

## **BRAVE PINK DAN HERO GREEN: MAKNA VISUAL DALAM AKSI PROTES DIGITAL MASYARAKAT INDONESIA**

**Gusti Bagus Arya Utama Pinatih<sup>1</sup>, I Gusti Agung Alit Suryawati<sup>2</sup>**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana**

### **ARTICLE INFO**

#### **Article history:**

Received January 2026

Revised January 2026

Accepted January 2026

Available online January 2026

#### **Email:**

[Gustibagusarya9@gmail.com](mailto:Gustibagusarya9@gmail.com)

### **Abstrak**

Aksi protes digital di Indonesia menunjukkan peran penting desain komunikasi visual dalam membangun makna dan solidaritas di ruang publik digital. Artikel ini menganalisis makna visual warna *Brave Pink* dan *Hero Green* dalam aksi protes digital masyarakat Indonesia menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Data berupa konten visual media sosial dianalisis pada tingkat denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brave Pink* merepresentasikan keberanian dan resistensi perempuan, sedangkan *Hero Green* melambangkan solidaritas terhadap pekerja informal, khususnya pengemudi ojek daring. Pada tingkat mitos, kedua warna membangun ideologi kepahlawanan rakyat dan menegaskan aktivisme digital sebagai bentuk partisipasi politik warga.

**Kata kunci:** desain komunikasi visual, semiotika, warna, aksi protes digital

### **Abstract**

Digital protests in Indonesia reveal the importance of visual communication design in shaping meaning and solidarity in digital public spaces. This article examines the visual meanings of *Brave Pink* and *Hero Green* using Roland Barthes' semiotic analysis. Based on social media visual content, the study analyzes meanings at the levels of denotation, connotation, and myth. The findings show that *Brave Pink* signifies women's courage and resistance, while *Hero Green* represents solidarity with informal workers, particularly online motorcycle taxi drivers. At the myth level, these colors construct an ideology of everyday heroism and frame digital activism as political participation.

**Keywords:** visual communication design, semiotics, color, digital protest



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author.

## **Pendahuluan**

Ruang komunikasi publik di era digital tidak dapat dilepaskan dari keberadaan media sosial. Perkembangan teknologi komunikasi telah menggeser ruang publik konvensional menuju ruang publik digital, tempat interaksi, pertukaran gagasan, serta pembentukan opini publik berlangsung secara daring. Media tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga berperan penting dalam membentuk ruang diskursus dan mendorong perubahan sosial.

Konsep ruang publik salah satunya dikemukakan oleh Jürgen Habermas, yang memandang ruang publik sebagai arena komunikasi yang memungkinkan diskusi rasional, setara, dan berorientasi pada kepentingan publik. Menurut Habermas (1991), keberadaan media yang independen dan dapat diakses secara luas memiliki peran sentral dalam membangun ruang diskusi publik yang memungkinkan partisipasi aktif warga negara. Ruang publik yang ideal dicirikan oleh keterbukaan akses, keberagaman pandangan, serta komunikasi dua arah.

Seiring perkembangan teknologi digital, ruang publik mengalami transformasi ke dalam bentuk virtual yang dipenuhi oleh simbol, warna, dan tanda-tanda visual (Maskuri, 2025). Media sosial kemudian berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan individu dan kelompok menyampaikan aspirasi, kritik, serta sikap politik secara lebih partisipatif. Shirky (dalam Çela, 2015) menegaskan bahwa media sosial memperluas kemungkinan partisipasi publik melalui

komunikasi dua arah dan keterlibatan kolektif, dengan memanfaatkan berbagai bentuk ekspresi visual seperti teks, gambar, ilustrasi, dan simbol.

Pemanfaatan media sosial sebagai ruang komunikasi publik juga tampak dalam praktik gerakan sosial dan politik. Media sosial kerap digunakan sebagai sarana penyampaian aspirasi publik, termasuk dalam aksi protes digital yang berkembang seiring meningkatnya ketidakpuasan terhadap kebijakan politik tertentu (Munzir, 2019).

Salah satu fenomena yang menonjol di Indonesia adalah rangkaian aksi demonstrasi masyarakat pada akhir Agustus hingga September 2025 sebagai respons terhadap kebijakan legislatif yang dinilai tidak mencerminkan aspirasi publik, termasuk isu tunjangan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) di tengah tekanan ekonomi masyarakat (Tempo, 2025). Eskalasi aksi semakin meningkat setelah meninggalnya seorang pengemudi ojek daring akibat insiden dengan kendaraan taktis aparat, yang memicu kemarahan publik serta meluasnya aksi solidaritas di berbagai daerah. Peristiwa ini menegaskan peran media sosial tidak hanya sebagai ruang komunikasi publik, tetapi juga sebagai medium produksi simbol visual dalam gerakan protes digital.

