

CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS REPRESENTASI PERLAWANAN MELALUI SIMBOL *BRAVE PINK* DAN *HERO GREEN* DALAM KOMUNIKASI DIGITAL

Ramita Hapsari¹, Liffia Greacela Pattireuw², Mufni Alida³

Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta^{1,2,3}

Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950

ramitahapsari2011@gmail.com¹, lifiagreace05@gmail.com², mufnialida@gmail.com³

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji fenomena Brave Pink dan Hero Green sebagai bentuk representasi perlawanan dan solidaritas sosial dalam komunikasi digital. Fenomena ini muncul pasca unjuk rasa besar di Indonesia pada Agustus - September 2025, ketika warna pink dan hijau diadopsi oleh pengguna media sosial X untuk menyuarakan kritik sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membongkar bagaimana simbol visual warna dikonstruksi, dimaknai, dan direproduksi sebagai medium perlawanan ideologis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis, penelitian ini mengaplikasikan *Critical Discourse Analysis* model Teun A. Van Dijk yang mengintegrasikan tiga dimensi utama, yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, serta diselaraskan dengan Teori Representasi Stuart Hall. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipan pada platform X, dokumentasi unggahan visual, serta wawancara semi terstruktur dengan pencetus simbol dan pengguna aktif. Hasil penelitian pada dimensi teks menunjukkan bahwa *Brave Pink* dan *Hero Green* dikonstruksi secara multimodal melalui kombinasi warna, tipografi, slogan, emoji, dan tagar yang membentuk oposisi biner antara sikap diam dan keberanian bersuara. Pada dimensi kognisi sosial, simbol lahir dari proses seleksi dan interpretasi subjektif pencetus terhadap realitas peristiwa mengubah asosiasi warna *pink* dari kelembutan feminin menjadi kekuatan moral keberanian, serta warna hijau (*Hero Green*) sebagai penghormatan atas perjuangan rakyat dan pekerja. Pada dimensi konteks sosial, simbol diproduksi ulang oleh pengguna X sehingga berkembang dari makna personal menjadi identitas kolektif. Penggunaan simbol ini membentuk relasi kuasa antara "rakyat" sebagai kelompok tertekan yang bersolidaritas dan "penguasa" sebagai struktur dominan. Secara teoritis, penelitian ini membuktikan bahwa warna bukan sekadar elemen estetika netral, melainkan media representasi politik, tanda ideologis, dan bentuk perlawanan simbolik di ruang publik digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa warna tidak sekadar berfungsi sebagai elemen estetika, melainkan telah bertransformasi menjadi bahasa visual, sarana resistensi simbolik, dan alat pembentuk solidaritas digital di ruang publik modern. Penelitian ini menyarankan pentingnya peningkatan literasi digital masyarakat dalam membedah makna dan relasi kuasa di balik simbol-simbol visual.

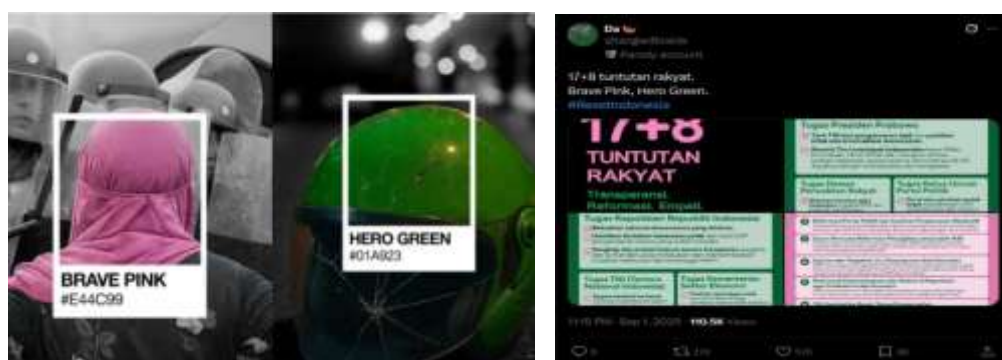
Kata Kunci: Brave Pink, Hero Green, Analisis Wacana Kritis, Perlawanan Digital, Representasi Visual.

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi arena baru bagi praktik komunikasi digital, di mana simbol visual dan wacana digital saling berkaitan dalam menciptakan makna sosial. Di antara beragam ekspresi digital yang muncul, fenomena Brave Pink dan Hero Green menjadi menarik karena keduanya merepresentasikan semangat perlawanan dan solidaritas sosial melalui penggunaan warna. Warna, dalam konteks ini, tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, melainkan

menjadi penanda ideologis yang mencerminkan nilai, emosi, dan posisi politik tertentu dalam ruang digital yang dinamis.

Fenomena Brave Pink dan Hero Green muncul setelah serangkaian unjuk rasa besar pada tanggal 25 Agustus sampai awal September 2025 yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat. Brave Pink berawal dari viralnya potret seorang perempuan berjilbab pink yang berdiri tegar di tengah kerumunan massa, menjadi simbol keberanian dan keteguhan moral. Warna pink yang semula diasosiasikan dengan kelembutan feminin bergeser menjadi representasi kekuatan dan empati sosial. Di sisi lain, Hero Green muncul sebagai bentuk penghormatan terhadap kelompok pekerja transportasi daring dan korban kekerasan dalam demonstrasi.



Gambar 1: Simbol Brave Pink dan Hero Green pada media sosial
(Sumber: <https://x.com/>)

Istilah “Brave Pink” dan “Hero Green” ini pertama kali dicetuskan oleh pengguna Instagram dengan akun @layernumber3. Warna hijau di sini melambangkan solidaritas, kerja keras, dan semangat keadilan sosial. Kedua warna tersebut menyebar luas di platform X (Twitter) melalui tagar, foto profil, dan meme, menjadikannya simbol visual yang merepresentasikan identitas kolektif sekaligus perlawanan terhadap ketidakadilan sosial.

