

MAKNA SIMBOLIS WARNA “BRAVE PINK” DAN “HERO GREEN” DALAM PERLAWANAN KOLEKTIF DI MEDIA MASSA

Moch. S. Ferdiansyah¹, Fatmawati²

^{1,2} Universitas Insan Budi Utomo Malang

ferdians2225@gmail.com , fatma.pssbu@gmail.com

ABSTRACT

This study discusses socio-political dynamics in Indonesia showing an increase in the intensity of collective resistance of the community to government policies and state institutions through symbolic expressions that are widespread in the digital space. This condition is evident through the emergence of two color labels in the civil resistance zone, "Brave Pink" and "Hero Green", which are produced and framed by the mass media. The study examines four important studies in the past decade. It shows that the choice of color palette in digital media is not neutral and serves as a semiotic mode that shapes an ideological interpretation without text. Using a qualitative approach based on a critical paradigm. This qualitative approach was chosen based on the need to explore, understand, and interpret every layer of complex conceptual meaning contained in visual phenomena that cannot be measured using numbers or quantitative statistics. Brave pink originated from an event where a color that was originally formed as a weak force but has now turned into a symbol of courage. Especially with the presence of mothers in the demonstration that will take place in August 2025. The color green is associated with the tragedy of one of the drivers who was run over by a tactical vehicle and the presence of online motorcycle taxi drivers in green uniforms in the August 2025 demonstration. The visual interaction between Brave Pink and Hero Green in the newsroom of the mass media ultimately gave birth to a cross-genre narrative about the identity of modern resistance that is inclusive and humanist.

Keywords: Social-Political Dynamics, Collective Resistance, Digital Space, Brave Pink, Hero Green, Visual Semiotics, Critical Paradigm, Mass Media.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang dinamika sosial-politik di Indonesia menunjukkan peningkatan intensitas perlawanan kolektif masyarakat terhadap kebijakan pemerintah dan institusi negara melalui ekspresi simbolik yang tersebar luas di ruang digital. Kondisi ini terlihat jelas lewat munculnya dua label warna di zona perlawanan sipil "Brave Pink" (merah muda berani) dan "Hero Green" (hijau pahlawan), yang diproduksi dan dibingkai oleh media massa. Penelitian ini menelaah empat studi penting dalam dekade terakhir. menunjukkan bahwa pilihan palet warna di media digital tidak netral dan berfungsi sebagai mode semiotik yang membentuk tafsir ideologis tanpa teks. Menggunakan pendekatan kualitatif yang berlandaskan pada paradigma kritis. Pendekatan kualitatif ini dipilih berdasarkan pada kebutuhan untuk mengeksplorasi, memahami, dan menginterpretasikan setiap lapisan makna konseptual kompleks yang terdapat pada fenomena visual yang tidak dapat diukur menggunakan angka atau statistik kuantitatif. Brave pink berasal dari suatu peristiwa dimana sebuah warna yang awalnya dibentuk sebagai

kekuatan yang lemah namun kini berubah menjadi simbol keberanian. Terutama dengan adanya kehadiran ibu-ibu dalam demonstrasi yang terjadi pada Agustus 2025. Warna hijau dikaitkan dengan tragedi salah seorang pengemudi yang terlindas kendaraan taktis serta kehadiran para driver ojek online berseragam hijau dalam demonstrasi bulan agustus 2025. Interaksi visual antara Brave Pink dan Hero Green di dalam ruang redaksi media massa pada akhirnya melahirkan sebuah naratif lintas genre mengenai identitas perlawanan modern yang bersifat inklusif dan humanis.

Kata Kunci: Dinamika Sosial-Politik, Perlawanan Kolektif, Ruang Digital, *Brave Pink*, *Hero Green*, Semiotik Visual, Paradigma Kritis, Media Massa.

