SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah
https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri
Email: sentri@nusantaraglobal.ac.id
DOI: https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5574

Vol. 5, No. 2, February 2026
e-ISSN: 2963-1130
pp. 1296-1309

Analisis Semiotika Charles Morris terhadap Pemaknaan Warna Brave Pink dan Hero Green pada Foto Profil Media Sosial dalam Prahara Agustus 2025

Abdul Aziz[1*], Aditya Dwi Ardiandhini[1], Intan Puspitasari[1], Edison Bonar Tua Hutapea[2]
[1]Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia
[2]Dosen dan Peneliti, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

*Corresponding Author's e-mail: abdul.aziz1@students.paramadina.ac.id

Article History:
Received: January 1, 2026
Revised: February 25, 2026
Accepted: February 27, 2026

Keywords:
Semiotics, Charles Morris, Brave Pink, Hero Green, Digital Solidarity, Visual Communication.

Abstract: *The phenomenon of using the colors Brave Pink and Hero Green in social media profile pictures during the August 2025 public unrest illustrates how visual symbols influence public perception, emotion, and collective action. Initially non-political, these colors gained new meanings through emotionally charged events and widespread digital participation. This study aims to analyze the semiotic meanings of these colors using Charles Morris' semiotic framework, which includes semantic, syntactic, and pragmatic dimensions. This research employs a qualitative approach with semiotic analysis of visual data (profile images, posters, and social media posts) and supporting online media texts. The findings reveal that Brave Pink symbolizes gentle moral courage rooted in empathy, while Hero Green represents solidarity and moral protection for victims of injustice. The relational use of both colors establishes a collective visual code through which the public express's identity, ideological stance, and digital solidarity. Pragmatically, these symbols generate social effects such as online participation, spread of peaceful resistance symbols, and reinforcement of networked solidarity. This study demonstrates that color can function as a dynamic social sign, reshaped and negotiated through digital interaction, influencing collective action in contemporary media environments.*

Copyright © 2026, The Author(s).
This is an open access article under the CC–BY-SA license

How to cite: *Aziz, A., Ardiandhini, A. D., Puspitasari, I., & Hutapea, E. B. T. (2026). Analisis Semiotika Charles Morris terhadap Pemaknaan Warna Brave Pink dan Hero Green pada Foto Profil Media Sosial dalam Prahara Agustus 2025. SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah, 5(2), 1296–1309. https://doi.org/10.55681/sentri.v5i2.5574*

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat memproduksi, menyebarkan, dan menegosiasikan makna sosial. Media sosial tidak lagi berfungsi sebagai ruang berbagi informasi semata, tetapi juga menjadi arena pembentukan simbol, identitas, dan solidaritas berbasis jaringan. Dalam konteks komunikasi visual, warna berfungsi sebagai *cultural signifier* yang membawa nilai sosial, emosi, dan representasi ideologis tertentu (Danesi, 2004). Makna warna terus berkembang sesuai peristiwa sosial dan pengalaman kolektif, sehingga dapat menjadi simbol keberpihakan, dukungan publik, maupun identitas kelompok dalam situasi krisis.

Fenomena yang terjadi pada bulan Agustus 2025 menunjukkan bagaimana simbol visual dapat berkembang secara cepat dalam ruang digital. Dalam penelitian ini, istilah

"Prahara Agustus 2025" digunakan untuk merujuk pada rangkaian demonstrasi, ketegangan publik, dan eskalasi sosial yang terjadi pada periode tersebut, yang memunculkan penggunaan luas dua simbol warna: Brave Pink dan Hero Green. Kedua warna ini menyebar secara masif melalui perubahan foto profil, penggunaan filter visual, poster digital, serta tagar di Instagram, TikTok, dan X.

Warna Brave Pink mulai memperoleh makna simboliknya setelah viralnya aksi seorang warga bernama *Ibu Ana*, yang tampil di garis depan demonstrasi sambil mengenakan pakaian pink. Visual ini memicu resemantisasi warna pink dari kesan kelembutan menjadi representasi keberanian moral yang empatik dan non-konfrontatif. Sementara itu, Hero Green muncul sebagai bentuk solidaritas publik terhadap tragedi yang menimpa Affan Kurniawan, seorang pengemudi ojek daring yang tewas saat kerusuhan meski tidak terlibat aksi. Warna hijau yang identik dengan atribut ojek daring kemudian dimaknai sebagai simbol kesedihan kolektif, perlindungan, dan solidaritas terhadap korban ketidakadilan. Liputan media nasional mempercepat penyebaran kedua simbol ini, memperkuat legitimasi semantik dan emosionalnya di ruang digital.

Penyebaran Brave Pink dan Hero Green secara masif menunjukkan bahwa warna dapat berfungsi sebagai bentuk komunikasi simbolik yang efektif dalam gerakan sosial berbasis jaringan (networked solidarity). Perubahan foto profil yang dilakukan ribuan pengguna menjadi praktik komunikasi performatif yang menandakan keberpihakan moral dan emosi kolektif. Fenomena ini memperlihatkan bahwa simbol visual sederhana dapat menghasilkan kesadaran bersama dan identitas kolektif pada masyarakat yang terhubung melalui platform digital.