Konsep representasi perlawanan dapat dipahami sebagai bentuk artikulasi simbolik masyarakat dalam menentang dominasi kekuasaan melalui media. Representasi tidak hanya merefleksikan realitas sosial, tetapi juga membentuknya melalui konstruksi makna yang disebarkan secara visual dan tekstual. Dalam konteks komunikasi massa, representasi selalu berkaitan dengan ideologi karena setiap simbol atau citra mengandung pilihan makna yang mendukung atau menantang kekuasaan yang ada (Ratnaduhita et al., 2025:70). Representasi perlawanan berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk menegaskan posisi, memperjuangkan suara, dan menciptakan wacana tandingan terhadap narasi dominan yang sering kali dikuasai oleh pihak berwenang.

Dalam masyarakat digital, representasi perlawanan tidak lagi bergantung pada lembaga media arus utama. Media sosial memungkinkan setiap individu menjadi produsen wacana, menciptakan simbol, dan menyebarkannya secara cepat dan luas. Ruang digital menjadi arena interaktif di mana makna diciptakan, dinegosiasikan, dan dipertentangkan secara terbuka (Ayuningrum, 2024:45). Pada platform X, perlawanan diwujudkan melalui visualisasi yang

sederhana namun sarat makna, seperti warna latar profil, simbol, atau poster digital. Melalui proses tersebut, Brave Pink dan Hero Green bukan hanya ekspresi estetis, melainkan tindakan wacana yang mengandung nilai ideologis.

Untuk memahami proses pembentukan makna dalam fenomena ini, diperlukan kerangka analisis yang mampu menjembatani hubungan antara teks, cara berpikir aktor sosial, serta struktur kekuasaan yang melingkupinya. Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. Van Dijk dipandang relevan karena memandang wacana sebagai praktik sosial yang bekerja melalui tiga dimensi utama, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dimensi teks mencakup analisis terhadap struktur makro, superstruktur, dan mikro, yang memungkinkan peneliti mengkaji tema utama, pola penyajian pesan, serta pilihan bahasa dan visual yang digunakan dalam wacana.

Selain itu, dimensi kognisi sosial berfokus pada proses mental individu atau kelompok dalam memproduksi dan memaknai wacana, termasuk pengetahuan, keyakinan, dan ideologi yang memengaruhi cara simbol digunakan dan dipahami. Sementara itu, dimensi konteks sosial menempatkan wacana dalam struktur sosial yang lebih luas, seperti relasi kekuasaan, posisi kelompok sosial, serta kondisi sosial-politik yang melatarbelakangi kemunculan wacana. Melalui kerangka ini, Analisis Wacana Kritis memungkinkan peneliti menelusuri bagaimana simbol warna dimanfaatkan untuk merepresentasikan posisi ideologis tertentu serta mengonstruksi relasi kuasa dalam ruang digital (Mukhlis, 2025).

Studi terdahulu menunjukkan bahwa simbol visual seperti warna, tipografi, dan bentuk memiliki kekuatan retorik dalam memengaruhi persepsi publik. Analisis Fenomena Brave Pink dan Hero Green memperlihatkan bahwa ruang digital telah menjadi arena ideologis di mana makna tidak hanya dikomunikasikan tetapi juga diperebutkan. Simbol warna yang sederhana dapat menjadi alat untuk mengartikulasikan wacana perlawanan, sekaligus memperlihatkan bagaimana kekuasaan bekerja melalui representasi. Oleh karena itu, penting untuk menelaah fenomena ini melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis Van Dijk agar dapat memahami bagaimana struktur sosial dan ideologis terbentuk melalui praktik simbolik di media sosial X. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai relasi antara komunikasi visual, representasi, dan kekuasaan dalam ruang digital kontemporer.

Makna warna dalam komunikasi massa menunjukkan bahwa setiap warna membawa muatan makna emosional dan ideologis tertentu (Suratman et al., 2025). Dalam konteks perlawanan, warna menjadi “bahasa sunyi” yang mampu mengikat solidaritas tanpa perlu narasi verbal yang panjang. Penggunaan warna pink dan hijau dalam gerakan digital memperlihatkan bagaimana masyarakat membentuk sistem tanda baru yang memadukan emosi, ideologi, dan strategi komunikasi.

Selain itu, studi representasi visual pada iklan dan kampanye publik menegaskan bahwa citra visual tidak pernah netral, melainkan memuat relasi kuasa yang berusaha membentuk citra ideal tentang subjek sosial tertentu (Salsabila, 2022). Dalam kasus Brave Pink, perempuan direpresentasikan sebagai figur moral yang kuat dan berani, menantang stereotip feminin yang pasif. Sedangkan dalam Hero Green, pekerja lapangan direpresentasikan sebagai pahlawan keseharian yang berjuang di tengah tekanan ekonomi. Kedua representasi ini menunjukkan

adanya upaya masyarakat untuk menciptakan narasi alternatif terhadap struktur sosial dan politik yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Digital

Komunikasi digital dapat dipahami sebagai proses penciptaan dan pertukaran makna dengan memanfaatkan teknologi digital. Kajian literatur mutakhir mengenai komunikasi digital menunjukkan bahwa konsep tersebut berkaitan dengan sejumlah karakteristik utama, antara lain digitalisasi, interaktivitas, konektivitas, jejaring, dan kolaborasi. Dengan demikian, komunikasi digital tidak sekadar memindahkan komunikasi konvensional ke perangkat digital, tetapi menghasilkan lingkungan komunikasi yang memungkinkan terciptanya makna secara bersama-sama

Castells (2013) menjelaskan komunikasi sebagai proses berbagi makna melalui pertukaran informasi. Dalam masyarakat jaringan, proses komunikasi semakin dipengaruhi oleh teknologi komunikasi, karakteristik komunikator dan komunikan, kode budaya, serta jaringan tempat komunikasi berlangsung. Castells menempatkan perkembangan komunikasi digital sebagai bagian penting dari perubahan masyarakat jaringan (*network society*), termasuk munculnya bentuk komunikasi yang memungkinkan individu berkomunikasi secara luas melalui jaringan digital.