A. Pendahuluan

Beberapa tahun terakhir, dinamika sosial-politik di Indonesia menunjukkan peningkatan intensitas perlawanan kolektif masyarakat terhadap kebijakan pemerintah dan institusi negara. Fenomena ini tidak hanya termanifestasi melalui aksi-aksi demonstrasi di ruang publik, tetapi juga melalui ekspresi simbolik yang tersebar luas di ruang digital. Media sosial telah menjadi arena baru bagi masyarakat untuk menyuarakan aspirasi, membentuk identitas kolektif, serta mengartikulasikan kritik terhadap ketimpangan sosial dan politik. Di tengah arus komunikasi digital yang kuat tersebut, muncul berbagai simbol perlawanan yang mencerminkan kesadaran baru generasi muda terhadap isu keadilan dan demokrasi. Salah satu fenomena simbolik yang mencuri perhatian publik pada 25 agustus tahun 2025 adalah kemunculan simbol warna pink

dan hijau pada peristiwa demonstrasi yang berkembang menjadi tanda sekaligus narasi kolektif dalam gerakan sosial kontemporer.

Dinamika ruang publik seringkali digerakkan oleh kekuatan visual yang halus tetapi revolusioner, bukan sekadar kata-kata tertulis. Di era komunikasi yang dipenuhi informasi ini, sistem tanda visual mengambil peran sentral sebagai medium penyampai pesan, penanda identitas, dan sarana mengekspresikan suara kolektif. Di antara elemen-elemen visual, warna memiliki fungsi simbol yang kuat karena mampu melampaui batas bahasa teks untuk menyampaikan emosi bersama dan menegaskan keberpihakan ideologis. Ketika suatu warna dipakai konsisten oleh sebuah kelompok, ia berubah dari warna yang pasif menjadi bahasa politik yang dinamis (Rosalini et al., 2025).

Kondisi ini terlihat jelas lewat munculnya dua label warna di zona perlawanan sipil "Brave Pink" (merah muda berani) dan "Hero Green" (hijau pahlawan), yang diproduksi dan dibingkai oleh media massa. Tokoh "ibu-ibu berkerudung pink" yang berdiri sendiri berhadapan langsung dengan polisi menjadi simbol "Brave Pink" yang diartikan secara simbolik sebagai keberanian moral, empati dan keteguhan warna yang bisa berhadapan langsung dengan aparat (Alfian, 2025). Sedangkan untuk warna "Hero Green" lahir dari warna jaket ojek online yang digunakan oleh Affan Kurniawan yang gugur, warna hijau kemudian menjadi simbol pengorbanan kelas pekerja dan rakyat kecil padahal sebelumnya warna ini lazim dikaitkan dengan alam, keislaman dan ketenangan (Pertiwi, 2025). Tanda ketahanan kolektif, heroisme kemanusiaan, dan daya tahan komunitas terhadap represi sistemik. Studi tentang fenomena ini penting karena pembahasan mengenai gerakan sosial di media sering terlalu fokus pada teks verbal pidato, retorika politik, dan narasi berita tertulis sehingga mengabaikan apa yang bisa disebut "politics of colour"(Kurniawati et al., 2025)

Padahal, dalam psikologi massa, warna menyentuh alam bawah sadar membentuk solidaritas emosional yang kuat sebelum argumen rasional dirumuskan lewat kata-kata.

Urgensi ilmiah dan kemanusiaan fenomena dekonstruksi kromatik ini makin nyata dengan tren konsumsi media visual berkualitas tinggi. Menurut penelitian (Audrey et al., 2026) menunjukkan peningkatan besar dalam konsumsi berita melalui platform visual cepat seperti Instagram Reels dan TikTok konten yang menonjolkan palet warna kolektif kontras mencatat tingkat keterikatan emosional jauh lebih tinggi dibanding laporan berbasis teks. Pola ini mengisyaratkan bahwa gerakan perlawanan modern sengaja mengadopsi identitas warna mencolok untuk menembus algoritma dan merebut perhatian publik dalam hitungan detik. Namun ada masalah struktural yaitu terbentuknya "ruang gema visual". Ketika media membingkai "Brave Pink" dan "Hero Green", kerap menyederhanakan realitas sosial sehingga kompleksitas perjuangan direduksi menjadi dikotomi visual yang polarisatif antara perlawanan dan penguasa. Pembungkai visual terhadap simbol

warna dalam konflik sosial dapat menggerakkan opini publik global dan memicu simpati internasional hingga 40% lebih cepat dibanding narasi tekstual (Wedi, 2025). Temuan ini menegaskan risiko tanpa analisis kritis terhadap mekanisme politik warna, publik berisiko menerima mitos visual atau romantisasi estetis tanpa memahami kedalaman penderitaan, tuntutan substantif, dan hak-hak kemanusiaan yang sebenarnya diperjuangkan.

