
- Vitayala, S. (2019). *Komunikasi dan Inovasi* (3rd ed.). Universitas Terbuka.
- Yayasan Indonesia Cerah. (2024, October 29). *Penyebab Perubahan Iklim: Bahan Bakar Fosil & Deforestasi*. Yayasan Indonesia Cerah. <https://www.cerah.or.id/id/publications/article/detail/penyebab-perubahan-iklim-bahan-bakar-fosil-deforestasi>
- Zahira, N. P., & Fadillah, D. P. (2022). Pemerintah Indonesia menuju target net zero emission (nze) tahun 2060 dengan variable renewable energy (vre) di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2), 114–119.