Pasca demonstrasi, linimasa media sosial dipenuhi oleh konten visual berupa poster dan ilustrasi yang menonjolkan penggunaan warna tertentu sebagai representasi emosi kolektif dan ideologi gerakan. Dua warna yang paling dominan adalah merah muda dan hijau, yang kemudian dikenal sebagai *Brave Pink* dan *Hero Green*. Warna-warna ini berfungsi sebagai identitas visual kolektif dalam praktik aktivisme digital.

Menurut laporan media nasional (Tempo, 2025), warna pink terinspirasi dari figur seorang perempuan berkerudung merah muda yang tampil berani berhadapan dengan aparat keamanan dalam aksi demonstrasi. Representasi ini kemudian dimaknai sebagai simbol keberanian, perlawanan, serta kehadiran perempuan dalam ruang protes publik. Sementara itu, warna hijau merujuk pada warna yang secara kultural identik dengan atribut pengemudi ojek online dan membangkitkan ingatan kolektif atas tragedi meninggalnya seorang pengemudi ojek online dalam rangkaian aksi tersebut. Dalam konteks ini, warna hijau berfungsi sebagai simbol solidaritas dan duka yang melekat dalam memori sosial masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna visual *Brave Pink* dan *Hero Green* dalam aksi protes digital masyarakat Indonesia menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Analisis dilakukan melalui pembacaan makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam penggunaan warna sebagai simbol visual. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai peran desain komunikasi visual dalam membangun identitas kolektif, solidaritas, dan ideologi perlawanan dalam praktik aktivisme digital kontemporer, serta berkontribusi secara teoretis pada kajian semiotika visual dan komunikasi politik digital.

## Kajian Pustaka

### Media Sosial Sebagai Ruang Publik Digital

Konsep ruang publik (*public sphere*) merupakan salah satu gagasan penting dalam kajian komunikasi dan demokrasi. Jürgen Habermas memaknai ruang publik sebagai arena sosial tempat warga negara dapat berkumpul, berdiskusi, dan membentuk opini publik secara rasional, kritis, serta bebas dari dominasi kekuasaan negara maupun kepentingan ekonomi

(Habermas, 1991). Ruang publik ideal dicirikan oleh keterbukaan akses, kesetaraan partisipan, kebebasan berpendapat, serta orientasi diskursus pada kepentingan bersama.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi dan munculnya ranah digital, konsep ruang publik tetap relevan meskipun bentuk dan praktiknya mengalami transformasi. Ranah digital memungkinkan penyebaran informasi yang cepat, pembentukan opini pribadi maupun publik, serta menyediakan ruang diskusi dengan tingkat keterbukaan dan kualitas deliberasi yang beragam. Namun, ruang ini juga menghadirkan risiko serius, seperti penyebaran disinformasi, propaganda, dan ujaran kebencian (Bruns, 2023). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai ruang informasi yang positif, tetapi kerap berkembang menjadi ruang publik yang anarkis, di mana esensi rasionalitas diskursus sering terabaikan (Angga, Poa, & Rikardus, 2023).

Transformasi ruang publik di era digital juga menunjukkan bahwa demokrasi digital tidak secara otomatis menjamin kualitas deliberasi publik maupun perlindungan hak konstitusional. Fatimah (2020) menegaskan bahwa meskipun media sosial membuka peluang partisipasi yang luas, medium ini tetap menghadirkan tantangan berupa fragmentasi sosial, disinformasi, serta ketidakjelasan regulasi terkait kebebasan berpendapat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial belum sepenuhnya memenuhi kriteria ruang publik ideal sebagaimana dikemukakan oleh Habermas. Intervensi negara dan korporasi terhadap arus informasi, serta rendahnya literasi kritis warga, menjadi hambatan nyata dalam mewujudkan ruang publik yang emansipatoris.

Meski demikian, potensi media sosial sebagai ruang publik tetap terbuka. Individu dan komunitas dapat memanfaatkannya untuk menyuarakan aspirasi kritis, mengorganisasi gerakan sosial, serta membangun respons rasional terhadap informasi yang menyesatkan. Dalam konteks ini, media sosial dapat berfungsi sebagai arena pembelajaran kolektif, tempat warga bersama-sama membangun nilai kebenaran, keadilan, dan kepentingan bersama dalam kehidupan sosial (Setiawan, 2023).

### **Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Aktivisme Digital**

Desain komunikasi visual merupakan praktik komunikasi yang berfokus pada penyampaian ide, informasi, dan pesan melalui pengelolaan elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, gambar, simbol, dan tata letak. Elemen-elemen tersebut disusun secara strategis untuk membangun makna, memandu pemahaman audiens, serta mengomunikasikan nilai atau pesan tertentu secara efektif (Basiroen et al., 2024). Dalam konteks ini, desain komunikasi visual tidak hanya berorientasi pada aspek estetika, tetapi juga pada fungsi komunikatif dan makna yang dihasilkan.