Komunikasi digital juga ditandai dengan meningkatnya partisipasi khalayak. Pengguna tidak lagi hanya menjadi konsumen media, tetapi memiliki kemampuan untuk memproduksi dan menyebarkan pesan. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa perkembangan media kontemporer berkaitan dengan budaya partisipatif (*participatory culture*), ketika konsumen media dapat berperan aktif dalam proses produksi dan distribusi konten. Konvergensi media mempertemukan media lama dan media baru sekaligus mengubah hubungan antara produsen, konsumen, dan konten media.

Media Sosial X sebagai Wadah Perlawanan Digital

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah cara masyarakat menyampaikan aspirasi, membangun opini, serta merespons berbagai persoalan sosial dan politik. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi interpersonal, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik digital tempat berbagai kepentingan, identitas, ideologi, dan relasi kekuasaan dipertukarkan. Dalam konteks tersebut, media sosial dapat menjadi ruang bagi kelompok maupun individu untuk menyampaikan kritik dan membangun narasi alternatif terhadap wacana yang dominan.

Salah satu platform media yang memiliki karakteristik tersebut adalah **X**, yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter. X menyediakan ruang komunikasi yang memungkinkan pengguna memproduksi, menyebarkan, merespons, dan mendiskusikan pesan secara cepat. Karakteristik komunikasi yang terbuka, berbasis jaringan, dan memungkinkan reproduksi pesan membuat platform ini sering digunakan dalam berbagai bentuk aktivisme dan gerakan sosial digital. Penelitian Representamen (2024) menunjukkan bahwa, ruang digital

memungkinkan masyarakat umum memproduksi representasi dan menciptakan narasi alternatif yang dapat bersaing dengan wacana dominan (Ayuningrum, 2024).

Dalam perspektif komunikasi, keberadaan X sebagai media perlawanan digital dapat dipahami melalui konsep *mass self-communication* yang dikembangkan Castells. Menurut Castells (2007), perkembangan jaringan komunikasi interaktif memungkinkan individu maupun kelompok memproduksi dan mendistribusikan pesan secara mandiri kepada khalayak luas. Bentuk komunikasi ini berbeda dari komunikasi massa konvensional karena individu tidak sepenuhnya bergantung pada institusi media untuk menyampaikan pesan kepada publik. Perkembangan tersebut membuka ruang bagi gerakan sosial dan politik untuk melakukan intervensi terhadap ruang komunikasi dan membangun narasi alternatif.

X dalam konteks ini dapat dipahami sebagai arena komunikasi perlawanan, bukan sekadar sebagai media penyebaran informasi. Melalui X, pengguna dapat mengartikulasikan ketidakpuasan, menyampaikan kritik, membangun narasi tandingan, dan mengorganisasi dukungan. Penelitian mengenai gerakan digital di Indonesia, misalnya, menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat menyampaikan aspirasi, kritik, dan protes.

Dalam perspektif tersebut, perlawanan digital tidak selalu harus berbentuk demonstrasi atau tindakan politik secara langsung. Perlawanan dapat muncul melalui praktik komunikasi yang bersifat simbolik. Penggunaan kata, gambar, warna, *hashtag*, meme, foto profil, dan berbagai bentuk representasi visual dapat menjadi instrumen untuk menyampaikan posisi tertentu terhadap suatu persoalan. Bahkan, penelitian mengenai gerakan sosial digital menunjukkan bahwa strategi diskursif di media sosial dapat digunakan untuk mengkritik institusi yang dianggap menindas, menolak narasi dominan, serta membangun identitas dan solidaritas kelompok.

Critical Discourse Analysis Teun A. Van Dijk

Critical Discourse Analysis atau Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. Van Dijk memandang wacana sebagai praktik sosial yang tidak hanya terdiri atas teks bahasa, tetapi juga melibatkan proses kognitif dan kondisi sosial yang melingkupinya. Wacana dipahami sebagai hasil interaksi antara struktur bahasa, cara berpikir aktor sosial, serta relasi kekuasaan yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu, Van Dijk mengembangkan model analisis yang bersifat multidimensional untuk mengungkap bagaimana makna dan ideologi diproduksi serta direproduksi melalui wacana.

Model Analisis Wacana Kritis Van Dijk mengintegrasikan tiga dimensi utama yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, yaitu teks, kognisi sosial, konteks sosial, ideologi. Keempat dimensi ini digunakan untuk menganalisis wacana secara komprehensif, mulai dari struktur bahasa yang tampak, proses mental aktor yang terlibat, hingga kondisi sosial yang melatarbelakangi kemunculan wacana.

1. Dimensi Teks

Dimensi teks berfokus pada analisis struktur internal wacana yang tampak secara linguistik. Pada dimensi ini, Van Dijk membagi analisis ke dalam tiga tingkat. Struktur

makro merujuk pada tema atau topik utama yang menjadi ide pokok wacana. Superstruktur berkaitan dengan kerangka atau susunan umum teks, seperti pembukaan, isi, dan penutup, serta alur penyampaian gagasan. Struktur mikro mencakup aspek kebahasaan yang lebih rinci, seperti pilihan kata, susunan kalimat, penggunaan gaya bahasa, dan strategi retorik yang digunakan untuk menyampaikan makna dan menunjukkan sikap tertentu.

2. Dimensi Kognisi Sosial

Dimensi kognisi sosial merujuk pada proses mental individu atau kelompok dalam memproduksi dan memahami wacana. Kognisi sosial mencakup pengetahuan, keyakinan, nilai, serta ideologi yang dimiliki oleh aktor sosial, yang memengaruhi cara mereka membangun teks dan menafsirkan makna. Dalam pandangan Van Dijk, wacana tidak dapat dilepaskan dari kerangka berpikir pembuat dan penerimanya, karena makna selalu dikonstruksi melalui pengalaman sosial dan struktur pengetahuan yang dimiliki.

3. Dimensi Konteks Sosial

Dimensi konteks sosial berkaitan dengan kondisi sosial yang lebih luas tempat wacana diproduksi dan beredar. Konteks sosial mencakup struktur kekuasaan, relasi antar kelompok sosial, serta situasi sosial dan politik yang melatarbelakangi kemunculan wacana. Analisis pada dimensi ini bertujuan untuk memahami bagaimana wacana berhubungan dengan praktik dominasi, ketimpangan, atau perlawanan dalam masyarakat, sehingga wacana tidak dipahami secara terlepas dari realitas sosial yang melingkupinya.