Untuk membaca proses pembentukan makna tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka semiotika Charles Morris yang membagi tanda ke dalam tiga dimensi: semantik (hubungan tanda dengan objek), sintaktik (hubungan antar-tanda), dan pragmatik (hubungan tanda dengan pengguna serta efek yang ditimbulkannya). Kerangka ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Brave Pink dan Hero Green dikonstruksi, dinegosiasikan, dan disebarkan sebagai simbol publik dalam konteks Prahara Agustus 2025. Hingga saat ini belum ditemukan penelitian akademik yang secara khusus menganalisis pemaknaan kedua warna tersebut menggunakan kerangka Morris, sehingga studi ini berkontribusi dalam mengisi kekosongan tersebut dengan analisis visual yang komprehensif terhadap salah satu fenomena digital paling berpengaruh di Indonesia tahun 2025.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada pertanyaan mengenai bagaimana makna semiotik warna Brave Pink dan Hero Green yang digunakan pada foto profil media sosial dalam konteks Prahara Agustus 2025, serta bagaimana keduanya direpresentasikan sebagai simbol identitas, narasi perlawanan, dan solidaritas masyarakat. Sejalan dengan rumusan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna kedua warna melalui tiga dimensi semiotika Charles Morris, yaitu semantik, sintaktik, dan pragmatik; menjelaskan representasinya dalam membentuk identitas pengguna serta konstruksi posisi moral dan keberpihakan; mengidentifikasi perannya dalam membangun narasi perlawanan digital sebagai bentuk ekspresi kritik terhadap ketidakadilan; serta menguraikan fungsi simbolik Brave Pink dan Hero Green sebagai penanda solidaritas kolektif yang memperkuat aksi sosial di ruang digital.

LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka pada penelitian ini difokuskan pada teori semiotika Charles Morris dan konsep warna sebagai tanda visual dalam komunikasi. Kedua landasan teoretis ini

digunakan karena penelitian ini menelaah makna simbolik warna Brave Pink dan Hero Green sebagaimana digunakan dalam konteks Prahara Agustus 2025. Oleh karena itu, pembahasan dalam bagian ini diarahkan secara spesifik untuk mendukung analisis tanda visual yang menjadi fokus penelitian.

Semiotika Charles Morris

Teori semiotika Charles Morris merupakan dasar utama dalam memahami bagaimana tanda bekerja dalam proses komunikasi. Morris (1938, dalam Griffin, 2012) membagi kajian semiotika menjadi tiga dimensi utama: semantik, sintaktik, dan pragmatik. Pertama, semantik membahas hubungan antara tanda dan objek atau makna yang diwakilinya. Morris menjelaskan bahwa makna tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui pengalaman sosial (Griffin, 2012). Dalam penelitian ini, dimensi semantik digunakan untuk mengkaji makna denotatif dan konotatif warna Brave Pink dan Hero Green. Makna konotatif tersebut muncul melalui peristiwa dan konteks sosial pada Prahara Agustus 2025, sejalan dengan pandangan Danesi (2004) bahwa tanda visual memperoleh makna melalui proses interpretasi budaya.

Kedua, sintaktik mempelajari relasi antar tanda dalam suatu sistem (Morris dalam Chandler, 2007). Sintaktik membantu melihat konsistensi bentuk visual yang muncul dalam unggahan media sosial, seperti penggunaan warna Brave Pink dan Hero Green bersama filter, foto profil, dan elemen visual lainnya. Pola visual yang berulang menunjukkan bahwa kedua warna tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi bekerja dalam jaringan tanda yang membentuk kode visual kolektif.

Ketiga, pragmatik menekankan hubungan tanda dengan penggunanya serta dampak atau tindakan yang muncul dari penggunaan tanda tersebut. Morris menekankan bahwa tanda harus dilihat berdasarkan efeknya terhadap perilaku sosial (Griffin, 2012). Dalam konteks penelitian ini, pragmatik digunakan untuk memahami mengapa masyarakat mengganti foto profil, membagikan poster, atau menggunakan dua warna tersebut sebagai bentuk ekspresi solidaritas selama Prahara Agustus 2025. Littlejohn dan Foss (2017) menegaskan bahwa tanda visual dapat memengaruhi respons emosional dan tindakan publik ketika digunakan dalam konteks sosial tertentu.

Dengan demikian, teori semiotika Morris menyediakan kerangka yang komprehensif untuk membaca makna warna Brave Pink dan Hero Green dari sisi makna, struktur visual, dan efek sosialnya.

Warna sebagai Tanda Visual dalam Komunikasi

Dalam komunikasi visual, warna dianggap sebagai tanda (sign) karena mampu menyampaikan makna dan nilai tertentu kepada audiens. Danesi (2004) menjelaskan bahwa warna merupakan *cultural signifier* yang maknanya dibentuk oleh pengalaman dan konstruksi sosial. Artinya, warna tidak hanya memiliki arti biologis, tetapi juga nilai simbolik yang berkembang dalam suatu masyarakat.

Selain itu, Chandler (2007) menyatakan bahwa warna dapat mengalami proses pemaknaan ulang (re-signification) ketika muncul dalam konteks sosial yang berbeda. Hal ini sejalan dengan konteks penelitian, di mana warna pink yang sebelumnya diasosiasikan dengan kelembutan, kemudian memperoleh makna baru sebagai simbol keberanian moral setelah peristiwa yang melibatkan Ibu Ana pada Prahara Agustus 2025. Begitu pula warna hijau yang identik dengan identitas ojek daring, berubah menjadi simbol solidaritas dan duka setelah tragedi yang menimpa Affan Kurniawan.

Dalam perspektif komunikasi visual, warna dipahami sebagai elemen yang tidak bersifat netral. Eriyanto (2019) menjelaskan bahwa warna dapat membangun *framing* tertentu dalam penyampaian pesan visual. Karena itu, penggunaan Brave Pink dan Hero Green dalam unggahan digital dipahami sebagai upaya membentuk pesan moral dan emosional yang ingin dikomunikasikan publik selama peristiwa tersebut.