Untuk membangun landasan teoretis, penelitian ini menelaah empat studi penting dalam dekade terakhir. menunjukkan bahwa pilihan palet warna di media digital tidak netral dan berfungsi sebagai mode semiotik yang membentuk tafsir ideologis tanpa teks. Menurut (Machin, 2016) menegaskan bahwa estetika visual dan penggunaan warna kontras sering dipakai untuk menyamarkan ketimpangan kekuasaan dan menciptakan konsensus semu. Mayoritas studi memandang warna dalam ranah pemasaran politik formal atau estetika visual makro yang statis. Belum ada penelitian yang secara khusus menangkap resistensi budaya dan kontestasi wacana atas istilah

paradoksal seperti "Brave Pink" dan "Hero Green" sebagai hibrida identitas perlawanan di media massa modern. Kajian ini menawarkan perspektif baru melihat warna sebagai bahasa tubuh kolektif dan alat subversi simbolis dari kelompok akar rumput yang memperjuangkan eksistensi mereka di bawah pengamatan media.

Penelitian ini menegaskan bahwa di balik selembur warna yang disiarkan media terdapat kontestasi nilai, benturan ideologi, dan suara manusia yang menuntut didengar. Kontribusi studi ini memperkaya sosiologi komunikasi, studi media kritis, dan teori semiotika visual dengan memperluas analisis wacana ke ranah non-verbal melalui konsep "political chromatics" yang berakar pada empati dan solidaritas sosial. Secara praktis, kajian ini membantu jurnalis, akademisi, dan perancang strategi komunikasi memahami tanggung jawab etis saat membingkai konflik sosial lewat narasi visual. Bagi publik sebagai konsumen media, tulisan ini berfungsi sebagai alat literasi kritis agar masyarakat tidak terpana oleh estetika visual semata melainkan mampu membaca lapisan ideologi, struktur kekuasaan, dan

substansi keadilan yang tersirat di balik warna-warna tersebut

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berlandaskan pada paradigma kritis. Pendekatan kualitatif ini dipilih berdasarkan pada kebutuhan untuk mengeksplorasi, memahami, dan menginterpretasikan setiap lapisan makna konseptual kompleks yang terdapat pada fenomena visual yang tidak dapat diukur menggunakan angka atau statistik kuantitatif (Ayyubi et al., 2023). Penelitian ini menerapkan desain analisis wacana visual (*visual discourse analysis*) dengan menggunakan metode Semiotika Kritis, yang secara spesifik mengombinasikan teori semiotika sosial visual mengenai tata bahasa desain visual (*grammar of visual design*) dengan analisis ideologi kritis (Ulviani, 2026). Penggunaan metode ini bertujuan untuk membongkar bagaimana elemen warna "*Brave Pink*" dan "*Hero Green*" yang tidak hanya berfungsi sebagai tanda (*sign*) pada tingkat permukaan yang denotatif, melainkan juga sudah diartikulasikan menjadi instrumen subversi, negosiasi, dan hegemoni

pada tingkat konotatif serta mitos politik di media massa. Penggunaan metode ini memungkinkan untuk melihat warna bukan hanya sebagai entitas estetik yang terisolasi, melainkan juga sebagai bentuk praktik sosial dan bahasa tubuh kolektif yang terikat erat dengan konteks kekuasaan serta pembentukan identitas kelompok penentang.

Data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari bukti visual berupa produk jurnalistik kontemporer seperti foto berita utama, infografis editorial, dan poster kampanye digital yang memuat representasi dominan dari spektrum warna "*Brave Pink*" dan "*Hero Green*" yang dipublikasikan oleh media massa terpilih selama periode gerakan perlawanan berlangsung. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi yang mencakup teks berita tertulis, laporan pers, serta literatur ilmiah terkait yang berfungsi memperkuat analisis konteks sosial-politik dari visual yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi teks visual secara daring (*online visual observation*) dan dokumentasi arsip digital

menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria penentuan sampel visual didasarkan pada tiga aspek utama, yaitu tingkat visibilitas atau intensitas kemunculan warna "*Brave Pink*" dan "*Hero Green*" dalam bingkai (*frame*) media, relevansi produk visual tersebut terhadap narasi perlawanan kolektif, dan reputasi serta jangkauan sirkulasi dari media massa yang mempublikasikannya.