4. Dimensi Ideologi

Ideologi merupakan salah satu konsep penting dalam pendekatan van Dijk. Ideologi dapat dipahami sebagai sistem keyakinan yang dimiliki oleh suatu kelompok dan dapat memengaruhi cara kelompok tersebut melihat realitas sosial.

Perkembangan media digital telah mengubah pola produksi, distribusi, dan konsumsi wacana. Media sosial memungkinkan pengguna menjadi sekaligus produsen, distributor, dan konsumen pesan. Wacana digital memiliki karakteristik yang berbeda dengan wacana media konvensional karena dapat memadukan berbagai bentuk komunikasi, seperti teks, foto, video, suara, hashtag, emoji, simbol, dan komentar pengguna.

Teori Representasi Stuart Hall

Teori representasi yang dikembangkan oleh Stuart Hall memandang bahwa media tidak hanya menampilkan realitas, tetapi ikut membentuk realitas tersebut melalui proses konstruksi makna. Representasi bukan sekadar cerminan langsung dari dunia nyata, melainkan hasil dari proses seleksi, organisasi, dan pembingkaiannya tanda-tanda yang membawa makna tertentu. Hall menjelaskan bahwa representasi dijalankan melalui sistem tanda, bahasa, dan simbol yang kemudian diproduksi serta dipahami dalam konteks sosial tertentu.

Menurut Hall, makna tidak melekat pada objek secara alami, melainkan diproduksi melalui praktik budaya. Media berfungsi sebagai arena produksi makna yang dapat mengonstruksi identitas, menunjukkan relasi sosial, dan membangun pemahaman baru mengenai suatu fenomena. Dalam konteks visual, representasi dapat muncul melalui warna, gambar, ikon, atau komposisi visual lainnya yang digunakan untuk menggambarkan suatu

subjek atau isu tertentu. Penelitian dalam jurnal Representamen menunjukkan bahwa praktik representasi di media sangat dipengaruhi oleh bagaimana visual dipilih untuk menggambarkan subjek tertentu, terutama ketika berkaitan dengan isu identitas dan relasi sosial (Ratnaduhita, 2024).

Hall menjelaskan tiga pendekatan utama dalam representasi, yaitu pendekatan refleksif, intensional, dan konstruksionis. Pendekatan refleksif memandang representasi sebagai cerminan dunia nyata. Pendekatan intensional memandang representasi sebagai hasil niat atau maksud pembuat pesan. Pendekatan konstruksionis adalah pendekatan utama Hall yang menekankan bahwa makna dibangun melalui praktik sosial dan sistem tanda. Pada pendekatan ini, representasi dipahami sebagai proses yang melibatkan kodifikasi dan dekodifikasi makna oleh produsen dan audiens.

Dalam studi visual, representasi bekerja melalui proses penampilan subjek. Visual tertentu dapat menciptakan citra tertentu terhadap kelompok atau individu, dan citra tersebut membentuk bagaimana publik memahami suatu peristiwa. Misalnya, penelitian tentang representasi perempuan dalam media menunjukkan bahwa pemilihan visual tertentu dapat menempatkan perempuan dalam posisi simbolik atau naratif tertentu, baik sebagai agen maupun sebagai objek (Anita, 2024).

Teori representasi memberikan pemahaman bahwa warna, simbol visual, dan elemen estetika lainnya bukan hanya memiliki nilai estetis, tetapi juga berfungsi sebagai pembawa makna sosial. Warna tertentu dapat menghadirkan asosiasi emosional dan ideologis berdasarkan pengalaman kolektif pengguna media. Representasi bersifat politis karena memiliki kemampuan untuk mempengaruhi cara kelompok masyarakat memahami suatu isu.

Ketika suatu simbol visual berulang kali digunakan dalam ruang publik, maka simbol tersebut memperoleh makna baru melalui praktik representasi yang terus-menerus. Penyebaran visual tertentu dapat menguatkan identitas kelompok, memperdalam solidaritas, atau menghadirkan pembacaan baru terhadap realitas sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian visual yang menyatakan bahwa simbol visual yang diulang secara konsisten dapat membentuk kategori pemahaman baru dalam benak audiens (Lestari, 2024).

Secara teoritis, representasi memungkinkan peneliti memahami bagaimana suatu fenomena sosial dihadirkan kembali dalam bentuk visual. Warna, foto, desain grafis, dan elemen visual lainnya menjadi media yang menampilkan realitas sosial dalam format baru. Teori representasi menjadi relevan untuk menelaah bagaimana visual tertentu diproduksi dan apa makna yang dikandungnya. Melalui teori ini, peneliti dapat melihat bagaimana simbol-simbol visual berperan sebagai medium untuk menyampaikan pesan sosial maupun politis.

Dengan demikian, teori representasi memberikan landasan untuk melihat bagaimana media dan pengguna digital menghasilkan makna melalui penggunaan simbol visual. Representasi tidak hanya menggambarkan realitas sosial, tetapi membentuk pemaknaan baru yang lahir dari praktik sosial dan partisipasi pengguna.

Kajian studi resepsi bisa dikatakan sebagai perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi. Teori Resepsi yang diperkenalkan oleh Hall (1973) ini memaparkan bagaimana melihat makna dari teks media (cetak, elektronik, internet) dengan

mengetahui bagaimana karakter teks media dibaca oleh khalayak. Seseorang yang menganalisis media melalui kajian resepsi berfokus pada pengalaman dan khalayak sebagai penonton, serta bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut.