Relevansi Tinjauan Pustaka dengan Penelitian

Pemilihan teori semiotika Morris dan konsep warna sebagai tanda visual sangat relevan dengan tujuan penelitian ini. Teori Morris menawarkan tiga dimensi analisis (semantik, sintaktik, pragmatik) yang mampu menguraikan:

1. Makna warna Brave Pink dan Hero Green (semantik)
2. Relasi warna dengan elemen visual lain (sintaktik)
3. Dampak sosial dan simbolik penggunaan warna (pragmatik)

Sementara itu, konsep warna sebagai tanda visual mendukung pemahaman tentang bagaimana warna dapat berubah makna berdasarkan konteks sosial (Danesi, 2004; Chandler, 2007).

Tinjauan pustaka ini memastikan bahwa analisis penelitian tetap fokus pada dua kerangka teori inti tanpa melibatkan teori tambahan lain, sehingga tetap konsisten dengan arah penelitian.

Penelitian mengenai penggunaan warna sebagai tanda visual dalam konteks komunikasi digital telah banyak dilakukan, namun masih menunjukkan beberapa keterbatasan penting. Studi Danesi (2004) dan Chandler (2007) menegaskan bahwa warna merupakan *cultural signifier* yang maknanya dibentuk oleh konteks sosial dan budaya, tetapi kedua studi tersebut belum menyoroti bagaimana makna warna dapat berubah secara cepat dalam situasi krisis sosial yang dipicu media digital. Penelitian Eriyanto (2019) menekankan fungsi warna dalam membentuk *framing* visual, namun fokus utamanya berada pada visual media konvensional, bukan pada simbol solidaritas digital yang berkembang secara organik di media sosial.

Penelitian mengenai simbol visual dalam gerakan sosial digital juga telah dilakukan oleh Jenkins dkk. (2016) melalui konsep *spreadable media*, yang menekankan bagaimana tanda menyebar melalui partisipasi pengguna. Meski demikian, penelitian tersebut belum mengkaji bagaimana warna tertentu dapat menjadi "kode moral" kolektif yang lahir dari peristiwa lokal. Sementara itu, penelitian semiotika Morris telah diterapkan dalam beberapa kajian komunikasi visual (Irmayanti, 2014; Yuliana, 2021), tetapi konteksnya masih berkisar pada iklan, banner, dan representasi gender, bukan pada analisis warna dalam fenomena solidaritas digital.

Hingga kini belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengkaji pemaknaan warna Brave Pink dan Hero Green dalam fenomena Prahara Agustus 2025 menggunakan kerangka semiotika Charles Morris. Padahal, kedua warna tersebut menyebar luas sebagai simbol keberanian moral dan solidaritas publik di media sosial Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana warna bekerja sebagai tanda visual yang membangun makna, struktur simbolik, dan dampak sosial dalam konteks gerakan digital kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Charles Morris yang bertujuan memahami makna tanda visual berupa warna Brave Pink

dan Hero Green dalam konteks fenomena sosial Prahara Agustus 2025. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses pemaknaan, interpretasi simbol, serta respons sosial yang muncul dari penggunaan warna tersebut di ruang digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali secara mendalam konteks sosial dan dinamika makna yang berkembang pascakejadian.

Pengumpulan data dilakukan pada periode 20 September hingga 15 Oktober 2025, yaitu setelah momentum utama penyebaran simbol Brave Pink dan Hero Green. Periode ini dipilih agar peneliti dapat mengamati pola visual yang sudah stabil serta narasi publik yang terbentuk setelah peristiwa puncak terjadi.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain interpretatif–kualitatif untuk memahami *meaning-making* atas simbol visual. Analisis semiotika Morris dipilih untuk mengurai makna Brave Pink dan Hero Green dari sisi semantik, sintaktik, dan pragmatik. Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis dan eksploratif mengingat simbol tersebut merupakan fenomena sosial yang baru muncul.

Objek dan Unit Analisis

Objek penelitian mencakup penggunaan warna Brave Pink dan Hero Green pada foto profil dan konten visual di media sosial. Unit analisis mencakup:

- Foto profil media sosial
  Dari Instagram, TikTok, dan X (Twitter) yang memakai latar atau filter Brave Pink dan Hero Green.
- Konten visual digital
  Poster, ilustrasi, template, dan desain grafis buatan pengguna.
- Teks pendukung
  Caption, komentar, dan tagar yang terkait dengan simbol warna.
- Pemberitaan media daring
  Artikel dari Kompas, CNN Indonesia, Detik, Tempo, dan Antara.

Untuk memperkuat ketelitian data, penelitian ini menganalisis sekitar 120 konten digital, terdiri atas 65 foto profil, 28 poster/ilustrasi, dan 27 teks pendukung. Data dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria:

- Konten menggunakan Brave Pink atau Hero Green,
- Dipublikasikan pada periode Agustus–September 2025,
- Memperoleh interaksi publik.

Teknik Pengumpulan Data

Tiga teknik utama digunakan:

a. Observasi Digital
   Dilakukan secara non-partisipatif pada Instagram, TikTok, dan X (Twitter) selama 20 September–15 Oktober 2025 untuk mengidentifikasi pola visual dan narasi publik pascaperistiwa.
b. Dokumentasi Media Daring
   Pengumpulan berita relevan mengenai:
   - Prahara Agustus 2025
   - Aksi Ibu Ana (Kompas, CNN Indonesia, Liputan6)

- Tragedi Affan Kurniawan (Tempo, Detik, Antara)
- Perkembangan simbol Brave Pink & Hero Green

c. Studi Literatur
Menggunakan buku dan jurnal ilmiah untuk memperkuat kerangka teori semiotika, warna sebagai tanda budaya, komunikasi visual, dan solidaritas digital.

Teknik Analisis Data (Semiotika Morris)

Penelitian ini menggunakan Analisis Semiotika Charles Morris yang diterapkan secara kualitatif-interpretatif. Analisis data dilakukan secara bertahap untuk mengoperasionalkan tiga dimensi semiotika Morris pada 120 konten visual (foto profil dan poster) yang telah dikumpulkan.