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif ini adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*) yang bertindak sebagai perencana, pengumpul, penganalisis, sekaligus penafsir atas data visual yang ditemukan. Untuk menjaga keobjektifan dan ketajaman analisis, teknik analisis data dilakukan secara bertahap mengikuti model analisis semiotika sosial visual. Tahap pertama adalah melakukan identifikasi dan klasifikasi komponen visual dasar (*denotative reading*), yaitu dengan melakukan pemetaan terhadap aspek kromatika objek seperti tingkat kejenuhan (*saturation*), kemurnian (*purity*), dan kecerahan (*brightness*) dari warna "*Brave Pink*" dan "*Hero Green*" yang muncul dalam sampel berita (Moerdisuroso, 2017). Tahap kedua adalah analisis konotatif

(*connotative reading*), yaitu menghubungkan karakteristik fisik warna tersebut dihubungkan dengan ikatan budaya, beban emosi, dan nilai-nilai kontemporer yang dilekatkan oleh media massa secara sengaja. Tahap ketiga adalah analisis makro-ideologis, di mana tanda-tanda visual yang telah terpetakan dianalisis menggunakan analisis kritis untuk membongkar bagaimana media massa mengonstruksi mitos politik, melegitimasi atau mendelegitimasi gerakan perlawanan, serta bagaimana identitas kolektif dibangun melalui polarisasi visual.

Untuk menjamin keaslian data (*trustworthiness*) dalam penelitian kualitatif ini, diterapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan bagaimana artefak visual yang sama dibingkai oleh dua atau lebih media massa dengan afiliasi ideologis yang berbeda, serta mengonfrontasikan data visual tersebut dengan data tekstual pendukung untuk melihat konsistensinya. Sementara itu, triangulasi teori diwujudkan melalui penggunaan perspektif teoretis sosiologi komunikasi, komunikasi visual, dan studi media kritis secara

simultan saat melakukan interpretasi data untuk menghindari bias subjektivitas tunggal (Arianto, 2024). Seluruh tahapan metodologis ini dirancang secara sistematis untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan tidak hanya menyentuh permukaan estetika visual, melainkan mampu menganalisis secara mendalam struktur ideologis terdalam yang mengonstruksi makna kromatika *"Brave Pink"* dan *"Hero Green"* di media massa.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Dekonstruksi Semiotis Warna "Brave Pink" Dari Domestifikasi Gender Menuju Damai

Brave pink berasal dari suatu peristiwa dimana sebuah warna yang awalnya dibentuk sebagai kekuatan yang lemah namun kini berubah menjadi simbol keberanian. Terutama dengan adanya kehadiran ibu-ibu dalam demonstrasi yang terjadi pada Agustus 2025. Warna pink kini tidak lagi bermakna sekadar feminin, tetapi kini memiliki makna baru yaitu resisten dan politis. Analisis ilmu warna politik di ruang publik digital mencapai titik puncaknya ketika media massa tidak lagi

merekam warna sebagai latar belakang estetis yang pasif, melainkan sebagai subjek wacana yang aktif menyuarakan kegelisahan nurani manusia. Dalam konteks ini, warna *"Brave Pink"* (merah muda berani) mengalami reposisi semiotis yang radikal di media massa (Audrey et al., 2026). Secara historis dan kultural, merah muda hampir selalu dikurasi oleh narasi besar patriarki sebagai simbol domestifikasi, kepasifan gender, dan kelembutan yang rapuh. Namun, melalui pembingkai media massa kontemporer terhadap gerakan perlawanan kolektif, warna ini mengalami operasi pemaknaan baru (*semantic re-engineering*) yang memanusiakan gerakan sipil. Pilihan warna ini tidak lagi dipandang sebagai bentuk kerentanan, melainkan diartikulasikan sebagai ekspresi emosional yang menolak ketundukan (Aiello, 2020).