Konsep teoritik terpenting dari analisis resepsi adalah bahwa hubungan antara teks media dengan penonton atau program televisi bukanlah makna yang melekat pada teks media tersebut, tetapi makna diciptakan dalam interaksinya antara khalayak dan teks. Teori resepsi mempunyai argumen bahwa faktor kontekstual mempengaruhi cara khalayak pemirsa atau membaca media, misalnya film, program televisi maupun iklan. Faktor kontekstual termasuk elemen identitas khalayak, persepsi penonton atas produk media tersebut, bahkan termasuk latar belakang sosial, sejarah dan isu politik.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian ini adalah pengguna media sosial X yang memproduksi dan menyebarkan konten visual berkaitan dengan simbol Brave Pink dan Hero Green setelah peristiwa unjuk rasa tahun 2025. Dengan demikian, subjek penelitian ini meliputi individu atau kelompok yang secara sadar maupun tidak terlibat dalam proses produksi dan penguatan makna simbol Brave Pink dan Hero Green melalui aktivitas mereka di media sosial X.

Objek penelitian ini adalah simbol visual Brave Pink dan Hero Green yang beredar di media sosial X, mencakup gambar, poster digital, ilustrasi, foto, dan template grafis yang menonjolkan penggunaan warna pink dan hijau sebagai penanda representasi tertentu. Penelitian visual menunjukkan bahwa pilihan warna, komposisi, dan elemen grafis dalam media digital dapat membentuk persepsi serta mempengaruhi interpretasi publik terhadap suatu fenomena (Salsabila, 2022).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif diharapkan dapat menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik (Sujarweni, 2014; dalam Yusuf & Sobur, 2025).

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma kritis memandang bahwa pengetahuan tidak dapat sepenuhnya dipisahkan dari kepentingan. Peneliti tidak ditempatkan sebagai pengamat yang sepenuhnya berada di luar realitas sosial, tetapi sebagai bagian dari proses sosial yang sedang diteliti. Penelitian kritis karena itu berupaya menghasilkan pemahaman yang dapat membuka struktur dominasi dan mendorong terjadinya perubahan sosial (Denzin & Lincoln, 2018).

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, dokumentasi, dan wawancara. Observasi dilakukan secara non-partisipan terhadap aktivitas pengguna media sosial X yang berkaitan dengan penyebaran simbol *Brave Pink* dan *Hero Green*. Peneliti mengamati pola unggahan, bentuk visual, waktu kemunculan simbol, serta interaksi pengguna berupa komentar, respons, dan reproduksi konten. Dokumentasi menjadi sumber data utama dengan mengumpulkan unggahan X pasca peristiwa unjuk rasa tahun 2025, berupa gambar, poster, ilustrasi, foto, caption, tagar, dan teks yang memuat simbol *Brave Pink* dan *Hero Green*. Sementara itu, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan yang dipilih secara purposive untuk menggali pengalaman, alasan penggunaan, serta

pemaknaan terhadap kedua simbol tersebut. Wawancara juga berfungsi sebagai bentuk triangulasi data untuk memperkuat kredibilitas temuan penelitian.

Data dokumentasi dipilih berdasarkan kriteria unggahan media sosial X yang menampilkan simbol *Brave Pink* dan *Hero Green* dalam bentuk visual, teks, maupun kombinasi keduanya, khususnya unggahan setelah peristiwa unjuk rasa tahun 2025. Informan wawancara dibagi menjadi dua kategori, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci merupakan pihak yang pertama kali memperkenalkan atau mempopulerkan istilah dan simbol *Brave Pink* dan *Hero Green*, sedangkan informan pendukung adalah pengguna X yang turut menyebarkan, memodifikasi, atau memproduksi ulang simbol tersebut.

HASIL DAN DISKUSI

Penelitian ini menganalisis fenomena *Brave Pink* dan *Hero Green* sebagai representasi perlawanan di media sosial X dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) Teun A. Van Dijk. Analisis dilakukan terhadap unggahan visual yang menggunakan simbol warna *Brave Pink* dan *Hero Green* serta hasil wawancara dengan tiga informan, yaitu Tri Fajar Yusup Widodo sebagai pencetus simbol, Wony sebagai partisipan yang turut memproduksi konten visual, dan Banyu Bening sebagai pengguna yang aktif menyebarkan konten perlawanan melalui media sosial X. Data penelitian terdiri atas empat dokumentasi unggahan yang memuat simbol *Brave Pink* dan *Hero Green*. Keseluruhan data dianalisis melalui tiga dimensi utama Van Dijk, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Representasi Perlawanan pada Dimensi Teks

Hasil analisis terhadap dimensi teks menunjukkan bahwa *Brave Pink* dan *Hero Green* tidak digunakan semata-mata sebagai elemen estetika, tetapi dikonstruksikan sebagai simbol yang mengandung makna keberanian, solidaritas, keberpihakan, dan perlawanan. Penggunaan warna dalam unggahan media sosial X dipadukan dengan teks, slogan, tipografi, ilustrasi, emoji, serta tagar sehingga membentuk pesan visual yang dapat dikenali dan dipahami secara kolektif. Dengan demikian, makna perlawanan dibangun melalui kombinasi antara unsur verbal dan visual.



Gambar 2: Postingan Pertama *Brave Pink* dan *Hero Green* di Media Sosial X

Pada unggahan pertama, akun @rendervoux pada 3 September 2025 menampilkan desain visual dengan dominasi warna pink dan hijau serta slogan “There is no award for being silent!”. Unggahan tersebut juga disertai pernyataan “Sekecil-kecilnya perlawanan adalah perlawanan. Speak up! Your voice matters.” dan tagar #ResetIndonesia. Berdasarkan struktur makro, topik utama unggahan adalah ajakan untuk tidak diam dan keberanian untuk menyampaikan suara sebagai bentuk partisipasi dalam gerakan digital. Pesan tersebut menempatkan setiap individu sebagai bagian dari gerakan kolektif karena setiap suara dianggap memiliki arti.

Pada tingkat **ideologi**, unggahan pertama membentuk oposisi antara sikap diam dan keberanian untuk berbicara. Diam dikonstruksikan sebagai sikap pasif dan tidak memiliki nilai, sedangkan berbicara diposisikan sebagai tindakan moral dan bentuk keberanian. Struktur pesan bergerak dari pernyataan reflektif menuju ajakan langsung melalui penggunaan kalimat imperatif “Speak up!”. Strategi tersebut menghasilkan pesan yang bersifat persuasif sekaligus membangun urgensi bagi audiens untuk berpartisipasi dalam perlawanan.