Proses analisis dibagi menjadi tiga tahapan inti:

Tahap Deskripsi dan Pengodean Data

1. Deskripsi Konten, Seluruh 120 konten visual dikategorikan berdasarkan warna dominan (Brave Pink atau Hero Green) dan jenis tanda pendukung yang menyertainya (tagar, emoji, atau teks singkat).
2. Reduksi Tanda, Setiap konten diurai menjadi unit tanda visual terkecil untuk diidentifikasi relasi dan konteksnya.

Tahap Interpretasi Tiga Dimensi Morris

Data visual kemudian diinterpretasi secara mendalam dengan membandingkan tanda, objek, dan pengguna:

1. Semantik, Menganalisis hubungan tanda dengan objek. Interpretasi difokuskan pada peristiwa atau figur aktual (referen) yang memicu pemaknaan baru pada Brave Pink (keberanian moral, Ibu Ana) dan Hero Green (solidaritas, tragedi Affan Kurniawan).
2. Sintaktik, Menganalisis hubungan antar-tanda. Interpretasi difokuskan pada pola visual kolektif yang dibentuk oleh keseragaman penggunaan *filter* dan tagar. Tujuannya adalah mengidentifikasi kode visual yang menjadi "tata bahasa" baru dalam gerakan digital.
3. Pragmatik, Menganalisis hubungan tanda dengan pengguna. Interpretasi difokuskan pada fungsi dan implikasi penggunaan tanda (warna) tersebut oleh khalayak (mengapa pengguna memilih tanda itu) terhadap solidaritas digital dan respons publik.

Tahap Kesimpulan dan Verifikasi

Temuan dari ketiga dimensi di atas diverifikasi kembali dengan data pendukung (pemberitaan media daring) untuk membangun argumen yang konsisten dan menyajikan hasil interpretasi secara terstruktur dalam bagian Hasil dan Pembahasan.

Keabsahan Data

Keabsahan dijamin melalui:

- Triangulasi sumber (media sosial, media massa, literatur)
- Triangulasi teori
- Analisis berulang untuk memeriksa konsistensi makna

Prosedur Penelitian

1. Mengidentifikasi fenomena simbol Brave Pink & Hero Green
2. Mengumpulkan konten visual dan teks pendukung selama 20 Sept–15 Okt 2025
3. Mengelompokkan data berdasarkan tema visual
4. Menganalisis makna dengan tiga dimensi semiotik

5. Menafsirkan hasil
6. Menyusun pembahasan dan laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

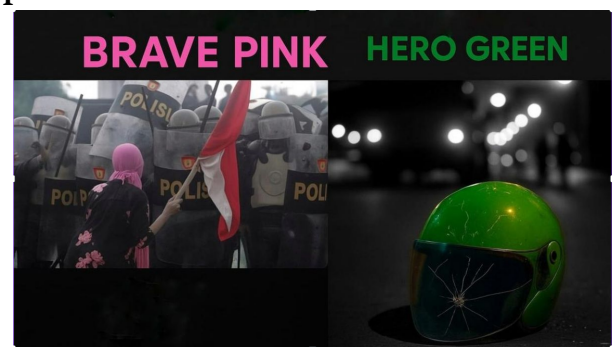
Fenomena penggunaan warna Brave Pink dan Hero Green dalam prahara Agustus 2025 menunjukkan bagaimana warna dapat berperan sebagai simbol sosial yang sarat makna emosional, ideologis, dan politis. Dalam konteks komunikasi visual di media sosial, warna tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi medium penyampai pesan yang mampu bergerak jauh lebih cepat daripada narasi verbal. Kedua warna ini muncul sebagai representasi spontan dari kemarahan moral publik, menjadi shortcut visual yang memungkinkan masyarakat menunjukkan posisi sosial dan sikap mereka hanya melalui perubahan foto profil. Dengan demikian, warna berubah menjadi bentuk pernyataan publik, suatu deklarasi identitas yang mudah ditangkap dalam ekosistem komunikasi digital yang sangat visual.

Warna Brave Pink dan Hero Green juga bekerja sebagai mekanisme pembentuk identitas kolektif. Dalam kerangka semiotika Charles Morris, kedua warna ini memperoleh maknanya melalui hubungan antara tanda, penggunanya, dan efek sosial yang ditimbulkannya. Brave Pink menjadi tanda yang memunculkan respons berupa keberanian moral dan rasa dukungan terhadap tindakan warga biasa yang tampil di garis depan. Sementara itu, Hero Green menimbulkan efek solidaritas dan kedekatan emosional dengan kelompok masyarakat pekerja yang terdampak langsung oleh peristiwa tersebut.

Ketika dua warna ini digunakan secara serempak di ruang digital, keduanya membentuk pola komunikasi yang menghasilkan rasa kebersamaan dan keterhubungan antarindividu. Pada tahap ini, warna tidak lagi dipahami sebagai elemen visual semata, melainkan sebagai tindakan simbolik yang mempersatukan respons sosial publik. Dengan demikian, Brave Pink dan Hero Green berfungsi sebagai tanda yang membangun identitas sosial baru yang lahir dari pengalaman kolektif dan partisipasi bersama dalam konteks Prahara Agustus 2025.

Melalui perspektif semiotika Morris, fenomena ini juga memperlihatkan bagaimana dimensi sintaktik, semantik, dan pragmatik bekerja secara bersamaan dalam ruang digital.

Makna Semantik: Representasi Keberanian dan Solidaritas



Gambar 1. Representasi Awal (Signifier) Brave Pink dan Hero Green dalam Narasi Publik Prahara Agustus 2025
Sumber: Detikcom (dikutip dari artikel *"Ini 2 Sosok Inspirasi di Balik Tren Brave Pink-Hero Green yang Lagi Viral"*, 2025).