Dalam ruang digital, fungsi desain komunikasi visual melampaui kepentingan informatif dan komersial, serta berkembang menjadi sarana artikulasi politik dan aktivisme. Bryan-Wilson, González, dan Willsdon (2016) menegaskan bahwa visual dalam praktik aktivisme berfungsi sebagai medium utama pembentukan makna, afeksi, dan posisi politik, bukan sekadar pelengkap pesan verbal. Melalui sirkulasi visual di media sosial, desain komunikasi visual mampu membangkitkan emosi kolektif, membangun identitas bersama, serta menantang relasi kuasa yang mapan. Oleh karena itu, desain komunikasi visual dalam konteks aksi protes digital dapat dipahami sebagai bentuk praktik visual aktivisme yang memungkinkan pesan perlawanan disampaikan secara cepat, emosional, dan partisipatif dalam ruang publik digital.

Temuan empiris turut memperkuat peran strategis desain komunikasi visual dalam aktivisme digital. Penelitian Wempi (2025) menunjukkan bahwa visual digital yang dirancang secara sederhana namun sarat simbol mampu membangkitkan emosi kolektif, menciptakan rasa urgensi, serta memobilisasi partisipasi publik melalui media sosial. Konsistensi penggunaan warna, simbol, dan gaya visual menjadikan desain komunikasi visual sebagai bahasa bersama dalam gerakan protes digital, yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk identitas kolektif dan mendorong tindakan politik, baik di ruang daring maupun luring.

### Simbolisme Warna dalam Gerakan Sosial

Warna merupakan salah satu elemen visual yang memiliki peran penting dalam proses komunikasi, khususnya dalam membangun makna dan memengaruhi respons emosional audiens. Dalam kajian psikologi warna, setiap warna dipahami memiliki asosiasi simbolik dan muatan emosional yang tidak bersifat universal secara mutlak, melainkan dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan situasional tertentu (Paksi, 2021). Oleh karena itu, makna warna tidak dapat dipisahkan dari kondisi dan praktik sosial yang melingkupinya.

Dalam konteks aksi protes digital *Brave Pink* dan *Hero Green* yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia, warna berfungsi tidak hanya sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai strategi komunikasi visual. Penggunaan warna secara konsisten dalam berbagai konten digital memungkinkan terbentuknya keseragaman visual yang memperkuat identitas kolektif gerakan. Warna berperan dalam membangkitkan emosi solidaritas, menyederhanakan pesan perlawanan, serta mempermudah proses identifikasi dan partisipasi publik dalam ruang digital.

Secara kultural, warna pink kerap diasosiasikan dengan makna cinta, kelembutan, kasih sayang, dan feminitas, sementara warna hijau sering dikaitkan dengan kesuburan, pertumbuhan, ketenangan, dan energi kebangkitan (Karja, 2021). Namun, dalam praktik protes digital, makna-makna tersebut mengalami pergeseran dan rekontekstualisasi. Pink dan hijau tidak lagi dimaknai semata sebagai simbol psikologis individual, melainkan sebagai tanda visual yang merepresentasikan keberanian, solidaritas, dan kritik kolektif terhadap kondisi sosial dan politik yang dipersepsikan tidak adil. Dengan demikian, warna dalam gerakan *Brave Pink* dan *Hero Green* berfungsi sebagai medium simbolik yang menghubungkan emosi, identitas, dan aspirasi publik dalam ruang publik digital.

### Semiotika Roland Barthes

Semiotika merupakan disiplin ilmu yang mengkaji tanda dan sistem penandaan dalam proses komunikasi. Tanda berfungsi sebagai medium yang memungkinkan suatu objek, gagasan, atau konsep direpresentasikan dan dimaknai, sehingga sesuatu yang tidak hadir secara langsung dapat dipahami melalui proses representasi (Tinarbuko, 2003). Dalam konteks komunikasi visual, tanda berperan penting dalam membentuk pemaknaan atas simbol, warna, dan representasi visual yang beredar di ruang publik.

Pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes merupakan pengembangan dari strukturalisme linguistik Ferdinand de Saussure, dengan penekanan pada dimensi sosial dan kultural dalam proses pemaknaan (Chandler, 2007). Berbeda dari pendekatan struktural murni yang memandang makna sebagai sistem yang relatif stabil, Barthes menempatkan makna sebagai hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh nilai, pengalaman, dan ideologi yang berkembang dalam masyarakat.

Menurut Barthes, proses pemaknaan berlangsung melalui dua tingkat signifikasi. Tingkat pertama adalah denotasi, yaitu makna literal dan konvensional yang ditangkap secara langsung melalui indera. Pada tingkat ini, tanda dipahami secara deskriptif sesuai dengan kesepakatan umum yang berlaku. Tingkat kedua adalah konotasi, yakni makna yang bersifat kontekstual dan subjektif, yang terbentuk melalui pengalaman kultural, emosi, serta latar sosial pembacanya. Pada tataran ini, tanda visual tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memproduksi makna simbolik.