Pada struktur mikro, pemilihan kata “perlawanan”, “Speak up”, dan “Your voice matters” memperkuat konstruksi keberanian dan partisipasi. Penggunaan warna pink, hijau, dan biru melalui istilah “resistance blue, brave pink, and hero green” menunjukkan bahwa warna telah memperoleh fungsi simbolik sebagai identitas gerakan. Tipografi yang tebal dan penggunaan warna yang kontras juga meningkatkan daya tarik emosional pesan. Dengan demikian, kekuatan wacana tidak hanya berada pada teks verbal, tetapi juga pada kemampuan visual untuk membangun asosiasi dan identifikasi terhadap gerakan.

Berbeda dengan unggahan pertama yang menggunakan slogan dan ajakan langsung, unggahan kedua dari akun @wontonkukus menampilkan karya seni dengan pernyataan “my arts in brave pink & hero green”, emoji hati berwarna pink dan hijau, serta tagar #ResetIndonesia. Pada unggahan ini, karya seni menjadi pusat pembentukan makna, sementara teks hanya berfungsi mempertegas keterlibatan pembuat konten terhadap simbol perlawanan. Perlawanan ditampilkan melalui ekspresi kreatif dan praktik budaya, bukan melalui argumentasi verbal.



Gambar 3: Postingan Kedua *Brave Pink* dan *Hero Green* di Media Sosial X

Analisis struktur makro memperlihatkan bahwa unggahan kedua membangun tema partisipasi personal dalam gerakan kolektif. Frasa “my arts” memperlihatkan kepemilikan sekaligus keterlibatan langsung pembuat konten. Penggunaan Brave Pink dan Hero Green dalam karya seni menghubungkan ekspresi personal dengan identitas kolektif yang

berkembang di ruang digital. Secara ideologis, bentuk perlawanan yang ditampilkan bersifat kultural, yaitu menyampaikan keberpihakan melalui kreativitas visual.

Pada struktur mikro, kata “my” memperlihatkan posisi individu sebagai subjek aktif, sedangkan penyebutan Brave Pink dan Hero Green menghubungkan karya tersebut dengan wacana perlawanan yang telah berkembang. Dominasi warna pink dan hijau dalam karya menunjukkan konsistensi simbol sekaligus memperkuat identitas kolektif. Strategi retorika yang digunakan adalah minimalisme verbal dan maksimalisme visual. Tidak diperlukan slogan panjang karena warna dan karya seni telah berfungsi sebagai medium utama penyampaian sikap. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlawanan digital dapat hadir dalam bentuk yang halus, personal, dan artistik, tetapi tetap memiliki makna sosial.

Sementara itu, unggahan ketiga dari akun @skingameofc menunjukkan keterlibatan sebuah brand melalui penggunaan latar berwarna pink dengan tulisan “skin game” berwarna hijau. Unggahan tersebut disertai pernyataan “Warna perlawanan: Brave Pink & Hero Green!” dan emoji hati berwarna pink serta hijau. Menariknya, meskipun akun tersebut merupakan akun brand skincare, fokus utama unggahan tidak diarahkan pada promosi produk, tetapi pada pernyataan identitas simbolik sebagai bagian dari wacana perlawanan digital.



Gambar 4: Postingan ketiga *Brave Pink* dan *Hero Green* di Media Sosial X

Pada tingkat makro, unggahan ketiga menempatkan warna sebagai identitas perlawanan. Brand memosisikan dirinya sebagai bagian dari komunitas digital yang memahami dan berbagi makna simbol tersebut. Pada tingkat ideologi, keberpihakan ditampilkan secara simbolik melalui warna, bukan melalui pernyataan politik yang eksplisit. Sementara pada struktur mikro, pilihan kata “warna perlawanan”, “Brave”, dan “Hero” memperkuat asosiasi dengan resistensi, keberanian, dan kepahlawanan. Penggunaan warna pink dan hijau menjadi strategi komunikasi yang sederhana tetapi efektif karena audiens telah memiliki pengetahuan mengenai konteks simbol tersebut.

Secara keseluruhan, analisis dimensi teks menunjukkan adanya pola yang konsisten. Brave Pink dan Hero Green dikonstruksikan sebagai tanda yang menghubungkan keberanian individu dengan solidaritas kolektif. Perlawanan tidak selalu disampaikan melalui narasi politik yang panjang atau konfrontasi verbal, tetapi dapat diwujudkan melalui slogan, karya seni, foto, warna, emoji, maupun desain visual. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital

bersifat multimodal dan memungkinkan simbol visual menjadi bagian penting dalam produksi wacana sosial.

Konstruksi Makna melalui Kognisi Sosial

Dimensi kedua dalam model Van Dijk adalah kognisi sosial. Dimensi ini menjelaskan bahwa wacana tidak muncul secara netral, tetapi dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, nilai, keyakinan, serta cara aktor sosial memahami suatu peristiwa. Dalam penelitian ini, proses tersebut terlihat dari wawancara dengan Tri Fajar Yusup Widodo sebagai pencetus Brave Pink dan Hero Green.

Berdasarkan hasil wawancara, kemunculan Brave Pink dan Hero Green berawal dari momentum demonstrasi yang sedang berlangsung dan menjadi perhatian publik. Tri menjelaskan bahwa Brave Pink terinspirasi dari warna kerudung seorang perempuan yang berdiri menghadapi aparat dalam situasi demonstrasi, sedangkan Hero Green berkaitan dengan penghormatan terhadap korban yang gugur setelah demonstrasi. Artinya, penciptaan simbol tersebut berangkat dari pengamatan terhadap realitas sosial dan respons emosional terhadap figur serta peristiwa yang dianggap memiliki nilai simbolik.