Dalam kerangka semantik Morris, tanda dipahami melalui hubungan antara tanda dan objek yang diwakilinya. Pada konteks fenomena Prahara Agustus 2025, kedua warna ini memiliki makna yang berkembang dari pengalaman publik dan narasi media. Representasi visual awal yang menjadi referen (objek) bagi Brave Pink dan Hero Green, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, menjadi titik awal proses pembentukan makna semantik ini. Proses ini bermula dari pelekatannya pada dua peristiwa simbolik utama.

Secara denotatif, warna pink tidak memiliki karakter yang berkaitan dengan daya perjuangan. Namun, dalam konteks Prahara Agustus 2025, warna ini melekat pada figur "Ibu Ana", sosok perempuan yang berdiri di barisan depan demonstrasi tanpa rasa takut. Peristiwa simbolik ini membangkitkan konotasi baru bagi warna tersebut: keberanian yang lahir dari empati, moralitas, dan komitmen terhadap kemanusiaan.

Dalam kerangka Danesi (2004), warna dipahami tidak hanya sebagai sensasi visual, tetapi sebagai cultural signifier yang maknanya dibentuk komunitas. Karena itulah, Brave Pink kemudian dimaknai sebagai bentuk keberanian yang lembut, non-konfrontatif, tetapi sangat kuat secara moral. Makna inilah yang menjadi "referen baru" warna pink bagi publik yang menggunakannya di foto profil. Sementara itu, Hero Green memperoleh makna simboliknya melalui tragedi menimpa Affan Kurniawan, seorang pengemudi ojek daring yang tewas saat kerusuhan meski tidak ikut aksi. Peristiwa ini menggugah simpati publik dan membentuk asosiasi baru bahwa warna hijau melambangkan perlindungan, jiwa penyelamatan, keteguhan moral, serta solidaritas terhadap korban ketidakadilan.

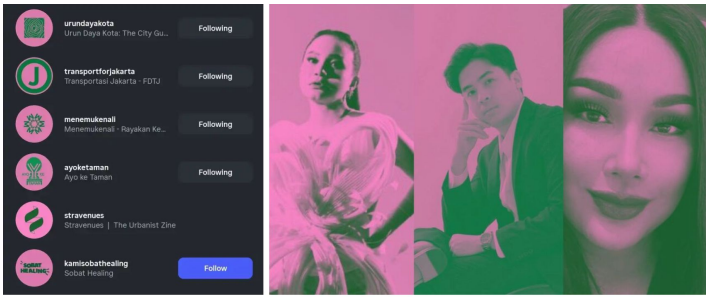
Chandler (2007) menyebut fenomena ini sebagai *motivated signification*, yaitu ketika tanda dimaknai berdasarkan peristiwa emosional yang melingkupinya. Dalam hal ini, Hero Green tidak sekadar warna, tetapi menjadi representasi nilai kemanusiaan dan rasa kehilangan kolektif. Selanjutnya berbagai media nasional seperti CNN, Kompas, Tempo, dan Detik memperkuat konotasi Brave Pink dan Hero Green sebagai simbol gerakan sosial. Liputan media berperan sebagai amplifier makna sehingga mempercepat proses kodifikasi publik. Penguatan makna ini menegaskan apa yang dikemukakan Littlejohn dan Foss (2017) bahwa tanda memperoleh legitimasi sosial ketika didistribusikan melalui kanal komunikasi massal.

Lebih jauh lagi, makna semantik kedua warna ini juga berkembang melalui proses *collective meaning negotiation*, yaitu ketika publik saling menegosiasikan makna Brave Pink dan Hero Green melalui komentar, unggahan ulang, dan diskusi digital. Dalam ekosistem media sosial, makna tidak bersifat statis, tetapi terus bergerak mengikuti dinamika emosi dan narasi yang beredar. Dalam konteks ini, Brave Pink semakin dimaknai sebagai simbol keberanian moral yang dimiliki siapapun, bukan hanya sosok tertentu; sementara Hero Green berkembang menjadi tanda penghormatan serta pengakuan atas ketidakadilan yang dialami korban sipil. Mekanisme negosiasi makna ini sejalan dengan konsep Barthes mengenai mitos, yaitu ketika sebuah tanda mengalami pelebaran makna hingga membentuk narasi simbolik baru yang dipercaya kolektif. Dengan kata lain, kedua warna ini tidak lagi sekadar representasi individu, tetapi telah menjadi mitos sosial yang melekat pada pengalaman bersama masyarakat Indonesia selama krisis tersebut.

Selain itu, makna semantik Brave Pink dan Hero Green semakin menguat melalui proses repetisi simbolik yang muncul di berbagai ruang digital. Ribuan unggahan, poster, ilustrasi, video pendek, hingga merchandise digital seperti stiker dan filter Instagram membuat kedua warna ini menjadi bagian dari visual repertoire masyarakat. Repetisi inilah yang menyebabkan terjadinya *semantic sedimentation*, yaitu proses mengendapnya makna secara bertahap dalam ingatan kolektif. Setiap kali warna-warna tersebut muncul,

publik secara otomatis menghubungkannya dengan keberanian, solidaritas, dan kemanusiaan. Pada titik ini, Brave Pink dan Hero Green telah melampaui fungsi simbolik awalnya dan berubah menjadi tanda yang memiliki stabilitas makna tinggi. Fenomena ini menunjukkan bahwa kekuatan makna dalam komunikasi visual tidak hanya bergantung pada simbol itu sendiri, tetapi juga pada keterlibatan publik dalam memperkuat dan mendistribusikannya.

