

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Peneliti tidak hanya menggunakan teori dan konsep sebagai acuan dalam penelitiannya, tetapi juga merujuk pada hasil penelitian terdahulu sebagai sumber referensi pendukung. Terdapat enam penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini. Seluruh penelitian tersebut telah terpublikasi di jurnal terakreditasi dan terindeks dalam basis data bereputasi, yaitu Sinta dan Scopus, sehingga relevan dan kredibel sebagai landasan penelitian ini. Peneliti juga menelusuri artikel dari jurnal yang diterbitkan oleh penerbit terakreditasi, seperti Atlantis Press, SAGE Journals, Taylor & Francis, serta beberapa penerbit lokal dari portal jurnal perguruan tinggi terkemuka di Indonesia. Selain itu, peneliti juga menggunakan buku-buku terbitan 10 tahun terakhir untuk memperkuat landasan teoritis dan memperdalam konteks pembahasan penelitian.

Terdapat persamaan dan perbedaan dari enam penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti untuk menemukan jawaban dari pertanyaan penelitian. Persamaan yang ditemukan terletak pada topik besar yang dikaji, yaitu aktivitas digital atau gerakan sosial digital, penggunaan teori Bennett & Segerberg mengenai *connective action*, serta penggunaan pendekatan kualitatif. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada pola partisipasi digital, strategi komunikasi, penyebaran pesan, maupun peran media sosial dalam memobilisasi gerakan. Kajian-kajian tersebut cenderung menjelaskan fenomena dari aspek perilaku komunikasi dan jaringan digital, sehingga pengalaman hidup (*lived experience*) individu dalam memaknai elemen visual yang digunakan dalam gerakan masih belum dieksplorasi. Selain itu, penelitian mengenai pemaknaan warna sebagai elemen visual dalam aktivisme digital serta pengalaman subjektif individu ketika berpartisipasi dalam gerakan digital juga masih relatif terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji pengalaman hidup Generasi Z dalam memaknai warna *Brave Pink* dan *Hero Green* sebagai elemen visual dalam praktik aktivisme digital. Berbeda

dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak membahas kampanye digital berbasis tagar atau pola penyebaran informasi, penelitian ini berfokus pada pemaknaan elemen warna melalui pendekatan fenomenologi praktik (*Phenomenology of Practice*) yang dikembangkan oleh van Manen. Pemaknaan yang diperoleh dari pengalaman hidup informan kemudian diinterpretasikan menggunakan *Connective Action Theory*, khususnya konsep *Personalized Action Frames* dan *Logic of Sharing*, untuk memahami bagaimana warna berfungsi sebagai medium ekspresi personal sekaligus bagian dari praktik *connective action* di ruang digital. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menelusuri lebih dalam pengalaman partisipasi digital Generasi Z dalam memaknai warna *Brave Pink* dan *Hero Green* dalam aktivisme digital.

Penelitian terdahulu pertama berjudul *The Connective is Communal: Hybrid Activism in Online & Offline Spaces* yang ditulis oleh Showden, Barker-Clarke, Sligo, dan Nairn (2023). Penelitian ini membahas bagaimana aktivisme kaum muda di Aotearoa New Zealand yang memadukan ruang daring dan luring sebagai bentuk *hybrid activism* dan *third space* dalam membangun identitas serta komunitas aktivis. Dengan menggunakan teori *connective action*, *fluidarity*, dan konsep *third space*, penelitian ini menunjukkan bahwa ruang online dan offline saling melengkapi dan sama-sama berperan dalam membangun solidaritas serta efektivitas gerakan. Persamaan penelitian terletak pada penggunaan teori dan keterkaitan aktivitas *online* dan *offline* serta pembentukan identitas komunitas melalui media digital. Perbedaannya, penelitian tersebut hanya menekankan dinamika ruang *online-offline* dalam konteks Selandia Baru, sedangkan penelitian ini berfokus pada pemaknaan warna dalam aktivisme digital di Indonesia.

Penelitian terdahulu kedua berjudul *#StopAsianHate as Hashtag Activism: Provocateurs, Celebrities, and Fan Practices of Collective Action Against Racism* yang ditulis oleh Saif Shanin & Mingyi Hou (2025). Penelitian ini mengkaji gerakan *#StopAsianHate* sebagai bentuk *hashtag activism* dalam melawan rasisme anti-Asia selama pandemi Covid-19, dengan fokus pada peran provokator, selebriti, dan fandom di Twitter. Dengan menggunakan teori *connective action*, *network science*, dan *fandom studies*, penelitian ini menunjukkan bahwa dinamika

gerakan dipengaruhi oleh aktor-aktor, meskipun bersifat hierarkis, solidaritas dari bawah tetap membentuk partisipasi digital. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada pembahasan aktivisme digital dan peran simbol (tagar) dalam membangun solidaritas kolektif di media sosial. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada gerakan anti-rasisme global dan struktur interaksi digital, sedangkan penelitian ini menekankan pemaknaan warna sebagai ekspresi visual dalam aktivisme digital di Indonesia.

Penelitian terdahulu ketiga berjudul *Digital Activism and Identity: “No Viral No Action” as Connective Action among Youth on Jakarta’s Air Pollution Issue* (Ahmad & Setyawati, 2024). Penelitian ini membahas peran aktivisme digital dalam membentuk identitas kolektif pemuda melalui kampanye “No Viral No Action” terkait isu polusi udara Jakarta. Dengan menggunakan teori connective action, participatory culture, dan komunikasi digital, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan untuk memviralkan isu, membangun kesadaran publik, serta mendorong partisipasi kolektif tanpa struktur hierarkis yang kaku. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada kajian mengenai hubungan antara aktivisme digital dan pembentukan identitas kolektif di media sosial. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada strategi viralitas isu lingkungan, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada pemaknaan warna sebagai ekspresi visual dalam gerakan digital.

Penelitian terdahulu keempat berjudul *Digital Activism: A New Way of Social Movement in the Digitalization Era* yang ditulis oleh Augustin Rina Herawati, Aufarul Marom, dan Nina Widowati (2023). Penelitian ini membahas peran digitalisasi dalam melahirkan bentuk gerakan sosial baru melalui aktivisme digital. Meskipun tidak menggunakan satu teori sejak awal, hasil kajiannya menunjukkan bahwa konsep connective action relevan dalam menjelaskan karakter gerakan yang bersifat personal, terhubung, dan mampu memobilisasi partisipasi lintas wilayah. Penelitian ini juga menekankan bahwa meskipun dinilai lebih efektif dibandingkan gerakan tradisional, aktivisme digital tetap memerlukan sikap selektif dalam menanggapi dan mengikutinya. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pembahasan aktivisme digital sebagai bentuk gerakan sosial baru.