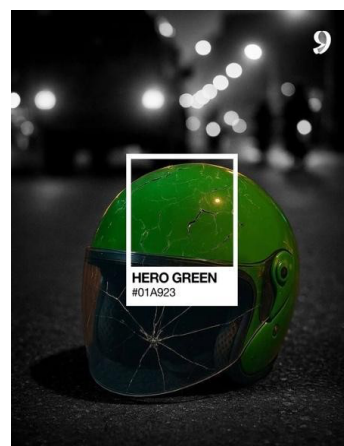
Gambar 3. 1 Simbol Brave Pink

Sebagai contoh konkret, dalam dokumentasi foto berita utama media massa nasional saat merekam aksi unjuk rasa damai aliansi sipil perempuan, *Brave Pink* dihadirkan dalam bentuk lautan payung, poster digital, dan busana para demonstran yang kontras dengan latar belakang barikade aparat yang monokromatik. Media massa memanfaatkan kontras visual (*visual contrast*) ini untuk memproduksi makna konotatif merah muda tidak lagi mewakili kelemahan domestik, melainkan sebuah bentuk "militansi damai" (*peaceful militancy*) yang menuntut keadilan dengan penuh martabat. Melalui kejenuhan warna (*color saturation*) yang tinggi dalam tangkapan kamera jurnalis, *Brave Pink* ditransformasikan menjadi simbol keberanian sipil yang progresif. Pesan visual ini menegaskan bahwa kelembutan dan tuntutan hak atas keadilan dapat melebur menjadi satu kekuatan subversif yang solid di hadapan dinginnya hegemoni kekuasaan.

2. Rekonstruksi Makna "Hero Green" Artikulasi Ketahanan Komunitas dan Perjuangan Ekologis

Di sisi lain politik, studi tentang warna "*Hero Green*" (hijau pahlawan) direkonstruksi oleh media massa

untuk mengartikulasikan ketahanan komunitas dan herois Warna hijau, yang secara konvensional terkurung dalam mitos ketenangan alamiah, kelestarian lingkungan statis, atau identitas religiositas, digeser maknanya secara ekstrem ketika bersatu dengan narasi konflik agraria atau pembangkangan sipil di media massa. Kemudian hero green muncul dalam perkembangan di Indonesia belakangan ini yang mengaitkan warna hijau. Tragedi salah seorang pengemudi yang terlindas kendaraan taktis serta kehadiran para driver ojek online berseragam hijau dalam demonstrasi bulan agustus 2025, memperkuat makna warna hijau sebagai simbol solidaritas rakyat kecil dan keberanian kolektif makna warna hijau yang bukan hanya merepresentasikan alam, tetapi menjadi heroisme dan penyelamatan (Audrey et al., 2026).



Gambar 3. 2 Simbol Hero Green

Kita dapat melacak contoh konkret ini pada dokumentasi visual media daring internasional saat membingkai aksi kolektif masyarakat adat melawan korporasi ekstraktif. Dalam dokumentasi video berita pendek dan infografis media, warna hijau diwujudkan melalui penggunaan syal, bendera, dan riasan wajah para aktivis yang berdiri di garis depan penolakan penggusuran. Melalui pencahayaan alamiah dan sudut pengambilan gambar yang dramatis oleh para wartawan, dan media massa mengonstruksi "*Hero Green*" bukan lagi sekadar lambang ekologi yang pasif, melainkan sebuah metafora visual dari ketahanan kelompok (*collective resilience*) dan heroisme kemanusiaan yang tangguh (Ayuningtyas, W., Novianti, S., Setiawan, A., Arbiyanti, H., & Putri, 2026). Hijau dalam bidikan kamera media bertransformasi menjadi tameng simbolis ia melambangkan hak hidup yang defensif namun tidak tergoyahkan, sekaligus menjadi penanda moral yang menempatkan komunitas lokal sebagai "pahlawan" yang sedang menyelamatkan masa depan dari ancaman kerusakan sistemik.

3. Keterkaitan Kromatika Pola Penyandingan Visual Warna dalam Ruang Editorial Media

Interaksi visual antara *Brave Pink* dan *Hero Green* di dalam ruang redaksi media massa pada akhirnya melahirkan sebuah naratif lintas genre mengenai identitas perlawanan modern yang bersifat inklusif dan humanis. Media massa secara sadar menyandingkan kedua warna kontras ini dalam satu bingkai (*frame*) visual untuk menciptakan persepsi kedinamisan gerakan dan persatuan multikultural. Penyandingan ini bukan sekadar keputusan tata letak, melainkan sebuah strategi wacana visual yang dirancang untuk menyampaikan pesan kekuatan kolektif di tengah ketimpangan kekuasaan (Machin, 2022). Pola penyandingan ini terlihat jelas pada kompilasi foto esai di media digital, di mana visualisasi massa yang mengenakan atribut *Brave Pink* (merepresentasikan tuntutan hak-hak sipil, kesetaraan, dan pembaruan hukum) bersanding harmonis dengan kelompok beratribut *Hero Green* (merepresentasikan perjuangan ruang hidup, ketahanan pangan, dan perlindungan ekologis).