Pada skema peristiwa, Tri melakukan proses seleksi terhadap realitas sosial. Dari berbagai aspek demonstrasi yang terjadi, terdapat dua elemen yang dipilih dan kemudian dikonstruksikan menjadi simbol, yaitu keberanian figur perempuan dan perjuangan kelompok masyarakat yang menjadi korban. Proses seleksi tersebut menunjukkan bahwa representasi selalu melibatkan sudut pandang tertentu. Realitas tidak dihadirkan secara keseluruhan, melainkan dipilih dan dibingkai berdasarkan nilai yang dianggap penting oleh aktor sosial.

Sementara itu, pada skema diri, Tri memosisikan dirinya sebagai kreator yang memiliki keterlibatan emosional terhadap realitas sosial. Warna pink dimaknai sebagai bentuk keberanian yang tidak biasa karena warna yang secara konvensional sering diasosiasikan dengan kelembutan justru digunakan untuk merepresentasikan keberanian. Warna hijau dimaknai berkaitan dengan perjuangan rakyat kecil. Ketika simbol tersebut digunakan oleh semakin banyak orang, Tri melihat adanya perluasan makna, tetapi tetap mempertahankan makna awal sebagai dasar pembentukannya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses produksi simbol merupakan proses kognitif sekaligus ideologis. Tri tidak hanya menciptakan desain visual, tetapi juga membingkai realitas sosial ke dalam sistem tanda tertentu. Dengan demikian, Brave Pink dan Hero Green pada awalnya merupakan hasil interpretasi subjektif pencetus terhadap suatu peristiwa, kemudian mengalami proses reproduksi dan pemaknaan ulang ketika memasuki ruang digital.

Konteks Sosial dan Relasi Kuasa

Dimensi ketiga adalah konteks sosial yang berkaitan dengan kondisi sosial-politik, ideologi, relasi kuasa, dan akses terhadap ruang komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brave Pink dan Hero Green berkembang dalam konteks ketegangan sosial yang kemudian mendorong munculnya solidaritas digital. Simbol tersebut mengalami perluasan makna dari simbol personal menjadi simbol kolektif yang digunakan untuk menyatakan keberanian dan keberpihakan terhadap kelompok yang dipersepsikan berada pada posisi subordinat.

Wony memaknai Brave Pink dan Hero Green sebagai bentuk perlawanan dari kelompok yang tertindas dan sebagai simbol solidaritas. Sementara itu, Banyu Bening memaknainya sebagai simbol keberanian, solidaritas, serta sikap kritis terhadap situasi sosial yang sedang terjadi. Kedua pemaknaan tersebut memperlihatkan bahwa simbol warna telah berkembang melampaui maksud awal pencetusnya. Makna simbol dibentuk melalui proses penggunaan berulang dan interaksi antarpengguna.

Dalam konteks relasi kuasa, simbol Brave Pink dan Hero Green dipahami sebagai bentuk perlawanan terhadap pemerintah, elite politik, dan sistem yang dianggap tidak merepresentasikan kepentingan rakyat. Dengan demikian, terbentuk konstruksi dikotomis antara “rakyat” dan “penguasa”. Rakyat ditempatkan sebagai kelompok yang memiliki solidaritas, keberanian, dan kepentingan bersama, sedangkan penguasa diposisikan sebagai pihak yang memiliki otoritas dan kekuasaan.

Dari perspektif AWK Van Dijk, konstruksi tersebut memperlihatkan bahwa wacana memiliki hubungan erat dengan kekuasaan. Simbol warna menjadi sarana bagi kelompok masyarakat untuk mengartikulasikan posisi sosial tanpa harus menggunakan bentuk komunikasi konfrontatif. Kekuatan simbol tidak berasal dari otoritas institusional, tetapi dari kemampuan pengguna untuk mereproduksi dan menyebarkannya secara kolektif.

Media sosial X dalam konteks tersebut berfungsi sebagai arena pertarungan wacana. Karakteristik X yang memungkinkan repost, quote, komentar, dan penggunaan tagar membuat simbol dapat direproduksi secara cepat dan luas. Proses reproduksi tersebut kemudian memperkuat legitimasi sosial simbol dan menjadikannya semakin mudah dikenali oleh pengguna. Dengan demikian, akses terhadap ruang digital menjadi faktor penting dalam membangun kekuatan suatu wacana.

Keterkaitan Temuan dengan Teori Representasi Stuart Hall

Temuan penelitian memperlihatkan keterkaitan yang kuat dengan teori representasi Stuart Hall. Hall memandang bahwa makna tidak melekat secara alamiah pada suatu objek atau tanda, tetapi dikonstruksikan melalui bahasa, simbol, dan praktik budaya. Dalam konteks penelitian ini, warna pink dan hijau pada dasarnya tidak memiliki makna perlawanan secara inheren. Makna tersebut terbentuk melalui proses representasi yang berlangsung dalam konteks sosial tertentu.

Brave Pink menunjukkan bagaimana makna suatu warna dapat mengalami perubahan dan reinterpretasi. Pink yang secara umum diasosiasikan dengan kelembutan kemudian direartikulasi sebagai keberanian melalui keterkaitannya dengan figur perempuan yang dianggap berani menghadapi situasi demonstrasi. Begitu pula Hero Green mengalami konstruksi makna sebagai simbol solidaritas, penghormatan, dan perjuangan masyarakat. Dengan demikian, makna warna merupakan hasil dari proses sosial dan diskursif, bukan sifat yang melekat pada warna itu sendiri.

Proses tersebut semakin kuat ketika simbol digunakan secara berulang oleh pengguna media sosial X. Pada awalnya, makna berasal dari pencetus, tetapi ketika simbol digunakan oleh pengguna lain, makna tersebut mengalami negosiasi dan perluasan. Wony dan Bening memberikan pemaknaan yang lebih kolektif dengan menghubungkan warna dengan solidaritas, keberanian, kritik, dan perlawanan terhadap kekuasaan. Hal ini menunjukkan bahwa audiens bukan hanya penerima pasif, tetapi turut memproduksi dan menegosiasikan makna.