Perbedaannya penelitian tersebut membahas aktivisme digital secara umum dan global, sedangkan penelitian ini berfokus pada pemaknaan warna sebagai wujud connective action dalam gerakan digital.

Penelitian terdahulu kelima berjudul *From Individual Affectedness to Collective Identity: Personal-Testimony Campaigns on Social Media and the Logic of Collection* yang ditulis oleh Paolo Gerbaudo (2022). Penelitian ini membahas bagaimana kampanye testimoni personal di media sosial dapat mengubah pengalaman individu dalam membentuk identitas kolektif di ruang digital. Dengan menggunakan teori connective action dan konsep *logic of collection*, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pribadi dapat menciptakan kesadaran bersama yang menghadirkan *strength in numbers* sebagai kekuatan gerakan. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pembahasan konstruksi identitas kolektif melalui aktivisme digital. Perbedaannya, penelitian tersebut hanya berfokus pada kampanye testimoni personal dalam isu global (gender dan diskriminasi), sedangkan penelitian ini menekankan pada pemaknaan warna sebagai ekspresi visual dengan mengaitkannya pada connective action dalam konteks aktivisme digital di Indonesia.

Penelitian terdahulu keenam berjudul *Connecting During a Government Shutdown: Networked Care and the Temporal Aspects of Social Media Activism* yang ditulis oleh Jane Cronin, Yuping Mao, dan Ericka Menchen-Trevino (2022). Penelitian ini mengkaji gerakan digital #ShutdownStories di Twitter selama shutdown pemerintahan Amerika Serikat (2018–2019), dengan menekankan bentuk dukungan sosial sebagai bagian dari connective action dalam situasi krisis. Dengan memperluas teori connective action melalui konsep *networked care*, penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial berkembang melalui fase krisis dalam jaringan digital. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada analisis gerakan digital menggunakan perspektif connective action. Perbedaannya, penelitian tersebut berfokus pada kampanye #ShutdownStories dalam konteks krisis pemerintahan di Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini menekankan pemaknaan warna sebagai ekspresi visual dengan mengaitkannya pada connective action dalam konteks aktivisme digital di Indonesia.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1	Judul Artikel Ilmiah	<i>The connective is communal: hybrid activism in online &offline spaces</i>	<i>#StopAsianHate as Provocateurs, Celebrities, and Fan Practices of Collective Action Against Racism</i>	<i>Digital Activism and Collective Identity: “No Viral No Action” as Connective Action among Youth on Jakarta’s Air Pollution Issue</i>	<i>Digital Activism: A New Way of Social Movement in the Digitalization Era</i>	<i>From individual affectedness to collective identity: personal-testimony campaigns on social media and the logic of collection</i>	<i>Connecting During a Government Shutdown: Networked Care and the Temporal Aspects of Social Media Activism</i>
2	Nama Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Carisa R. Showden, Emma Barker-Clarke, Judith Sligo & Karen Nairn. 2023, <i>Social Movement Studies</i> (Taylor & Francis Group) - SCOPUS Q1	Saif Shanin & Mingyi Hou, 2025, <i>New Media & Society</i> (SAGE Journals) SCOPUS, Q1	Yazied Taqiyuddin Ahmad & Lugina Setyawati, 2024, JPIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial), UPI SINTA, S3	Augustin Rina Herawati, Rina Marom, Nina Widowati. 2023. ICAS – Atlantis Press. SCOPUS, Q1	Paolo Gerbaudo, 2022, <i>New Media & Society</i> (SAGE Journals) SCOPUS, Q1	Jane Cronin, Yuping Mao & Ericka Menchen-Trevino. 2022. <i>Social Media + Society</i> (SAGE). SCOPUS, Q1

3 Fokus Penelitian	Menjelaskan bagaimana aktivisme yang dipimpin kaum muda di Aotearoa New Zealand memadukan ruang daring dan luring (<i>hybrid activism</i>) sebagai “ <i>third space</i> ” untuk membangun identitas dan komunitas aktivis.	Gerakan #StopAsianHate dalam bentuk <i>hashtag activism</i> untuk melawan rasisme anti-Asia selama pandemi Covid-19. Tujuannya untuk mengetahui peran <i>fans</i> , selebriti, dan provokator dalam membentuk dinamika wacana tersebut di Twitter.	Peran digital dalam membentuk identitas kolektif pemuda melalui kampanye “No Viral No Action” terkait polusi udara Jakarta.	Peran digitalisasi dalam gerakan sosial baru.	Bagaimana kampanye personal-testimoni dapat mengubah pengalaman individu menjadi identitas kolektif dalam gerakan sosial digital.	Bagaimana gerakan digital #ShutdownStories yang tersebar di Twitter selama shutdown pemerintahan AS (2018–2019) memperlihatkan bentuk dukungan sosial sebagai bagian dari <i>connective action</i> dalam konteks krisis sosial.
---------------------------	--	--	---	---	---	---

4 Teori	Teori <i>connective action</i> (Bennett & Segerberg, 2012); Konsep <i>fluidarity</i> (MacDonald, 2002); Gagasan <i>third space</i> (Bhabha, 2004)	Teori <i>Connective Action</i> (Bennett & Segerberg, 2012), Teori <i>Network Science</i> (Barabási & Albert, 1999), dan konsep <i>fandom studies</i> .	Teori <i>Connective Action</i> (Bennett & Segerberg, 2012), konsep <i>Participatory Culture</i> , dan konsep Komunikasi Digital.	Tidak menggunakan teori awal sebagai landasan analisis utama. Meninjau berbagai literatur dan menemukan pola yang sama. Teori <i>Connective Action</i> (Bennett & Segerberg (2012)) - kerangka konseptual utama dalam hasilnya.	Teori <i>Connective Action</i> (Bennett & Segerberg, 2012), teori Logic of Collection (Gerbaudo, 2022).	Teori <i>Connective Action</i> (Bennett & Segerberg, 2012) kemudian diperluas dengan konsep <i>networked care</i> .
----------------	---	--	--	---	---	---

<p>5 Metode Penelitian</p>	<p>Wawancara mendalam dua kali di tahun yang berbeda (2018–2020) terhadap 42 peserta dari 3 kelompok aktivis berbeda di New Zealand.</p>	<p>Metode campuran, yaitu dengan Structural Topic Modeling (STM) dan Digital Discourse Analysis (DDA).</p>	<p>Kualitatif, metode netnografi, wawancara mendalam, dan analisis konten media sosial (Twitter & Instagram).</p>	<p>Kualitatif, studi literatur terhadap kasus-kasus yang relevan dengan topik (buku, dokumen, artikel, jurnal).</p>	<p>Kualitatif, analisis wacana terhadap kampanye testimoni (#MeToo, #YesAllWomen, #VentYourRent, dll.) menggunakan <i>purposive sampling</i> dan data Twitter.</p>	<p>Metode campuran dengan pendekatan komputasional dan kualitatif, melalui analisis teks berskala besar, serta analisis konten manual terhadap tweet dengan hashtag #ShutdownStories.</p>
	<p>Observasi lapangan & catatan pertemuan.</p>					
	<p>Analisis kanal media sosial kelompok.</p>					