Gambar 3. 3Tuntutan atas aksi pink brave dan hero green. Sumber internet

Melalui penyikapan kromatika yang berimbang ini, media massa berhasil mengonstruksi sebuah mitos politik baru bahwa perlawanan kolektif kontemporer tidak lagi bersifat sektoral, egois, atau terfragmentasi, melainkan sebuah koalisi interseksional yang saling menguatkan atas nama solidaritas kemanusiaan. Pertemuan antara merah muda yang berani dan hijau yang heroik di layar kaca dan media digital menjadi sebuah bentuk "tatabahasa perlawanan baru" (*new grammar of resistance*), di mana masyarakat lintas identitas disatukan dalam sebuah spektrum visual yang padu. Media menggunakan harmoni visual ini untuk merekatkan berbagai fragmen perjuangan sosial menjadi satu jalinan narasi kemanusiaan yang utuh di mata pembaca.

Namun, penting dicatat bahwa meskipun warna hijau yang diwakili oleh #herogreen tidak seviral warna pink yang diwakili oleh #bravepink, ia

memiliki karakter afektif yang berbeda. Warna hijau yang diwakili oleh #herogreen lebih sering dikaitkan dengan narasi moral, kepedulian, dan heroisme yang membangun kedalaman emosional, bukan sekadar kecepatan viralitas. Respon positif yang tinggi terhadap warna hijau menandakan bahwa publik menemukan rasa simpati dan kepercayaan dalam simbol ini. Sebagaimana dijelaskan oleh Losada Maestre dan Sánchez Medero dalam (Akhmad & Saridewi, 2025). menyatakan bahwa warna memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi politik dan membangkitkan afeksi kolektif.

4. Dampak Psikologis Masyarakat dan Mobilisasi Solidaritas Melalui Visualitas Kultural Perlawanan Kontemporer

Konstruksi visual yang mapan atas kedua warna ini pada akhirnya tidak berhenti pada tingkat wacana di media, melainkan memiliki dampak psikologis bagi masyarakat yang nyata terhadap massa dalam menggerakkan solidaritas. Visualitas kultural perlawanan yang konsisten di bingkai oleh media massa terbukti mampu melompati batasan geografis dan budaya guna memobilisasi

solidaritas transnasional secara masif. Ketika masyarakat global berulang kali terpapar oleh narasi visual yang heroik dan penuh keberanian melalui kontras *Brave Pink* dan *Hero Green*, terjadi proses internalisasi nilai-nilai perjuangan di alam bawah sadar para audiens. Dalam sosiologi digital, konsistensi kromatika visual seperti ini diakui memiliki daya jangkauan emosional yang efektif dalam mengikat komitmen moral individu ke dalam gerakan protes global (Irhas et al., 2026).

Namun, efektivitas kromatika politik ini juga membawa tantangan struktural yang rumit bagi kemanusiaan ia berisiko memicu perpecahan visualitas yang tajam di masyarakat dan membatasi dialog rasional karena kuatnya pendapat emosional yang terbangun. Di satu sisi media berhasil mengangkat tingkatan perjuangan masyarakat yang tertindas ke permukaan, namun di sisi lain berpotensi memperkecil perpecahan substansi konflik yang rumit menjadi sekadar tontonan visual digital yang tepat. Oleh karena itu, kehadiran estetika perlawanan melalui *Brave Pink* dan *Hero Green* di media massa menegaskan bahwa visualisasi gerakan bukan lagi sekadar alat

pelengkap instruksional. Visual tersebut telah menjadi elemen inti yang menghidupkan nurani publik sekaligus menentukan keberlanjutan sebuah gerakan perlawanan kolektif di era digital.