Makna Sintaktik: Relasi Tanda dan Pembentukan Kode Visual Kolektif



Gambar 2. Pola Visual Kolektif Brave Pink dan Hero Green pada Foto Profil Media Sosial
Sumber: Tugu Jatim (Diadaptasi dan diolah dari artikel *"Apa Itu Brave Pink & Hero Green Foto Profil Pink Hijau?",* 2025).

Jika dimensi semantik membahas relasi tanda dengan objek, maka dimensi sintaktik berfokus pada relasi tanda dengan tanda lainnya (Morris, 2007). Dalam konteks media sosial, dimensi ini terwujud melalui keseragaman dalam pemanfaatan tanda oleh audiens kolektif. Seperti yang divisualisasikan pada Gambar 4.2, pengulangan masif penggunaan filter Brave Pink dan Hero Green pada foto profil media sosial telah membentuk sebuah kode visual kolektif. Kode ini berfungsi sebagai "tata bahasa visual" baru, memungkinkan audiens untuk mengomunikasikan identitas ideologis mereka secara instan dan tanpa teks panjang. Dimensi sintaktik Morris menjelaskan bagaimana tanda memperoleh makna melalui hubungannya dengan tanda lain dalam satu sistem. Dalam kasus ini, Brave Pink dan Hero Green tidak bekerja secara terpisah, melainkan sebagai pola visual bersama, kode solidaritas dan identitas gerakan digital. Ketika ribuan pengguna media sosial mengganti foto profil mereka menggunakan dua warna ini, terbentuklah sebuah kode visual yang langsung dikenali publik sebagai simbol dukungan terhadap gerakan sosial pada Agustus 2025.

Sejalan dengan Griffin (2012), tanda menjadi bermakna ketika ia “dipakai berulang” dalam satu ekosistem sosial sehingga membentuk pola. Penggunaan masif kedua warna ini menciptakan pola warna seragam pada foto profil, asosiasi visual otomatis antara warna dan perlawanan damai serta kesadaran kolektif bahwa pengguna bagian dari aksi moral publik. Beberapa pengguna menambahkan elemen pendukung seperti, Tagar gerakan (#BravePink, #HeroGreen), Emoji tangan mengepal atau hati, Teks pendek seperti “We Stand With Humanity”. Relasi antar-tanda ini menciptakan struktur sintaktik yang memperkuat pesan. Mengikuti konsep kode Chandler (2007), Brave Pink dan Hero Green menjadi bagian dari sistem tanda yang lebih luas: sebuah visual grammar gerakan sosial digital.

Ketika penggunaan warna dilakukan oleh berbagai kelompok seperti mahasiswa, pekerja, ibu rumah tangga, dan kreator TikTok, maka struktur visualnya menjadi seragam

(patterned), dikenali (recognizable) dan terlegitimasi (socially validated). Artinya, sintaks visual Brave Pink dan Hero Green menjadi tata bahasa sosial baru yang memungkinkan publik menampilkan posisi ideologisnya hanya dengan satu tanda. Fenomena ini juga menunjukkan bagaimana relasi sintaktik mampu menggerakkan efek sosial yang lebih luas melalui sistem tanda yang tampak sederhana (Ayuningtyas et al., 2026). Ketika dua warna tersebut hadir secara konsisten dalam berbagai bentuk konten digital mulai dari foto profil, poster buatan pengguna, stories Instagram, hingga video kreatif TikTok maka struktur sintaktiknya semakin stabil dan berulang. Stabilitas ini menciptakan apa yang disebut Jenkins et al. (2016) sebagai *spreadable symbols*, yakni tanda-tanda yang mudah disebarkan, diadaptasi, dan direplikasi oleh berbagai individu dalam konteks berbeda tanpa kehilangan makna dasarnya. Dengan demikian, sintaks visual Brave Pink dan Hero Green bukan hanya membangun identitas gerakan, tetapi juga memungkinkan gerakan itu meluas, menyebar, dan bertahan melalui efisiensi kode visual yang sederhana, dapat disalin, dan tidak memerlukan literasi tinggi untuk dipahami (Kamal Akhmad, 2025).

Selain itu, kekuatan sintaktik dua warna ini memperlihatkan bagaimana masyarakat digital menciptakan mekanisme negosiasi makna secara kolektif. Ketika pengguna memilih Brave Pink atau Hero Green sebagai identitas visual, mereka tidak hanya mengikuti tren, tetapi ikut serta dalam proses pembentukan makna bersama melalui relasi tanda yang mereka produksi dan reproduksi. Di sinilah dimensi sintaktik Morris berpadu dengan praktik komunikasi digital kontemporer: makna tidak berasal dari satu individu, tetapi dari pola hubungan antar-tanda yang dibangun secara horizontal oleh ribuan pengguna. Keberulangan pola, keseragaman visual, dan kesediaan publik untuk mengadopsi warna tersebut menunjukkan bahwa sintaks visual ini telah menjadi bahasa moral bersama, suatu cara bagi masyarakat untuk menegaskan nilai, posisi, dan solidaritas tanpa perlu narasi panjang. Dengan demikian, Brave Pink dan Hero Green menghadirkan bukti konkret bagaimana tanda-tanda visual dapat membentuk struktur sosial dan memperkuat tindakan kolektif dalam era komunikasi jaringan.

Makna Pragmatik: Dampak Sosial, Psikologis, dan Perilaku Kolektif

Gambar 3. Manifestasi Resistensi Visual dan Solidaritas Kolektif dalam Prahara Agustus 2025 melalui Warna Brave Pink dan Hero Green
Sumber: Dokumentasi media daring dan media sosial terkait Prahara Agustus 2025, diolah penulis.