<p>6 Persamaan dengan penelitian yang dilakukan</p>	<p>Meneliti keterkaitan aktivitas <i>online</i> dan <i>offline</i> serta pembentukan identitas komunitas melalui media digital.</p>	<p>Membahas aktivisme digital dan peran simbol (dalam jurnal ini <i>hashtag</i>) dalam membentuk solidaritas kolektif di media sosial.</p>	<p>Sama-sama meneliti hubungan aktivisme digital dan identitas kolektif di media sosial.</p>	<p>Sama-sama membahas aktivisme digital sebagai gerakan sosial baru.</p>	<p>Sama-sama menyoroti konstruksi identitas kolektif melalui aktivisme digital di media sosial.</p>	<p>Sama-sama menganalisis gerakan digital dengan perspektif <i>connective action</i>.</p>
--	---	--	--	--	---	---

<p>7 Perbedaan n dengan penelitian yang dilakukan</p>	<p>Meneliti hibriditas <i>online-offline</i> pada tiga kelompok pemuda yang ada di New Zealand.</p>	<p>Topik yang diteliti adalah gerakan anti-rasisme global, berfokus pada struktur dinamika interaksi digital (provokator, selebriti, fans), dan metode yang digunakan.</p>	<p>Konteks spesifik pada isu lingkungan (polusi udara Jakarta) dan gerakan anak muda di Indonesia.</p>	<p>Fokusnya luas, yaitu pada aktivisme digital secara global, tidak spesifik pada gerakan yang ada di Indonesia.</p>	<p>Konteks yang diteliti spesifik pada kampanye testimoni personal global (isu gender, diskriminasi, kekerasan), bukan lingkungan atau Indonesia.</p>	<p>Fokus pada gerakan sosial kampanye #ShutdownStories yang berkembang di AS (2018-2019) dan temporalitas aksi digital dalam krisis <i>shutdown</i> pemerintahan.</p>
<p>8 Hasil Penelitian</p>	<p>Aktivisme muda di New Zealand menegaskan bahwa aktivisme saat ini bersifat hibrida (ruang online dan offline saling melengkapi). Tidak ada yang lebih “nyata”; keduanya sama-sama penting dalam membangun solidaritas,</p>	<p>Gerakan #StopAsianHate di media sosial dipengaruhi oleh provokator, selebriti, dan penggemar. Provokator seperti Andy Ngô membelokkan isu yang menonjolkan konflik antar minoritas, sementara selebriti K-POP (BTS dan Lee Chaer-in) justru memperkuat</p>	<p>Kampanye digital polusi udara di Jakarta menunjukkan bentuk <i>connective action</i>, di mana media sosial dimanfaatkan untuk memviralkan isu, membangun kesadaran publik, dan mendorong partisipasi kolektif lintas individu dan</p>	<p>Aktivisme digital telah menjadi bentuk gerakan sosial baru yang muncul akibat digitalisasi. Aktivisme ini dinilai lebih efektif dibandingkan gerakan tradisional, bersifat personal dan terhubung (<i>connective action</i>), serta mampu memobilisasi partisipasi lintas wilayah. Namun demikian, aktivisme digital tetap memerlukan kewaspadaan terhadap</p>	<p>Kampanye testimoni personal di media sosial mampu mengubah afeksi individu menjadi kesadaran kolektif melalui <i>logic of collection</i>. Dalam hal ini, pengalaman pribadi dikumpulkan menjadi identitas</p>	<p>Dukungan sosial di media sosial, baik dalam bentuk <i>informational</i>, <i>emotional-esteem</i>, maupun <i>tangible support</i>, merupakan bagian penting dari <i>connective action</i> dalam situasi krisis sosial. Bentuk dukungan tersebut berubah mengikuti fase krisis, sehingga konsep <i>networked care</i> perlu digunakan untuk</p>

<p>identitas, dan efektivitas gerakan.</p>	<p>solidaritas anti-rasisme. Selain itu, fandom berperan penting dalam menyebarkan pesan kolektif, gerakan ini hierarkis, solidaritas dari bawah tetap bisa membentuk partisipasi digital.</p>	<p>organisasi tanpa struktur hierarkis, serta memberi tekanan pada pemerintah untuk bertindak.</p>	<p>penyalahgunaan teknologi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, sehingga masyarakat perlu bersikap selektif dalam menanggapi dan mengikuti gerakan tersebut.</p>	<p>bersama yang memperluas pemahaman menampilkan mengenai dimensi <i>strength in numbers</i> atau kekuatan sosial dalam jaringan digital jumlah yang selama kampanye memberikan #ShutdownStories. pengaruh dan dukungan yang lebih besar terhadap gerakan tersebut.</p>
--	--	--	---	---

Berdasarkan enam penelitian terdahulu tersebut, terlihat bahwa kajian mengenai aktivisme digital dan *Connective Action Theory* umumnya berfokus pada pola partisipasi, mobilisasi gerakan, pembentukan identitas kolektif, serta peran media sosial dalam penyebaran pesan. Meskipun beberapa penelitian telah menyoroti penggunaan elemen visual digital seperti tagar, perhatian terhadap pengalaman subjektif individu dalam memaknai elemen visual sebagai bagian dari partisipasi digital masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memosisikan fenomena penggunaan warna *Brave Pink* dan *Hero Green* sebagai fokus kajian untuk memahami makna pengalaman yang dihayati Generasi Z (usia 21-27 tahun) dalam konteks aktivisme digital di Indonesia.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 *Connective Action Theory*

Dalam studi Ilmu Komunikasi, kemunculan media digital membawa perubahan mendasar terhadap cara gerakan sosial dibentuk dan dijalankan. Komunikasi kini tidak lagi sekadar dipahami sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, melainkan telah berfungsi sebagai elemen yang secara aktif membentuk dan mengorganisasi tindakan kolektif itu sendiri. Pergeseran cara pandang ini penting untuk menjelaskan bagaimana jaringan media digital dan konten yang bersifat personal mampu menggerakkan publik di era post-industrial dengan mekanisme yang berbeda dibandingkan model pengorganisasian gerakan sosial tradisional. Sebagai landasan teoretis utama, penelitian ini merujuk pada pemikiran Lance Bennett dan Alexandra Segerberg yang dikembangkan lebih lanjut dalam buku *The Logic of Connective Action* (Bennet & Segerberg, 2013).