Lebih lanjut, Barthes menegaskan bahwa konotasi dapat berkembang menjadi mitos, yaitu sistem signifikasi ideologis yang menaturalisasi nilai dan pandangan tertentu agar tampak wajar dan tidak dipertanyakan. Mitos bekerja dengan menyamakan konstruksi ideologis sebagai realitas yang alamiah. Dalam kajian komunikasi visual, analisis mitos memungkinkan peneliti untuk mengungkap bagaimana tanda-tanda visual beroperasi dalam membentuk cara pandang masyarakat terhadap relasi kuasa, identitas, dan realitas sosial (Risi & Zulkifli, 2022). Oleh karena itu, pendekatan semiotika Roland Barthes dipilih dalam penelitian ini karena relevan untuk mengkaji makna ideologis yang bekerja secara laten dalam representasi visual aksi protes digital.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena berfokus pada upaya memahami makna visual yang muncul dalam konteks aksi protes digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menafsirkan simbol, pengalaman, serta konstruksi makna yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui data numerik atau analisis statistik. Dalam penelitian ini, media sosial dipahami tidak semata-mata sebagai sarana komunikasi, melainkan sebagai ruang publik digital tempat produksi, sirkulasi, dan pertarungan makna visual berlangsung secara kolektif.

Metode analisis yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes, yang diterapkan untuk mengkaji makna simbolik warna *Brave Pink* dan *Hero Green* dalam konten aksi protes digital masyarakat Indonesia pasca demonstrasi pada Agustus-September 2025. Warna diposisikan sebagai tanda visual utama yang membangun pesan, identitas kolektif, serta narasi ideologis dalam ruang digital. Data penelitian berupa materi visual yang dikumpulkan dari media sosial, seperti poster digital, ilustrasi, dan unggahan visual lain yang secara dominan menampilkan warna *Brave Pink* dan *Hero Green*.

Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, peneliti mengidentifikasi tanda-tanda visual yang muncul dalam konten protes digital, dengan fokus pada penggunaan warna sebagai elemen utama. Kedua, analisis denotatif dilakukan untuk mengungkap makna literal warna sebagaimana tampak secara visual. Ketiga, analisis konotatif digunakan untuk menafsirkan makna simbolik warna berdasarkan konteks sosial, budaya, dan peristiwa yang melatarbelakanginya. Selanjutnya, analisis mitos dilakukan untuk mengungkap makna ideologis yang bekerja di balik penggunaan warna tersebut dalam membentuk narasi perlawanan, solidaritas, dan kritik terhadap struktur kekuasaan.

Dalam proses penelitian, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang melakukan pengamatan, penafsiran, dan penarikan kesimpulan secara reflektif. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi konteks dan sumber, yaitu dengan membandingkan temuan visual dari berbagai platform media sosial serta mengaitkannya dengan literatur akademik yang relevan mengenai komunikasi visual, aktivisme digital, dan budaya media. Seluruh proses analisis



dilakukan secara bertahap dan kritis agar interpretasi yang dihasilkan tidak bersifat subjektif semata, melainkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

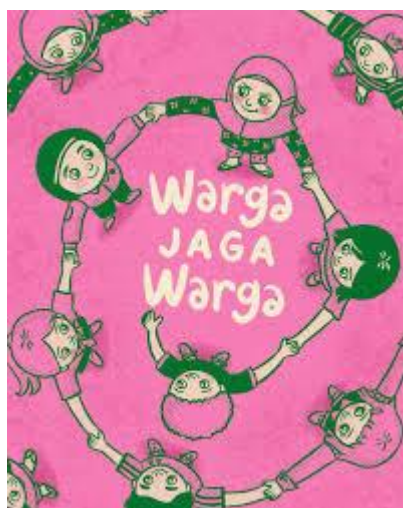
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana makna visual dibentuk, disebarluaskan, dan berperan dalam membangun kesadaran serta solidaritas masyarakat Indonesia di ruang publik digital pasca aksi protes.

## Hasil dan Pembahasan

### Warna sebagai Strategi Desain Komunikasi Visual dalam Aktivisme Digital

Pasca rangkaian aksi demonstrasi yang berlangsung pada akhir Agustus hingga September 2025, lanskap visual media sosial di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan. Linimasa berbagai platform seperti X, Instagram, dan TikTok yang sebelumnya menampilkan konten beragam, secara gradual didominasi oleh dua warna utama, yakni pink dan hijau. Kehadiran warna-warna tersebut tidak muncul secara acak, melainkan hadir secara konsisten melalui label *Brave Pink* dan *Hero Green* yang kemudian membentuk identitas visual kolektif dalam praktik protes digital. Dalam konteks komunikasi digital, warna berfungsi sebagai sistem tanda yang mampu menyampaikan pesan secara ringkas tanpa memerlukan narasi teks yang panjang (Musliadi et al., 2025).