Gambar 3 menghadirkan konteks visual dari fenomena Prahara Agustus 2025 yang menjadi fokus pembahasan pada bagian ini. Representasi aksi publik, poster, dan ekspresi

visual dalam gambar tersebut berfungsi sebagai gambaran awal mengenai bagaimana tanda visual bekerja dalam memengaruhi sikap, emosi, dan kecenderungan tindakan masyarakat di ruang publik. Dimensi pragmatik dalam semiotika Morris fokus pada efek tanda terhadap perilaku manusia. Inilah aspek yang paling tampak dalam fenomena Prahara Agustus 2025. Penggantian warna foto profil bukan sekadar tindakan estetika, melainkan tindakan komunikatif. Littlejohn dan Foss (2017) menyebut tindakan ini sebagai *performative signaling*, yaitu tanda visual yang memicu rasa keberpihakan moral, rasa keterhubungan emosional dan partisipasi aksi walau tidak hadir fisik di jalanan.

Kemudian penggunaan Brave Pink menumbuhkan rasa "bersama dalam keberanian", sedangkan Hero Green memunculkan rasa "bersama dalam kehilangan dan solidaritas". Warna-warna ini berfungsi sebagaimana dijelaskan psikologi warna memengaruhi emosi dan keputusan (Eriyanto, 2019).Lalu untuk penggunaan warna yang luas menciptakan normalisasi resistensi visual, bentuk protes yang aman dan inklusif dan cara baru masyarakat menyatakan sikap tanpa konfrontasi langsung. Dengan kata lain, Brave Pink dan Hero Green berhasil mengubah tindakan kecil (mengganti foto profil) menjadi bagian dari aksi publik yang lebih besar. Morris menegaskan bahwa tanda dapat menghasilkan kesalahpahaman. Dalam fenomena ini, risiko tersebut mencakup pemaknaan politis yang berlebihan, tuduhan keberpihakan tertentu serta manipulasi oleh pihak yang ingin membelokkan narasi (Aryanti, 2025).

Namun, risiko ini justru menunjukkan bahwa tanda telah hidup dalam ruang publik dan menghasilkan konsekuensi sosial. Dalam kerangka pragmatik Morris, penggunaan Brave Pink dan Hero Green menunjukkan bagaimana tanda dapat membentuk kecenderungan tindakan sosial. Ketika kedua warna ini dipakai secara luas, tanda tersebut tidak lagi dipahami sebagai ekspresi individual, tetapi berubah menjadi perilaku simbolik yang dianggap wajar dalam komunitas digital. Situasi ini membuat tindakan mengganti foto profil bukan lagi sekadar pilihan estetis, melainkan respons moral yang muncul dari interaksi sosial (Hutasuhut et al., 2025).

Fenomena ini juga memperlihatkan bagaimana tanda yang beredar masif mampu menciptakan tekanan sosial positif. Banyak pengguna merasa terdorong berpartisipasi karena melihat orang lain melakukan tindakan serupa, sehingga partisipasi simbolik menjadi bagian dari solidaritas kolektif. Dengan demikian, Brave Pink dan Hero Green tidak hanya memengaruhi emosi, tetapi juga menggerakkan perilaku publik secara bersama-sama. Melalui perspektif Morris, kedua warna ini berfungsi sebagai pemicu aksi sosial yang memperkuat rasa keterhubungan, empati, dan kesadaran kolektif terhadap isu kemanusiaan.

Representasi Identitas, Narasi Perlawanan, dan Solidaritas Publik

Brave Pink dan Hero Green menjadi cara bagi publik untuk menunjukkan keberanian, solidaritas, empati, serta keberpihakan pada nilai-nilai kemanusiaan melalui ekspresi visual di ruang digital.

Identitas kolektif tersebut dibangun melalui satu elemen visual yang sederhana namun sarat makna, di mana Brave Pink merepresentasikan keberanian moral, sementara Hero Green melambangkan solidaritas dan upaya penyelamatan. Keduanya membentuk narasi perlawanan damai (peaceful resistance) yang diperkuat oleh media sosial sebagai ruang advokasi publik.

Fenomena ini menjadi bukti bahwa masyarakat Indonesia kini membentuk solidaritas digital secara horizontal, tidak terpusat, tanpa struktur komando, serta berbasis pada emosi kolektif.

Pada media digital, ruang komunikasi yang terbuka dan partisipatif memungkinkan makna simbolik seperti Brave Pink dan Hero Green berkembang secara cepat dan luas. Media sosial menjadi arena baru untuk produksi dan negosiasi makna di mana pengguna berperan aktif sebagai kreator sekaligus penyebar pesan. Setiap unggahan, foto profil, dan tagar menjadi bagian dari ekosistem komunikasi yang memperkuat identitas bersama. Proses ini memperlihatkan bahwa pembentukan makna sosial tidak lagi bersifat *top-down* dari media arus utama, tetapi bersifat horizontal dan partisipatif. Fenomena ini menunjukkan pergeseran dari komunikasi massa konvensional menuju komunikasi digital kolaboratif, di mana masyarakat membangun makna kolektif melalui simbol visual yang sederhana namun kuat.

Pembentukan identitas melalui Brave Pink dan Hero Green memperlihatkan apa yang disebut Jenkins et al. (2016) sebagai *spreadable meaning*, yaitu makna yang menyebar karena publik secara aktif memproduksi, mengadaptasi, dan mengedarkan simbol tersebut. Identitas kolektif tidak hanya tercermin dari penggunaannya sebagai foto profil, tetapi juga dari munculnya karya ilustrasi, poster digital, template Instagram, hingga video pendek yang memanfaatkan kedua warna tersebut. Setiap adaptasi ini memperkaya narasi sosial yang berkembang, sehingga identitas publik tidak lagi dipusatkan pada figur atau organisasi tertentu, tetapi pada simbol visual yang disepakati bersama. Proses ini menandakan bahwa solidaritas digital Indonesia memasuki fase *participatory identity building*, di mana publik membangun jati diri kolektif melalui kontribusi visual yang terdistribusi secara luas dan egaliter.