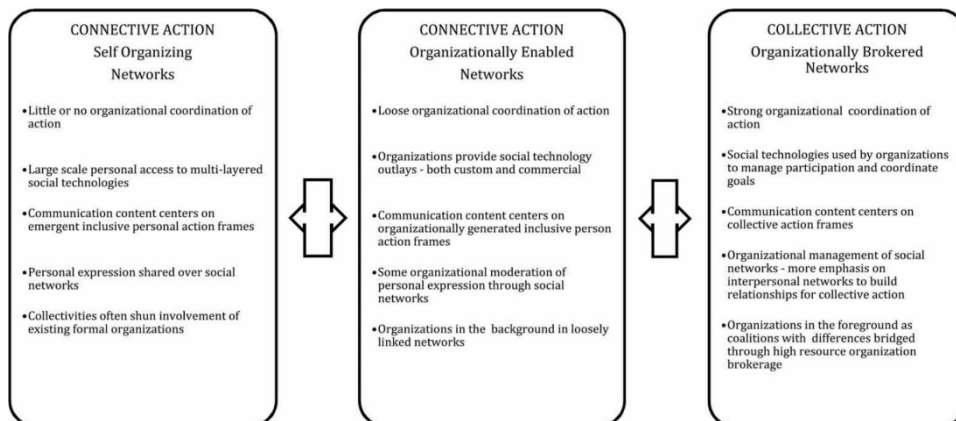
Connective Action Theory pertama kali diperkenalkan oleh Bennett dan Segerberg pada tahun 2013, dan sejak saat itu terus berkembang seiring dengan dinamika penggunaan media digital dalam gerakan sosial. Inti dari teori ini adalah pergeseran dari pola komunikasi kolektif yang kaku menuju pola komunikasi yang lebih personal (Bennet & Segerberg, 2013). Aksi konektif ditandai oleh proses yang terstruktur dengan memanfaatkan teknologi, bersifat lebih personal, dan mampu menghasilkan gerakan atau aksi tanpa mengandalkan sumber daya organisasi tertentu. Hal ini memungkinkan individu untuk memproduksi dan menyebarkan informasi, sekaligus berkoordinasi dan berkolaborasi melalui jaringan yang lebih personal namun saling terhubung (Herawati et al., 2023)

Sebelum berkembangnya pemikiran ini, gerakan sosial umumnya dipahami melalui pola komunikasi kolektif yang bersifat kaku, di mana komunikasi diposisikan semata sebagai alat penyampaian pesan serta sangat bergantung pada keberadaan struktur organisasi formal (Sukmana, 2016). Dalam kondisi tersebut, partisipasi publik kerap dibatasi oleh tuntutan agar individu menyesuaikan diri dengan identitas kelompok yang sama sebagai

syarat untuk dapat terlibat dalam gerakan secara kolektif (Herawati et al., 2023). Dalam kerangka ini, keterikatan kelompok tradisional tidak lagi menjadi syarat utama, melainkan digantikan oleh jaringan sosial yang luas dan fleksibel. Jaringan ini terbentuk melalui pertukaran gagasan yang emosional secara berulang, sehingga dapat membentuk komunitas baru tanpa bergantung pada identitas kolektif yang sama (Showden et al., 2025)

Hal ini berbeda dengan konsep *collective action* klasik yang biasanya terorganisir secara formal, berlandaskan keanggotaan dan identitas bersama, serta menggunakan *framing* untuk menyatukan berbagai sudut pandang. Sementara itu, *Connective Action* berangkat dari motivasi individu dan terwujud lewat partisipasi personal yang disalurkan melalui media digital (Showden et al., 2025). Lebih dari sekadar ekspresi personal, aksi ini memiliki logika dan dinamika tersendiri, di mana kegiatan *sharing* memungkinkan konten dan aksi tersebar luas melalui jaringan digital, sehingga individu dapat menjadi agen komunikasi tanpa perlu struktur formal yang kaku. Dalam hal ini, *Connective Action* tidak menggantikan *collective action* klasik, tetapi membantu memahami fenomena aksi modern dan partisipasi publik di era digital yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan *collective action* (Bennet & Segerberg, 2013).

Terdapat tiga poin utama yang mencirikan logika aksi konektif menurut Bennett & Segerberg (2013) dalam bukunya yang berjudul "*The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*" (Ahmad & Setyawati, 2024).



Gambar 2. 1 Tipologi Jaringan Aksi Konektif dan Kolektif

Sumber: Bennett & Segerberg (2012)

Gambar 2.1 menunjukkan bagaimana bentuk partisipasi dalam ruang digital dapat berbeda-beda tergantung dengan keterlibatan organisasi. Pertama, *Connective Action* dalam bentuk *self-organizing network* yang menggambarkan bahwa partisipasi sepenuhnya berpusat pada individu. Akses teknologi memungkinkan setiap orang untuk mengekspresikan diri melalui konten personal di media sosial (unggahan, cuitan, penggunaan tagar, dll). Pada bentuk ini, aksi kolektif sering terjadi tanpa campur tangan organisasi formal, sehingga lebih “cair” dan terbuka bagi siapa saja untuk bergabung. Bennett & Segerberg dalam bukunya menekankan bahwa media digital tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, melainkan bertindak sebagai agen pengorganisasi (*organizing agents*) yang secara aktif menggantikan peran organisasi dalam menggerakkan aksi (Bennet & Segerberg, 2013).

Kedua, *Connective Action: Organizationally Enabled Networks* yang memperlihatkan bahwa meskipun partisipasi bersifat personal, organisasi tetap hadir sebagai pihak yang menyediakan dukungan teknis atau sumber daya tertentu. Di sini, peran organisasi tidak dominan, melainkan sebatas memfasilitasi agar aksi dapat berlangsung lebih luas. Kerangka aksi disediakan oleh organisasi, tetapi individu tetap masih memiliki ruang besar untuk mengekspresikan aspirasi sesuai dengan gaya mereka masing-masing (Bennet & Segerberg, 2013).

Ketiga, *Collective Action: Organizationally Brokered Network* yang menekankan peran organisasi sebagai penggerak utama. Partisipasi dikoordinasikan secara kuat melalui struktur organisasi, sementara tipologi digital digunakan untuk mengelola partisipasi dan menyelaraskan tujuan bersama. Dalam tipologi ini, konten komunikasi lebih terpusat pada narasi kolektif yang dirumuskan organisasi, sehingga ekspresi individu cenderung mengikuti agenda yang telah ditetapkan (Bennet & Segerberg, 2013).