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena memperlihatkan bagaimana elemen desain komunikasi visual, khususnya warna, mengalami pergeseran fungsi dari sekadar elemen estetis menjadi medium artikulasi politik yang memiliki daya dorong signifikan. Sebagaimana dikemukakan oleh Bryan-Wilson, González, dan Willsdon (2016), praktik visual dalam aktivisme berperan sebagai sarana utama pembentukan makna, afeksi, serta posisi politik, dan tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan verbal. Dalam konteks *Brave Pink* dan *Hero Green*, warna beroperasi sebagai bahasa politik yang mampu merangkul kompleksitas isu sosial mulai dari keadilan gender hingga solidaritas kelas ke dalam bentuk visual yang sederhana namun memiliki daya resonansi tinggi.



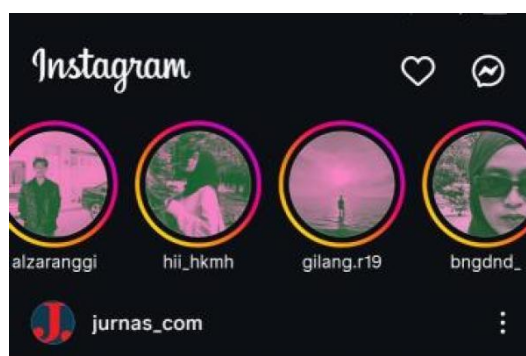
Gambar 1. Ilustrasi Warga Jaga Warga

Sumber: <https://www.detik.com/pop/trending/d-8093958/3-cara-ubah-foto-jadi-brave-pink-dan-hero-green-maknanya-dalam>

Selain penggunaan warna sebagai identitas visual, strategi desain komunikasi visual dalam aktivisme digital juga terwujud melalui ilustrasi kolektif seperti Warga Jaga Warga yang beredar luas di media sosial pascademonstrasi. Gerakan ini hadir sebagai respons atas kebutuhan warga akan rasa aman dan perlindungan dalam menyampaikan aspirasi, khususnya ketika masyarakat terlibat langsung dalam pengawalan 17+8 Tuntutan Rakyat (Fachrezi R., 2025). Ilustrasi tersebut menampilkan figur-figur warga yang digambarkan secara sederhana dan saling terhubung, sehingga membangun representasi kebersamaan serta solidaritas horizontal antarmasyarakat. Pesan yang disampaikan tidak bersifat konfrontatif, melainkan menekankan praktik saling menjaga sebagai bentuk respons sosial terhadap situasi politik yang menekan.

Secara visual, ilustrasi Warga Jaga Warga mengedepankan kesederhanaan bentuk dan keterbacaan pesan, sehingga mudah direproduksi dan dibagikan ulang oleh pengguna media sosial. Strategi ini menunjukkan bagaimana desain komunikasi visual dimanfaatkan untuk membangun narasi perlawanan yang relatif aman namun tetap bermuatan moral. Dengan demikian, ilustrasi tersebut melengkapi peran warna *Brave Pink* dan *Hero Green* sebagai strategi visual, sekaligus memperluas makna aktivisme digital dari sekadar simbol menjadi praktik solidaritas kolektif di ruang publik digital. Sejalan dengan hal tersebut, Sachari (2007) menegaskan bahwa ukuran kekuatan gerakan sosial tidak lagi semata-mata ditentukan oleh mobilisasi massa secara fisik, melainkan oleh kemampuan simbol visual untuk beredar, diterima, dan membangun resonansi makna di tengah masyarakat.

Aspek lain yang membedakan fenomena ini dari praktik protes sebelumnya adalah tingkat aksesibilitas simbol yang digunakan. Warna pink dan hijau merupakan elemen visual yang mudah direproduksi oleh siapa pun dengan memanfaatkan perangkat desain sederhana, bahkan melalui aplikasi pengeditan di gawai pribadi. Proses demokratisasi produksi simbol ini sejalan dengan karakter media sosial sebagai ruang publik digital yang menurut Shirky (sebagaimana dikutip dalam Çela, 2015), membuka peluang partisipasi publik yang lebih luas melalui pola komunikasi dua arah dan keterlibatan kolektif.



Gambar 2. Foto Profil Akun Instagram

Sumber: <https://www.jurnas.com/artikel/1645877/viral-profil-medsos-warna-pink-hijau-ini-maknanya/>

Gambar tersebut memperlihatkan adopsi masif warna pink sebagai foto profil akun media sosial sebagai bentuk solidaritas visual terhadap gerakan protes. Dalam satu linimasa Instagram Stories, tampak beberapa akun secara simultan menggunakan foto profil dengan dominasi warna pink, meskipun identitas dan latar belakang akun tersebut berbeda. Fenomena ini menunjukkan bahwa partisipasi politik visual tidak menuntut keahlian desain grafis maupun penggunaan perangkat lunak profesional, melainkan dapat dilakukan secara cepat dengan memanfaatkan fitur yang familier bagi pengguna. Dalam konteks ini, setiap individu memiliki

kesempatan yang setara untuk memproduksi visual pink-hijau, berpartisipasi dalam gerakan, serta berkontribusi dalam pembentukan narasi kolektif.