Selain itu, dari perspektif semiotika budaya Danesi (2004), penggunaan Brave Pink dan Hero Green menunjukkan bagaimana masyarakat menciptakan "ritus digital" baru sebagai bentuk partisipasi sosial. Setiap kali seseorang mengganti foto profil, mengunggah poster, atau memakai tagar tertentu, tindakan tersebut berfungsi layaknya ritual modern yang memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas moral. Dalam konteks ini, kedua warna tersebut menjadi *symbolic anchors* yang meneguhkan narasi bahwa publik berdiri di sisi kemanusiaan. Fenomena ini sekaligus menegaskan gagasan Littlejohn & Foss (2017) bahwa identitas sosial pada era digital tidak hanya dibentuk melalui bahasa verbal, tetapi juga melalui praktik simbolik yang repetitif dan diinternalisasi bersama. Dengan demikian, Brave Pink dan Hero Green tidak hanya menciptakan solidaritas sesaat, tetapi membangun tatanan identitas publik yang menggabungkan moralitas, emosi kolektif, dan ekspresi visual sebagai kekuatan utama dalam gerakan sosial kontemporer.

KESIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa warna Brave Pink dan Hero Green memiliki fungsi penting sebagai tanda visual yang mewakili sikap moral dan solidaritas masyarakat selama Prahara Agustus 2025. Melalui analisis semiotika Charles Morris, kedua warna tersebut terbukti tidak hanya berperan sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai simbol yang mengandung makna emosional dan sosial. Brave Pink membangun citra keberanian moral yang lembut, sementara Hero Green mencerminkan solidaritas dan empati terhadap korban. Penggunaan kedua warna ini secara luas di media sosial membentuk pola visual yang konsisten dan menciptakan kode sosial yang mudah dikenali publik.

Selain itu, fenomena ini memperlihatkan bagaimana komunikasi visual mampu memfasilitasi terbentuknya solidaritas digital yang bersifat spontan dan horizontal. Tindakan sederhana seperti mengganti foto profil atau membagikan poster berwarna Brave Pink dan Hero Green menjadi bentuk partisipasi publik yang bermakna dalam menyampaikan dukungan dan keberpihakan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa simbol visual memiliki kekuatan untuk mempengaruhi persepsi kolektif dan menciptakan ruang ekspresi sosial dalam konteks krisis. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian dengan pendekatan lain untuk memperkaya pemahaman mengenai peran simbol visual dalam dinamika komunikasi digital.

Implikasi Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian semiotika visual dalam konteks aktivisme digital Indonesia, khususnya mengenai bagaimana simbol warna membentuk makna dan identitas di ruang media sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk memahami bagaimana simbol visual memengaruhi opini publik dan membentuk solidaritas digital dalam situasi krisis sosial. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek dengan membandingkan penggunaan warna dalam gerakan sosial lain atau menerapkan pendekatan multimodal untuk menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

Aryanti, Melinda Putri. "SIMBOLISME BRAVE PINK DAN HERO GREEN DALAM GERAKAN POLITIK MASYARAKAT INDONESIA." *Journal Media Public Relations*, vol. 5, no. 2, Dec. 2025.

Ayuningtyas, W. E. P., 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. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *5*(1), 770–789. https://doi.org/10.55681/sentri.v5i1.5625

Chandler, D. (2007). *Semiotics: The Basics*. 2nd Ed. Routledge.

Danesi, M. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*. 3rd Ed. Canadian Scholars' Press.

Detikcom. (2025). *Ini 2 Sosok Inspirasi di Balik Tren Brave Pink-Hero Green yang Lagi Viral*. Detikcom. Diakses dari https://www.detik.com/jabar/berita/d-8094405/ini-2-sosok-inspirasi-di-balik-tren-brave-pink-hero-green-yang-lagi-viral pada 28 September 2025.

Eriyanto. (2019). *Metode Komunikasi Visual*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. 8th Ed. McGraw-Hill.

Hutasuhut, A. M., Adinda, K., & Khairunnisa, R. (2025). Konstruksi makna fashion warna sage green sebagai bagian dari komunikasi identitas (Studi fenomenologi pada wanita di Jakarta). *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development, 7*(6), 4365–4382. https://doi.org/10.38035/rrj.v7i6.1780

Irmayanti. (2014). *Analisis dengan Menggunakan Semiotika Charles Morris*. *Jurnal Komunikasi dan Media Indonesia*. Universitas Indonesia. Diakses dari https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1091

Jenkins, H., dkk. (2016). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. NYU Press.

Kamal Akhmad, S., & Saridewi, D. (2025). Simbolisme #bravepink dan #herogreen dalam Kerangka COLOR-BASED ACTIVISM di Era Media Sosial. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *9*(2), 325-344. https://doi.org/10.58518/alamtara.v9i2.4307

Kriyantono, Rachmat. (2024). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.

Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2017). *Theories of Human Communication.* 11th Ed. Waveland Press.

Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.

Tugu Jatim. (2025). *Apa Itu Brave Pink & Hero Green Foto Profil Pink Hijau?*. Tugujatim.id. Diakses dari https://tugujatim.id/apa-itu-brave-pink-hero-green-foto-profil-pink-hijau/ pada 28 September 2025.

Yuliana, D. (2021). *Analisis Semiotika Banner Iklan Inovasi Layanan Perpustakaan Kota Yogyakarta terhadap Representasi Perempuan*. Pustaka Budaya, 7(2). https://doi.org/10.31849/pb.v7i2.3702