Dari tiga tipologi yang ditawarkan, salah satunya adalah jaringan yang dimediasi oleh organisasi (*collective action*), yang beroperasi berdasarkan logika aksi kolektif. Adapun dua tipologi lainnya, yaitu jaringan yang mengorganisasi dirinya sendiri dan aksi yang difasilitasi organisasi, (*self-organizing* dan *organizationally enabled*) merepresentasikan variasi dari jaringan yang berjalan dengan logika aksi konektif. Ketiga tipologi ini berguna untuk memahami perbedaan sekaligus dinamika jaringan aksi berskala besar, baik dalam konteks politik (demonstrasi, gelombang protes), maupun di media digital. Di ranah digital, tipologi ini membantu menjelaskan bagaimana pengguna mengekspresikan dukungan terhadap isu sosial melalui elemen visual maupun praktik digital yang terdesentralisasi (Bennet & Segerberg, 2013).

Hal yang perlu ditekankan adalah bahwa poros utama (*linchpin*) dari aksi konektif terletak pada praktik berbagi (*sharing*). Berbeda dengan aksi kolektif yang umumnya bergantung pada arahan organisasi, dalam aksi konektif justru tindakan berbagi konten yang telah dipersonalisasi (*Personalized Action Sharing*) menjadi penggerak utama. Tindakan berbagi ini tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran informasi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan validasi sosial melalui jaringan pertemanan mereka di media sosial (Bennet & Segerberg, 2013).

Pemilihan *Connective Action Theory* sebagai landasan utama dalam penelitian ini didasarkan pada kemampuannya untuk memahami fenomena aktivisme digital Generasi Z yang saat ini tidak lagi bergantung pada struktur organisasi pusat. Teori ini dinilai sangat relevan karena media

digital saat ini tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi semata, melainkan bertindak sebagai agen pengorganisasi yang secara aktif menggantikan peran organisasi tradisional dalam menggerakkan aksi. Melalui logika dalam *Connective Action Theory* ini, peneliti dapat menjelaskan bagaimana pengalaman subjektif para Generasi Z dalam memproduksi, menyebarkan informasi, serta berkoordinasi melalui jaringan yang bersifat personal namun tetap saling terhubung tanpa mengandalkan sumber daya organisasi tertentu. Teori ini relevan untuk memahami bagaimana tindakan personal di ruang digital dapat berkembang menjadi bentuk solidaritas kolektif dalam fenomena *Brave Pink* dan *Hero Green*, tanpa bergantung pada struktur organisasi formal.

Meskipun ketiga tipologi yang ditawarkan Bennett & Segerberg tersebut memberikan gambaran struktur jaringan yang jelas, namun dalam praktiknya pada ruang digital saat ini, aksi tersebut semakin erat kaitannya dengan logika *platform* digital. Vaughan dalam artikelnya "*The Tension Between Connective Action and Platformization*", menekankan bahwa pola ini tidak sepenuhnya alami, karena media sosial memiliki aturan dan algoritma yang ikut membentuk jalannya partisipasi (Vaughan et al., 2025).

Algoritma dapat memperbesar jangkauan suatu elemen visual atau kampanye tertentu hingga menjadi viral, tetapi pada saat yang sama juga bisa menyembunyikan konten lain yang dianggap kurang relevan oleh sistem. Dengan kata lain, keterhubungan digital sering kali diarahkan oleh mekanisme *platform*, bukan murni dari partisipasi individu. Dibalik kekuatannya, *connective action* juga memiliki kelemahan. Wang (2023) dalam *International Journal of Communication* menguraikan bahwa keterlibatan digital memang dapat membangun ikatan sosial melalui ekspresi personal yang tersebar di media sosial (Zhao et al., 2023). Namun, pola partisipasi ini biasanya bersifat sementara, berlangsung cepat, dan jarang berkembang menjadi wadah organisasi yang lebih permanen.

Dengan demikian, meskipun mampu memicu solidaritas dalam waktu singkat, mobilisasi semacam ini rentan terpecah dan kehilangan arah

ketika antusiasme di ruang digital menurun. Pandangan ini sejalan dengan pendapat Bennett & Segerberg yang menyatakan bahwa tanpa adanya jalur konvergensi yang kuat untuk mendukung penyebaran pesan secara viral dan berkelanjutan, jaringan aksi konektif berpotensi menjadi tidak terarah, kurang produktif, serta sulit mempertahankan efektivitas politiknya dalam jangka panjang (Bennet & Segerberg, 2013).

Dalam konteks penelitian ini, praktik mengganti foto profil dengan warna *Brave Pink* dan *Hero Green* dapat dipandang sebagai bentuk *connective action*, di mana ekspresi personal individu yang sederhana ini dapat berkembang menjadi solidaritas tanpa bergantung pada struktur organisasi formal.

2.3. Landasan Konsep

2.3.1 *Personalized Action Frames*

Penting untuk ditekankan bahwa *Connective Action Theory* bukanlah sebuah kerangka kerja yang dapat berdiri sendiri tanpa suatu penggerakannya. Dalam konteks ini, *Personalized Action Frames* merupakan elemen konstitutif atau unsur pembentuk utama yang memungkinkan logika aksi ini dapat beroperasi dan teraplikasikan dalam dunia nyata. Bennett & Segerberg (2013) menjelaskan bahwa *connective action* hanya dapat berjalan secara optimal apabila tersedia konteks politik berupa gagasan yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan pengalaman maupun kepentingan personal individu (Bennet & Segerberg, 2013).

Dalam konteks ini, PAF berfungsi menjembatani beragam motivasi partisipan secara inklusif. Tanpa adanya *Personalized Action Frames* jaringan media digital akan kehilangan dasar utama untuk mengorganisasi diri, sehingga logika *connective action* akan kehilangan maknanya dan sulit terwujud dalam sebuah aksi nyata. Dengan demikian, *Personalized Action Frames* bukan sekadar turunan dari *connective action*, melainkan mesin utama yang menghidupkan dan menggerakkan keseluruhan dinamika dalam teori *connective action* (Bennet & Segerberg, 2013).

Istilah *Personalized Action Frames* merujuk pada pola pembingkai tindakan kolektif yang bersifat personal, di mana individu dapat mengekspresikan partisipasinya melalui pengalaman, emosi, atau pandangan pribadi tanpa ketergantungan pada identitas kolektif atau organisasi formal. Dalam kerangka ini, *frames* atau pembingkai tidak dipaksakan secara seragam dari atas (*top-down*), melainkan dapat dipersonalisasi oleh tiap individu sesuai konteks personal mereka (Bennet & Segerberg, 2013). Hal ini sangat berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital untuk menyesuaikan aksi secara fleksibel.

Munculnya *Personalized Action Frames* berakar dari respons terhadap perubahan karakter masyarakat di dunia digital yang semakin individualistik, namun tetap terhubung melalui media sosial. Di era ini, loyalitas terhadap institusi besar (seperti partai politik atau organisasi massa) mulai memudar, sehingga keterlibatan politik kini lebih dipahami sebagai ekspresi hidup dan harapan pribadi. Akibatnya, setiap individu kini berperan sebagai aktor yang menyebarkan narasi politik, sosial, maupun budaya melalui gaya komunikasi yang sangat personal (Bennet & Segerberg, 2013).