### Makna Visual Brave Pink dan Hero Green

Makna visual *Brave Pink* dan *Hero Green* dianalisis dengan menggunakan kerangka semiotika Roland Barthes. Pendekatan ini memungkinkan pembacaan makna secara bertingkat, mulai dari makna literal atau denotatif, makna simbolik atau konotatif, hingga makna ideologis yang beroperasi pada tataran mitos. Melalui analisis ini, warna dipahami tidak hanya sebagai elemen visual, melainkan sebagai arena pertarungan makna, di mana identitas, solidaritas, dan bentuk perlawanan terhadap relasi kuasa dinegosiasikan serta diartikulasikan dalam ruang publik digital.



Gambar 3. *Brave pink* dan *Hero Green*

Sumber: <https://rri.co.id/surabaya/daerah/1816810/brave-pink-dan-hero-green-hidupkan-solidaritas>

Gambar yang dianalisis dalam penelitian ini menampilkan komposisi visual sederhana yang terbagi ke dalam dua bidang warna. Bagian atas didominasi latar merah muda dengan teks *BRAVE PINK* berwarna hijau tua, sementara bagian bawah menampilkan latar hijau tua dengan teks *HERO GREEN* berwarna merah muda. Tipografi yang digunakan berupa huruf sans serif tebal dengan ukuran besar dan posisi sentral, sehingga warna dan teks menjadi elemen utama pembentuk makna visual.

Kesederhanaan komposisi tersebut menempatkan warna sebagai tanda utama dalam penyampaian pesan protes. Oleh karena itu, visual ini dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam penggunaan warna *Brave Pink* dan *Hero Green* sebagai simbol gerakan protes digital.

### Makna Denotatif: Struktur Visual dan Strategi Desain

Pada tingkat denotatif, *Brave Pink* menampilkan warna pink dengan tingkat saturasi tinggi yang mendominasi sebagian besar bidang visual, disertai teks hijau tua yang kontras. Warna pink tersebut menutupi sekitar tiga perempat area visual, sementara tipografi tebal dan kapital memberikan kesan tegas serta menonjol. Penempatan teks di pusat bidang mempertegas fokus pesan dan memaksimalkan keterbacaan, sesuai dengan prinsip desain komunikasi visual yang menekankan kejelasan dan dampak visual.



Sebaliknya, *Hero Green* menghadirkan komposisi terbalik. Latar hijau tua mendominasi bidang visual, sementara teks berwarna pink ditempatkan secara sentral dengan gaya tipografi yang identik. Konsistensi gaya visual antara kedua konten ini menunjukkan adanya perencanaan desain yang disengaja untuk membangun identitas simbolik yang kohesif.

Penggunaan kontras antara warna hangat (pink) dan warna dingin (hijau) menghasilkan daya tarik visual yang kuat serta memudahkan proses pengenalan dan reproduksi simbol di ruang digital. Secara teknis, strategi ini efektif untuk konteks media sosial yang menuntut visual yang cepat dikenali dan mudah dibagikan.

### Makna Konotatif: Warna sebagai Simbol Gender, Kelas, dan Solidaritas



**Gambar 3.** Representasi Visual *Brave Pink* dan *Hero Green*

Sumber: <https://rri.co.id/surabaya/daerah/1816810/brave-pink-dan-hero-green-hidupkan-solidaritas>

Gambar ini menampilkan dua representasi visual yang disandingkan secara kontras. Pada sisi kiri, terlihat sosok perempuan mengenakan kerudung berwarna pink yang berhadapan dengan aparat keamanan berseragam dan berhelm, dengan dominasi warna monokrom pada latar belakang. Warna pink menjadi elemen visual paling menonjol yang menarik perhatian. Pada sisi kanan, ditampilkan helm ojek online berwarna hijau dalam kondisi retak di ruang jalanan pada malam hari. Kedua objek utama ditandai dengan bingkai putih serta label *Brave Pink* dan *Hero Green* beserta kode warna, yang menegaskan bahwa visual ini disusun sebagai representasi simbolik dalam konteks aksi protes digital. Dalam kerangka analisis semiotika, visual tersebut kemudian dapat dibaca pada tingkat konotasi untuk mengungkap makna simbolik yang bekerja di balik representasi warna.

Pada tingkat konotasi, warna pink dalam *Brave Pink* mengalami pergeseran makna yang signifikan. Dalam konstruksi kultural dominan, pink kerap diasosiasikan dengan feminitas, kelembutan, dan sifat non-konfrontatif. Namun, dalam konteks gerakan protes ini, pink direkontekstualisasi sebagai simbol keberanian dan resistensi. Pergeseran makna tersebut tidak terlepas dari konteks sosial yang melatarinya, khususnya viralnya visual seorang perempuan berjilbab berwarna pink yang berhadapan langsung dengan aparat keamanan dalam aksi demonstrasi.