Dalam perspektif Hall, proses tersebut memperlihatkan bahwa representasi bersifat dinamis. Makna dapat berubah mengikuti konteks, pengalaman, serta praktik sosial pengguna. Brave Pink dan Hero Green mengalami transformasi dari simbol yang lahir dari interpretasi seorang individu menjadi identitas kolektif yang digunakan oleh berbagai pengguna dalam ruang digital. Penggunaan simbol secara berulang kemudian memperkuat identitas kelompok sekaligus membentuk batas simbolik antara pihak yang mendukung gerakan dan pihak yang menjadi sasaran kritik.

Berdasarkan keseluruhan hasil analisis, Brave Pink dan Hero Green dapat dipahami sebagai bentuk perlawanan simbolik yang dikonstruksikan melalui praktik komunikasi digital. Pada dimensi teks, perlawanan dibangun melalui kombinasi warna, slogan, diksi, tipografi, karya seni, emoji, dan tagar. Pada dimensi kognisi sosial, simbol lahir dari proses interpretasi pencetus terhadap realitas sosial yang kemudian dikembangkan berdasarkan empati dan keberpihakan terhadap kelompok yang dianggap mengalami ketidakadilan. Sementara pada dimensi konteks sosial, simbol memperoleh makna kolektif melalui interaksi pengguna dan berkembang dalam relasi yang memperlihatkan ketegangan antara rakyat dan kekuasaan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perlawanan digital tidak selalu berbentuk aksi langsung atau pernyataan verbal yang eksplisit. Perlawanan dapat berlangsung melalui praktik simbolik yang sederhana, seperti penggunaan warna pada foto profil, karya seni, desain digital, unggahan singkat, maupun tagar. Ketika digunakan secara kolektif dan berulang, simbol tersebut memperoleh kekuatan sosial dan menjadi identitas bersama.

Dengan demikian, media sosial X tidak hanya berfungsi sebagai saluran distribusi pesan, tetapi juga sebagai ruang produksi, reproduksi, dan kontestasi makna. Pengguna dapat mengambil simbol yang telah ada, menggunakannya kembali, memberikan interpretasi baru, dan menyebarkannya kepada jaringan yang lebih luas. Proses tersebut memungkinkan simbol visual berkembang menjadi wacana tandingan terhadap narasi yang dianggap dominan.

Secara teoritis, hasil penelitian memperkuat pandangan Stuart Hall bahwa representasi merupakan proses konstruksi makna melalui sistem tanda. Pada saat yang sama, penggunaan model AWK Van Dijk memperlihatkan bahwa konstruksi tersebut tidak dapat dilepaskan dari kognisi aktor sosial dan konteks kekuasaan yang melatarbelakanginya. Brave Pink dan Hero Green pada akhirnya menunjukkan bahwa warna dapat berubah dari sekadar elemen visual menjadi medium komunikasi ideologis, identitas kolektif, solidaritas, dan resistensi sosial.

Dengan demikian, fenomena Brave Pink dan Hero Green memperlihatkan bahwa ruang digital merupakan arena penting dalam pembentukan wacana perlawanan kontemporer. Kekuatan perlawanan tidak selalu terletak pada banyaknya kata atau argumentasi, tetapi juga pada kemampuan sebuah simbol untuk menciptakan kesamaan persepsi, membangun solidaritas, dan menghubungkan pengalaman individual dengan identitas kolektif. Warna menjadi “bahasa visual” yang memungkinkan masyarakat menyampaikan posisi sosial dan politik secara ringkas, mudah dikenali, serta dapat direproduksi secara luas di ruang digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menunjukkan bahwa Brave Pink dan Hero Green dikonstruksi sebagai simbol perlawanan, solidaritas, dan kritik terhadap ketidakadilan di media sosial X. Berdasarkan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk dan teori representasi Stuart Hall, makna kedua warna tersebut tidak

bersifat alami, tetapi terbentuk melalui strategi visual, narasi, pengalaman sosial, serta interaksi dan reproduksi pengguna di ruang digital. Media sosial X menjadi ruang penting dalam penyebaran dan penguatan makna simbol, sehingga warna dapat berfungsi sebagai medium representasi ideologi, identitas kolektif, dan resistensi simbolik. Saran kepada Pengguna dan kreator media sosial perlu menggunakan simbol visual secara kritis dan bertanggung jawab dengan mempertimbangkan makna, konteks, serta dampak sosialnya. Masyarakat juga perlu memiliki literasi digital agar mampu memahami ideologi dan relasi kuasa yang terdapat di balik berbagai representasi visual. Untuk penelitian selanjutnya, kajian dapat dikembangkan melalui pendekatan semiotika visual atau analisis multimodal, serta memperluas objek penelitian pada platform media sosial dan partisipan yang lebih beragam agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai simbol, ideologi, dan perlawanan di ruang digital.

REFERENSI

- Anita. (2024). *Representasi perempuan dalam media sosial*. Jakarta: Jurnal Komunikasi dan Media.
- Ayuningrum. (2024). *Konstruksi makna dan perlawanan di ruang digital*. Yogyakarta: Pustaka Media.
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1(1), 238–266. Los Angeles: USC Annenberg Press.
- Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hall, S. (1973). *Encoding and decoding in the television discourse*. Birmingham: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Lestari. (2024). *Simbol visual dan pembentukan kategori pemahaman di media digital*. Bandung: Karya Aksara.
- Mukhlis. (2025). *Analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk dalam gerakan sosial digital*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ratnadhita. (2024). Praktik representasi visual pada media sosial. *Jurnal Representamen*, 10(1), 45–58. Jakarta: Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta.
- Ratnadhita, et al. (2025). *Representasi dan ideologi dalam komunikasi massa*. Jakarta: Kencana.
- Rendervoux. (n.d.). *Rendervoux [Profil X]*. X. <https://x.com/rendervoux>
- (2022). *Representasi visual dan relasi kuasa dalam kampanye publik*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Suratman, et al. (2025). *Makna warna dan muatan ideologis dalam komunikasi massa*. Depok: Rajawali Pers.
- Yusuf, & Sobur. (2025). *Metodologi penelitian kualitatif dalam studi komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.