Dibandingkan aksi tradisional yang mengandalkan slogan kaku, *Personalized Action Frames* memungkinkan perkembangan politik yang lebih fleksibel melalui pemanfaatan *action themes*. Perbedaan utamanya terletak pada karakter bingkai yang digunakan. Dalam aksi kolektif tradisional, bingkai yang digunakan cenderung bersifat eksklusif karena menuntut keselarasan ideologi yang kuat. Sebaliknya, *Personalized Action Frames* bersifat lebih inklusif karena mampu mengakomodasi beragam motivasi individu melalui bingkai yang berfungsi sebagai “meme”. Contohnya adalah gerakan Occupy dengan slogan “*We are the 99%*” yang menyebar secara cepat melalui cerita personal dan gambar di media sosial. Keberhasilan penyebaran tersebut terjadi karena bingkai yang berfungsi sebagai meme, yaitu “paket simbolis” yang mudah ditiru,

disesuaikan dengan konteks pribadi, dan disebarluaskan kembali secara luas melalui berbagai jaringan digital (Bennet & Segerberg, 2013).

Prinsip personalisasi ini sejalan dengan temuan bahwa kritik sosial dalam komunikasi akan lebih efektif jika disampaikan melalui berbagai medium dengan gaya bahasa yang dekat dengan audiens (Nurhayati et al., 2024). Selain itu, keaktifan individu dalam menyampaikan pendapat serta pengalaman personal pengguna menjadi faktor penting dalam membangun keterlibatan di ruang digital (Yulita, 2014). Dengan sifatnya yang adaptif, *Personalized Action Frames* mampu beradaptasi dengan isu sosial yang beragam, seperti lingkungan, gender, hingga keadilan sosial tanpa harus bergantung pada satu ideologi tertentu.

Kemampuan *Personalized Action Frames* untuk melintasi batas jaringan lebih besar dibandingkan kerangka aksi kolektif karena tidak memerlukan upaya kultural tambahan untuk menyatukan identitas partisipan. Dengan demikian, media digital dapat memainkan peran yang berbeda dalam tiap jaringan aksi, tergantung pada logika organisasi yang membentuk wacana aksi tersebut (Bennet & Segerberg, 2013; Yusriana et al., 2021). Dalam konteks penelitian ini, *Personalized Action Frames* menjadi landasan yang menjelaskan bagaimana pengguna media digital mengekspresikan dukungan terhadap gerakan *Brave Pink* dan *Hero Green*.

Aksi seperti mengganti foto profil dengan filter *pink* dan hijau dan membagikan konten dengan elemen warna tertentu merupakan bentuk personalisasi yang merepresentasikan ekspresi emosional seseorang dalam isu sosial. Meskipun tindakan ini tampak sederhana, ekspresi digital ini berfungsi sebagai bingkai personal yang terhubung dengan ribuan pengguna media digital lainnya, sehingga dapat tercipta solidaritas tanpa melewati proses organisasi formal.

2.3.2 Aktivisme Digital

Dalam dinamika dunia sosial dan politik yang sangat fluktuatif, terdapat satu hal yang tidak dapat dipisahkan darinya dan sering kali muncul, yaitu gerakan sosial. Gerakan sosial biasanya muncul sebagai bentuk aksi kolektif yang mengarah pada upaya untuk menciptakan perubahan tatanan kehidupan yang baru (Sukmana, 2016). Sementara McCarthy dan Zald berpendapat bahwa gerakan sosial adalah sejumlah pendapat dan keyakinan dalam suatu populasi yang mewakili preferensi untuk mengubah beberapa elemen struktur sosial dalam suatu masyarakat (Marthin, 2015).

Dua definisi tokoh tersebut menunjukkan bahwa gerakan sosial identik dengan adanya upaya untuk melawan pihak lain entah sebagai bentuk pemunculan tatanan baru ataupun perlawanan terhadap tatanan yang sudah ada. Pada bentuknya yang konvensional, gerakan sosial identik dengan pertemuan langsung dan keterikatan antarindividu yang dikoordinasikan oleh pimpinan sebagai koordinator gerakan. Namun, seiring perkembangan teknologi, gerakan ini bertransformasi menjadi fenomena digital yang masif, di mana media digital memungkinkan proses persebaran komunikasi dan advokasi yang lebih cepat, fleksibel, dan luas.

Dalam konteks tersebut, gerakan sosial yang berlangsung melalui media digital dikenal sebagai aktivisme digital. Aktivisme didefinisikan sebagai cara untuk menyalurkan protes politik dan aspirasi masyarakat sedangkan kata digital merujuk pada praktik penggunaan teknologi digital untuk mendukung, mengorganisasi, dan menyebarluaskan tujuan gerakan sosial (Joyce, 2010; Tim Pendidikan Sejarah Kelas A, 2022; Tufekci, 2017). Maka dari itu, aktivisme digital merupakan upaya individu maupun kelompok untuk menyuarakan aspirasi, mengorganisasi massa, hingga memengaruhi pengambilan keputusan melalui kampanye, petisi daring, maupun diskusi publik (Ahmad & Setyawati, 2024).

Transformasi gerakan sosial menuju ruang digital ini tidak hanya mengubah media yang digunakan, tetapi juga mengubah karakter dan

bentuk partisipasi dalam gerakan tersebut. Hal ini diperkuat dalam buku “*Digital Activism in Asia Reader*” (2015) yang menyatakan bahwa kemunculan teknologi digital telah merevolusi cara aktivisme dijalankan. Aktivisme tidak lagi bergantung pada bentuk organisasi konvensional, tetapi berkembang melalui berbagai ekspresi visual dan peran baru yang muncul di ruang digital (Shah et al., 2015). Sebagaimana diperkuat dengan pendapat Pickard dan Yang (2017), media digital kini menjadi ruang simbolik di mana solidaritas politik diwujudkan melalui ekspresi visual, meme, dan tagar yang berfungsi sebagai bentuk perlawanan kolektif (Yang, 2016).

Seiring dengan transformasi tersebut, kemunculan media sosial telah merevolusi cara masyarakat dalam berinteraksi di ranah publik dan berpartisipasi dalam politik. Perubahan ini tidak hanya terlihat pada bentuk ekspresi dalam aktivisme digital, tetapi juga berdampak pada cara ruang publik terbentuk dan bagaimana partisipasi politik dijalankan di era digital (Ahmad & Setyawati, 2024). Melalui simbol di ruang digital, masyarakat tidak hanya mudah memobilisasi dukungan, tetapi juga mampu menjangkau audiens yang lebih luas (Herawati et al., 2023).