D. Kesimpulan

Media sosial telah menjadi arena baru bagi masyarakat untuk menyuarakan aspirasi, membentuk identitas kolektif, serta mengartikulasikan kritik terhadap ketimpangan sosial dan politik. Di tengah arus komunikasi digital yang kuat tersebut, muncul berbagai simbol perlawanan yang mencerminkan kesadaran baru generasi muda terhadap isu keadilan dan demokrasi. Salah satu fenomena simbolik yang mencuri perhatian publik pada 25 agustus tahun 2025 adalah kemunculan simbol warna pink dan hijau. Kondisi ini terlihat jelas lewat munculnya dua label warna di zona perlawanan sipil "*Brave Pink*" (merah muda berani) dan "*Hero Green*" (hijau pahlawan), yang diproduksi dan dibingkai oleh media massa. Tokoh "ibu-ibu berkerudung pink" yang berdiri sendiri berhadapan langsung dengan polisi menjadi simbol "*Brave Pink*" yang diartikan secara simbolik

sebagai keberanian moral, empati dan keteguhan warna yang bisa berhadapan langsung dengan aparat.

Brave pink berasal dari suatu peristiwa dimana sebuah warna yang awalnya dibentuk sebagai kekuatan yang lemah namun kini berubah menjadi simbol keberanian. Terutama dengan adanya kehadiran ibu-ibu dalam demonstrasi yang terjadi pada Agustus 2025. Warna pink kini tidak lagi bermakna sekadar feminin, tetapi kini memiliki makna baru yaitu resisten dan politis. Warna "Brave Pink" (merah muda berani) mengalami reposisi semiotis yang radikal di media massa. Secara historis dan kultural, merah muda hampir selalu dikurasi oleh narasi besar patriarki sebagai simbol domestifikasi, kepasifan gender, dan kelembutan yang rapuh. Namun, melalui pembingkai media massa kontemporer terhadap gerakan perlawanan kolektif, warna ini mengalami operasi pemaknaan baru (semantic re-engineering) yang memanusiakan gerakan sipil. Pilihan warna ini tidak lagi dipandang sebagai bentuk kerentanan, melainkan diartikulasikan sebagai ekspresi emosional yang menolak ketundukan.

Hero Green" (hijau pahlawan) direkonstruksi oleh media massa

untuk mengartikulasikan ketahanan komunitas dan herois Warna hijau, yang secara konvensional terkurung dalam mitos ketenangan alamiah, kelestarian lingkungan statis, atau identitas religiositas, digeser maknanya secara ekstrem ketika bersatu dengan narasi konflik agraria atau pembangkangan sipil di media massa. Kemudian hero green muncul dalam perkembangan di Indonesia belakangan ini yang mengaitkan warna hijau. Tragedi salah seorang pengemudi yang terlindas kendaraan taktis serta kehadiran para driver ojek online berseragam hijau dalam demonstrasi bulan agustus 2025, memperkuat makna warna hijau sebagai simbol solidaritas rakyat kecil dan keberanian kolektif makna warna hijau yang bukan hanya merepresentasikan alam, tetapi menjadi heroisme dan penyelamatan.

Media massa secara sadar menyandingkan kedua warna kontras ini dalam satu bingkai (frame) visual untuk menciptakan persepsi kedinamisan gerakan dan persatuan multikultural. Penyandingan ini bukan sekadar keputusan tata letak, melainkan sebuah strategi wacana visual yang dirancang untuk menyampaikan pesan kekuatan