Perempuan berjilbab dalam konteks Indonesia membawa muatan simbolik terkait religiusitas dan kesopanan, namun dalam visual tersebut tampil sebagai subjek politik yang aktif dan berani. Dalam kerangka semiotika Barthes, pink berfungsi sebagai penanda yang petandanya bergeser dari kelembutan feminin menuju keberanian feminin. Penyandingan kata *brave*

dengan pink membentuk ketegangan semantik yang disengaja, sekaligus membangun makna baru yang menantang stereotip gender dalam ruang politik.

Sementara itu, warna hijau dalam *Hero Green* memiliki rujukan kontekstual yang kuat terhadap identitas visual pengemudi ojek online di Indonesia. Hijau tidak hanya dipahami sebagai warna alam atau keseimbangan, tetapi sebagai simbol kelas pekerja informal dalam ekonomi digital. Konotasi ini diperkuat oleh peristiwa meninggalnya seorang pengemudi ojek online dalam konteks demonstrasi, yang kemudian menjadi pemicu duka dan kemarahan kolektif.

Dalam visual ini, hijau merepresentasikan solidaritas terhadap pekerja informal yang rentan, sementara kata *hero* mengangkat posisi mereka dari objek simpati menjadi subjek heroik. Hijau tidak lagi berfungsi sebagai warna korporasi, melainkan ditransformasikan menjadi simbol perlawanan kelas pekerja dan kritik terhadap ketimpangan struktural.

Penggunaan *Brave Pink* dan *Hero Green* secara bersamaan membangun narasi solidaritas lintas identitas. Pink dan hijau merepresentasikan isu gender dan kelas yang berbeda, namun disandingkan secara setara dalam satu komposisi visual. Kontras warna yang mencolok justru menegaskan keberagaman dalam kesatuan, sekaligus mengomunikasikan bahwa gerakan ini tidak berfokus pada satu isu tunggal, melainkan pada berbagai bentuk ketidakadilan yang saling terkait.

### **Makna Mitos: Ideologi Perlawanan Rakyat dalam Ruang Digital**

Pada tingkat mitos, *Brave Pink* dan *Hero Green* membangun ideologi tentang kepahlawanan rakyat biasa. Dalam kerangka Barthes, mitos bekerja dengan menaturalisasi makna ideologis agar tampak wajar dan tidak dipertanyakan. Visual ini menarasikan bahwa pahlawan bukan berasal dari elite politik atau aparat negara, melainkan dari warga biasa seperti perempuan yang turun ke jalan dan pekerja informal yang menjadi korban kekerasan struktural.

Mitos lain yang bekerja adalah gagasan tentang perlawanan yang inklusif dan demokratis. Warna pink dan hijau dipilih karena mudah direproduksi dan tidak memerlukan sumber daya khusus. Siapa pun dapat menggunakannya, baik dalam bentuk poster digital, unggahan media sosial, maupun atribut personal. Hal ini menaturalisasi ide bahwa partisipasi politik tidak eksklusif bagi kelompok tertentu, melainkan terbuka bagi seluruh warga.

Lebih jauh, visual ini juga membangun oposisi simbolik antara rakyat dan negara. Warna-warna cerah dan berani merepresentasikan rakyat sebagai pihak yang hidup, moral, dan autentik, sementara negara secara implisit diposisikan sebagai entitas yang kaku dan represif. Oposisi ini memperkuat narasi populis yang menempatkan rakyat sebagai sumber legitimasi politik utama.

Akhirnya, *Brave Pink* dan *Hero Green* menaturalisasi praktik aktivisme digital sebagai bentuk aksi politik yang sah. Penyebaran visual ini dipahami bukan sekadar performativitas tanpa makna, melainkan sebagai praktik kesaksian kolektif yang membangun kesadaran, solidaritas, dan tekanan simbolik terhadap kekuasaan. Viralnya simbol pink dan hijau menciptakan narasi kemenangan simbolik rakyat dalam ranah wacana, yakni kemampuan untuk mengontrol bahasa visual dan diskursif di ruang publik digital.

### **Kesimpulan dan Saran**

Penelitian ini menunjukkan bahwa warna dalam praktik aksi protes digital tidak berfungsi semata sebagai elemen estetis, melainkan beroperasi sebagai sistem tanda yang sarat makna

sosial, politik, dan ideologis. Melalui analisis semiotika Roland Barthes, Brave Pink dan Hero Green terbukti membangun makna secara bertingkat, mulai dari makna denotatif sebagai elemen visual, makna konotatif sebagai simbol keberanian, solidaritas, dan identitas kolektif, hingga makna mitologis yang menaturalisasi ideologi perlawanan rakyat dalam ruang publik digital.