Sejalan dengan pandangan Lukas Schlogl (2022) dalam bukunya yang berjudul “*Digital Activism & The Global Middle Class*”, aktivisme digital tidak hanya muncul akibat kemajuan teknologi, tetapi juga mencerminkan perubahan sosial dan ekonomi masyarakat yang melahirkan cara baru bagi orang untuk terlibat dalam isu publik dan politik (Schlogl, 2022). Dalam jurnal *Democracy Theory* (2022), Paolo Gerbaudo menambahkan bahwa penyebaran media sosial menggeser sifat dan bentuk ruang publik klasik ala Habermas, yang berpendapat bahwa diskusi politik kini lebih banyak dibentuk oleh kelompok-kelompok *online* melalui interaksi sederhana seperti *like*, *share*, dan *retweet*. Meskipun hanya berupa “tekanan tombol”, reaksi-reaksi tersebut menjadi penanda tingkat popularitas suatu konten dan memengaruhi algoritma, sehingga ikut

menentukan seberapa terlihat dan seberapa besar pengaruh suatu isu (Gerbaudo, 2022).

Reaksi-reaksi ini tidak sekadar fitur teknis, tetapi mengandung proses simbolik. Artinya, setiap komunitas memaknainya dengan cara berbeda sehingga membentuk apa yang disebut Gerbaudo sebagai *reactive democracy*, yakni bentuk demokrasi di mana partisipasi politik berlangsung melalui respons cepat yang sederhana namun berpengaruh besar dalam pembentukan opini publik (Gerbaudo, 2024).

Fenomena *reactive democracy* ini selaras dengan kemunculan berbagai bentuk aktivisme dan kampanye digital yang marak dalam satu dekade terakhir. Aktivisme digital tidak sekadar memindahkan bentuk aksi sosial ke ruang daring, tetapi juga mengubah cara individu dalam berpartisipasi, membentuk jaringan, dan menyebarkan pesan sosial (Gerbaudo, 2024). Tufekci (2017) dalam bukunya yang berjudul "*Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*" menjelaskan bahwa karakter utama aktivisme digital terletak pada kemampuannya memanfaatkan jaringan sosial secara cepat dan tanpa struktur organisasi yang kaku (Tufekci, 2017). Hal ini diperkuat dengan pendapat Bennett & Segerberg (2013) yang menilai bahwa mobilisasi politik di era digital kini lebih bertumpu pada koneksi spontan antarindividu dibandingkan identitas kolektif yang bersifat hierarkis (Bennet & Segerberg, 2013).

Di Indonesia, tren mengenai gerakan sosial digital atau aktivisme digital kian berkembang sejak era reformasi. Perkembangan ini didorong oleh meluasnya akses internet dan hadirnya berbagai platform media baru (Rizky, 2022). Kehadiran media baru memungkinkan adanya pergeseran, di mana gerakan sosial tidak lagi terjadi secara langsung melainkan berlangsung secara daring melalui *platform* digital. Sebagai salah satu contoh sukses, praktik aktivisme digital di Indonesia seperti Kasus Cicak VS Buaya (kasus KPK) yang terjadi di tahun 2009 telah menunjukkan potensi signifikan dalam membentuk ruang publik baru (Rizky, 2022).

Jika pada level global aktivisme digital menunjukkan pergeseran pola partisipasi, maka dalam konteks Indonesia, dinamika gerakan sosial juga menunjukkan pola serupa, terutama dalam hal pembentukan identitas kolektif. Oman Sukmana (2016) dalam bukunya yang berjudul Konsep dan Teori Gerakan Sosial menjelaskan bahwa gerakan sosial masa kini berfokus pada proses pembentukan identitas kolektif. Identitas kolektif ini dipahami sebagai rasa kebersamaan (atau rasa “kita”) yang mempersatukan individu-individu melalui kesamaan kepentingan, nilai, emosi, dan tujuan bersama (Sukmana, 2016).

Terdapat tiga faktor kunci yang menyebabkan gerakan sosial dapat muncul dan berkembang. Pertama, peluang politik, yang merupakan sebuah kondisi eksternal yang membuka ruang bagi aksi kolektif. Kedua, struktur mobilisasi, yang merupakan sebuah jaringan, organisasi, atau sumber daya yang memungkinkan mobilisasi. Ketiga, pembingkai kultural, yaitu proses perumusan makna dan narasi yang mempersatukan anggota yang tergabung dalam gerakan (Sukmana, 2016).

Identitas kolektif menjadi fondasi penting yang mempersatukan individu melalui kesamaan kepentingan, nilai, emosi, dan tujuan bersama, sehingga gerakan sosial dapat mempertahankan dukungan dan mengorganisasi aksi kolektif secara berkelanjutan.

2.3.3 *Brave Pink* dan *Hero Green*

Brave Pink dan *Hero Green* merupakan gerakan digital yang sempat menjadi *trending* topik di Indonesia pada Agustus 2025 lalu (Pertiwi, 2025). Gerakan ini dianggap sebagai bentuk solidaritas terhadap tuntutan rakyat Indonesia yang termuat dalam dokumen 17+8 yang disuarakan secara masif di media sosial oleh berbagai elemen masyarakat, mulai dari influencer, artis, serta masyarakat (Yahya, 2025). Gerakan ini dikenal sebagai bentuk solidaritas digital yang memanfaatkan warna sebagai elemen visual perlawanan (Pertiwi, 2025). Jika biasanya gerakan sosial digerakkan oleh keviralan sebuah tagar, gerakan ini justru memanfaatkan

warna sebagai medium ekspresi perlawanan. Dalam konteks gerakan sosial, penggunaan warna tentunya memiliki makna yang lebih dalam daripada sekadar aspek visual (Assabila, 2026).

Dalam bukunya, Greg Marthin (2015) menjelaskan bahwa warna sering kali berfungsi sebagai *sense-making devices* atau sebuah kerangka kolektif yang dapat membantu membentuk identitas bersama dan solidaritas di antara kelompok yang beragam (Marthin, 2015).

Penelitian Chesters dan Weish (2004) tentang *Rebel Colours* juga menunjukkan bahwa warna dapat menjadi bentuk perlawanan simbolik yang mengekspresikan nilai kebebasan dan solidaritas. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tiga warna tertentu (*pink*, biru, dan kuning) berhasil menjadi kerangka pembuat makna kolektif yang memperkuat rasa kebersamaan antar peserta dalam gerakan tersebut (Marthin, 2015).

Marthin juga mengutip Marian Sawyer (2007) yang meneliti simbolisme warna politik (misalnya merah untuk buruh, biru untuk konservatif) dan bagaimana warna dapat menciptakan ketertarikan emosional yang kuat serta nilai-nilai kolektif dalam sebuah gerakan (Marthin, 2015).