kolektif di tengah ketimpangan kekuasaan (Machin, 2022). Pola penyandingan ini terlihat jelas pada kompilasi foto esai di media digital, di mana visualisasi massa yang mengenakan atribut Brave Pink (merepresentasikan tuntutan hak-hak sipil, kesetaraan, dan pembaruan hukum) bersanding harmonis dengan kelompok beratribut Hero Green (merepresentasikan perjuangan ruang hidup, ketahanan pangan, dan perlindungan ekologis). Efektivitas kromatika politik ini juga membawa tantangan struktural yang rumit bagi kemanusiaan ia berisiko memicu perpecahan visualitas yang tajam di masyarakat dan membatasi dialog rasional karena kuatnya pendapat emosional yang terbangun. Di satu sisi media berhasil mengangkat tingkatan perjuangan masyarakat yang tertindas ke permukaan, namun di sisi lain berpotensi memperkecil perpecahan substansi konflik yang rumit menjadi sekadar tontonan visual digital yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiello, G. (2020). Aiello, G. (2020). "Visual semiotics: Key concepts and new directions". In Luc Pauwels and Dawn Mannay (Eds.), *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*. London: SAGE.
- Akhmad, S. K., & Saridewi, D. (2025). Simbolisme #bravepink dan #herogreen dalam Kerangka COLOR- BASED ACTIVISM di Era Media Sosial. *Alamtara : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 9.
- Alfian, A. (2025). Warna Pink-Hijau Simbol Perlawanan Baru Lawan Ketidakadilan. Rmol.ID: Kantor Berita Ekonomi Dan Politik Republik Indonesia. *Rmol.ID*.
<https://rmol.id/nusantara/read/2025/09/04/678812/warna-pink-hijau-simbol-perlawanan-baru-lawan-ketidakadilan>
- Arianto, B. (2024). *Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif*.
<https://doi.org/10.70310/q81zdh33>
- Audrey, B. F., Purna, D. A., Salsabila, N., Nurhamidah, R., & Amelia, S. (2026). Pengaruh Simbol Brave Pink dan Hero Green dalam Pembentukan Kesadaran Solidaritas Kolektif di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Media & Budaya*, 2(1), 45–67.
- Ayuningtyas, W., Novianti, S., Setiawan, A., Arbiyanti, H., & Putri, B. O. (2026). *From Pop Culture to Political Symbols: Brave Pink, Hero Green, and Resistance Blue in Indonesia*.
<https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/5625>
- Ayyubi, I., Susanty, A., Indasari, N.,

- Oktavianty, H., Purnamasari, D., Ryandini, E., Abdullah, H., Inayati, T., Ahsan, M., Vernanda, D., Susilawati, S., & Bekata, H. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Irhas, M., Arnik, M., Asyrof, N., Faqih, M., Tiyasari, D., & Ridjal, T. (2026). Estetika Aktivisme Digital: Konstruksi Budaya Protes Melalui Platform Media Sosial Kontemporer. *Wathan: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3, 11–29. <https://doi.org/10.71153/wathan.v3i2.480>
- Kurniawati, D., Arianti, G., Kholisoh, N., Fasta, F., Widjanarko, W., Ayuningtyas, F., Yuliati, A., Sonni, A., Arianto, I., Nurhadi, Z., Roem, E., Istiyanto, S. B., Vanisya, W., Misnawati, D., Almigo, N., Prihantoro, E., Ohorella, N., Khairil, M., Yuliaty, K., & Djefri, Y. (2025). *ASPIKOM untuk Negeri*.
- Machin, D. (2016). The need for a social and affordance-driven multimodal critical discourse studies. *Discourse & Society*, 27. <https://doi.org/10.1177/0957926516630903>
- Moerdisuroso, I. (2017). Social Semiotics and Visual Grammar: A Contemporary Approach to Visual Text Research. *International Journal of Creative and Arts Studies*, 1, 80. <https://doi.org/10.24821/ijcas.v1i1.1574>
- Pertiwi, S. P. (2025, September 4). Resistance Blue, Brave Pink, Hero Green: Tiga Warna Perjuangan Rakyat Sipil Lawan Rezim. *Independen.Id*. <https://independen.id/resistance-blue-brave-pink-hero-green-tiga-warna-perjuangan-rakyat-sipil-lawan-rezim>
- Rosalini, H., Nugraha, F. A., Syukron, D., Sultan, U., Tirtayasa, A., Sultan, U., Tirtayasa, A., & Primagraha, U. (2025). “Pink Brave” dan “Hero Green” sebagai narasi simbolik pergerakan publik. *Analisis kritis dalam perspektif Roland Barthes*. 14, 486–500.
- Ulviani, M. (2026). *Semiotika Sastra Indonesia: Tanda, Makna, dan Ideologi*. PT. Penerbit Naga Pustaka. https://www.academia.edu/165038400/SEMIOTIKA_SASTRA_INDONESIA_TANDA_MAKNA_DAN_IDEOLOGI
- Wedi, A. (2025, September 8). Warna sebagai Bahasa Perlawanan Rakyat. *Rumah Kitab*. <https://rumahkitab.com/warna-sebagai-bahasa-perlawanan-rakyat/>