Pada tingkat konotasi, warna pink mengalami rekontekstualisasi dari simbol feminitas dan kelembutan menjadi representasi keberanian perempuan dalam ruang politik, sementara warna hijau merepresentasikan solidaritas terhadap kelas pekerja informal, khususnya pengemudi ojek online, yang menjadi simbol kerentanan dan ketidakadilan struktural. Penyandingan kedua warna tersebut membangun narasi solidaritas lintas identitas yang menghubungkan isu gender, kelas, dan kemanusiaan dalam satu kesatuan visual. Pada tingkat mitos, Brave Pink dan Hero Green menegaskan ideologi kepahlawanan rakyat biasa serta menaturalisasi aktivisme digital sebagai bentuk partisipasi politik yang inklusif dan sah.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian semiotika visual dan komunikasi politik digital dengan menegaskan peran desain komunikasi visual dalam pembentukan identitas kolektif dan ideologi perlawanan di era media sosial. Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai ruang publik digital memiliki potensi strategis dalam memfasilitasi artikulasi politik warga melalui simbol visual yang sederhana, partisipatif, dan mudah direproduksi.

Sebagai rekomendasi, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji resepsi dan interpretasi audiens terhadap simbol visual protes, serta melakukan studi komparatif lintas konteks sosial, budaya, dan platform digital. Pendekatan metodologis interdisipliner yang mengombinasikan semiotika dengan analisis resepsi atau wawancara mendalam juga direkomendasikan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai relasi antara visual, ideologi, dan praktik politik digital.

## Daftar Pustaka

- Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika komunikasi netizen Indonesia di media sosial sebagai ruang demokrasi dalam telaah ruang publik Jürgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 384-393.
- Basiroen, V. J., Putra, I. N. A. S., Judijanto, L., Anggara, I. G. A. S., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., & Wijaya, W. (2024). *Dasar-dasar desain komunikasi visual (DKV)*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Bruns, A. (2023). From “the” public sphere to a network of publics: Towards an empirically founded model of contemporary public communication spaces. *Communication Theory*, 33(2-3), 70-81.
- Bryan-Wilson, J., González, J., & Willsdon, D. (2016). Editors’ introduction: Themed issue on visual activism. *Journal of Visual Culture*, 15(1), 5-23.
- Çela, E. (2015). Social media as a new form of public sphere. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 4(1), 195-202.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The basics*. Routledge.

- CXO Media. (2025). *Esensi warga jaga warga: Lebih dari sekadar tagar*. <https://www.cxomedia.id/general-knowledge/20250913122737-55-181613/esensi-warga-jaga-warga-lebih-dari-sekadar-tagar>
- Fatimah, S. (2025). Transformasi ruang publik digital: Tantangan sosial dan konstitusional dalam demokrasi era media baru. *Cakrawala: Jurnal Litbang Kebijakan*, 19(1), 67-86.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Karja, I. W. (2021). Makna warna. Dalam *Prosiding Bali Dwipantara Waskita: Seminar Nasional Republik Seni Nusantara* (Vol. 1).
- Maskuri, M. I. N. (2025). Visual meaning in digital protests: The use of *Brave Pink* and *Hero Green* in social media after the August 28-30, 2025 demonstration. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 19(2), 157-172.
- Munzir, A. A. (2019). Beragam peran media sosial dalam dunia politik di Indonesia. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 7(2), 173-182.
- Musliadi, M., Wahyudi, R. F., Muhlis, M., & Wahyudi, W. (2025). Bahasa visual dalam iklan digital: Studi semiotika pada platform media sosial. *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 27-39.
- Paksi, D. N. F. (2021). Warna dalam dunia visual. *Jurnal Fakultas Film dan Televisi Institut Kesenian Jakarta*, 12(2), 90-97.
- Risi, A., & Zulkifli, Z. (2022). Kajian semiotika ilustrasi digital karya Agung Budi Santoso (pendekatan semiotika Roland Barthes). *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(2), 47-55.
- Setiawan, F. R. (2023). Peran media sosial sebagai ruang publik: Tinjauan filosofis gagasan ruang publik Jürgen Habermas. *MELINTAS: An International Journal of Philosophy and Religion*, 39(3), 323-350.
- Tempo. (2025). *Kronologi demo memprotes DPR hingga meluas dan berubah menjadi penjarahan*. <https://www.tempo.co/politik/kronologi-demo-memprotes-dpr-hingga-meluas-berubah-penjarahan-2065182>
- Tempo. (2025). *Makna “Brave Pink” dan “Hero Green” yang viral di media sosial*. <https://www.tempo.co/politik/makna-brave-pink-hero-green-yang-viral-di-media-sosial-2066471>
- Tinarbuko, S. (2003). Semiotika: Analisis tanda pada karya desain komunikasi visual. *Nirmana*, 5(1), 31-47.
- Wempi, J. A., Chrisdina, C., & Rully, R. (2025). “Peringatan darurat” as a cancel culture social movement through social media in Indonesia. *NYIMAK Journal of Communication*, 9(1), 153-171.