Dengan merujuk pada pandangan para ahli tersebut, penelitian ini memposisikan warna sebagai ekspresi visual atau elemen penting dalam praktik gerakan sosial modern yang tidak hanya berfungsi sebagai estetika, tetapi juga dapat mewakili nilai, emosi, dan solidaritas bersama. Dalam konteks ini, gerakan *Brave Pink* dan *Hero Green* hadir sebagai wujud solidaritas dan bentuk perlawanan masyarakat Indonesia di media sosial, yang merefleksikan tuntutan rakyat akan keadilan dan perubahan (Fahmi, 2025).

Inspirasi kedua warna ini datang dari peristiwa nyata di lapangan. Warna *pink* terinspirasi dari aksi seorang ibu berhijab yang dengan berani menyampaikan orasi di depan aparat pada demonstrasi 28 Agustus 2025, yang digelar untuk menolak kebijakan kenaikan tunjangan DPRD, sedangkan warna hijau terinspirasi dari jaket dan helm pengemudi ojek

online bernama Affan Kurniawan yang tewas dalam keadaan tragis dalam aksi yang sama (Pertiwi, 2025).

Dalam konteks ini, kedua warna tersebut berhasil menggeser persepsi tradisional yang melekat dalam benak masyarakat. Warna *pink*, yang biasanya identik dengan kelembutan dan femininitas, kini melambangkan keberanian dan solidaritas. Sedangkan warna hijau yang awalnya identik dengan alam dan kehidupan, kini digunakan sebagai bentuk harapan, pengorbanan, dan solidaritas rakyat kecil. Kedua warna ini kemudian dimanfaatkan oleh individu dan komunitas daring sebagai elemen visual perlawanan di ruang digital (Pertiwi, 2025).

Pemanfaatan warna yang ada dalam fenomena ini tidak hanya menjadi estetika visual semata, tetapi berfungsi sebagai *sense-making devices* atau kerangka kolektif yang membantu masyarakat di dunia digital, khususnya bagi Generasi Z dalam mengekspresikan kegelisahan publik, menyalurkan aspirasi sosial-politik, dan mempermudah penyebaran pesan melalui platform digital (Huda, 2025). Pergeseran persepsi tradisional terhadap pemaknaan kedua warna ini menunjukkan bagaimana pengalaman subjektif individu di lapangan dapat ditransformasikan menjadi elemen visual yang masif. Bagi Generasi Z, partisipasi dalam bentuk personalisasi simbolik di ruang digital merupakan cara praktis untuk mengekspresikan suara politik dan menciptakan ruang emosional di ruang publik dengan pola partisipasi politik yang berbeda dari generasi sebelumnya (Syah et al., 2026).

Selain penggunaan warna, gerakan ini juga diiringi dengan kemunculan tagar seperti #ResetIndonesia dan #WargaJagaWarga sebagai bentuk penyebaran pesan dan mobilisasi digital di media sosial. Kehadiran tagar tersebut turut mendukung penyebaran isu dan memperluas percakapan publik terkait gerakan *Brave Pink* dan *Hero Green* di ruang digital.

Adapun temuan awal dari Drone Emprit memperlihatkan bahwa media *online* cenderung membentuk narasi damai dan media sosial

menjadi ruang diskusi yang terbuka (Fahmi, 2025). Warna sebagai ekspresi visual memiliki kekuatan besar dalam membangkitkan solidaritas publik, namun berpotensi menggeser perhatian dari isu utama. Oleh karena itu, diperlukan peran tokoh publik untuk menjaga arah dan konsistensi gerakan.



Gambar 2. 2 Penggunaan Warna Dalam Konten Kreatif

Sumber: Mitra Indonesia (2025)

Di luar perdebatan tersebut, penggunaan warna *pink* dan hijau justru berkembang menjadi tren digital. Banyak masyarakat memanfaatkan kedua warna ini sebagai elemen dalam konten kreatif, seperti meme, ilustrasi, maupun foto dengan filter warna terkait (Mimesislpm, 2025). Pemanfaatan warna tersebut kemudian berkembang menjadi bentuk partisipasi digital yang lebih interaktif melalui platform daring. Salah satu contohnya adalah situs generator foto profil dengan filter pink dan hijau, yang dicetuskan oleh Anang Marjono, seorang Creative and Content Marketing Specialist. Menurut Harian Mistar, situs ini dirilis pada 1 September 2025 dan berhasil mendapatkan kunjungan lebih dari 3,3 juta kali (Siahaan Jansen, 2025).



Gambar 2. 3 Tokoh Publik Dengan Foto Profil Pink dan Hijau

Sumber: Jatim Network (2025)

Gambar 2.3 menunjukkan bahwa semua pengguna media sosial, mulai dari influencer dan publik figur hingga masyarakat biasa berpartisipasi dengan mengganti foto profil mereka menggunakan filter *pink* dan hijau. Tindakan ini dilakukan sebagai bentuk kepedulian dan solidaritas terhadap tuntutan yang ada.

Sebagian masyarakat berpendapat bahwa tindakan sederhana ini menjadi cara praktis untuk mengekspresikan suara politik tanpa harus turun ke jalan atau melakukan aksi fisik. Anang menegaskan bahwa kampanye ini bukan sekadar tren visual, melainkan representasi perlawanan rakyat terhadap ketidakadilan yang terangkum dalam gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat. Berangkat dari fenomena yang terjadi, dapat terlihat bahwa penggunaan warna sebagai media komunikasi memungkinkan pesan tersampaikan dengan cepat, mudah diaplikasikan, dan diadopsi oleh berbagai kalangan masyarakat (Huda, 2025). Fenomena *Brave Pink* dan *Hero Green* menunjukkan bagaimana elemen visual dalam media digital dapat digunakan sebagai bentuk ekspresi solidaritas dan partisipasi masyarakat di ruang digital.

2.3.4 Warna Sebagai Ekspresi Visual

Dalam konteks *Connective Action*, ekspresi visual tidak hanya dipahami sebagai pilihan estetika semata, melainkan sebagai “paket simbolis”

(*symbolic packages*) atau meme yang memiliki kemampuan penyebaran tinggi di ruang digital. Bennett & Segerberg menambahkan bahwa elemen visual tersebut bekerja melalui mekanisme meme, karena memiliki karakter yang mudah ditiru (*imitate*), diadaptasi secara personal (*adapt personally*), dan disebarluaskan secara luas (*share broadly*). Mekanisme ini memungkinkan individu untuk melakukan apropriasi personal, yaitu pengambilan bingkai aksi (*action frame*) ke dalam ruang ekspresi pribadi mereka, yang kemudian diikuti dengan personalisasi konten melalui narasi atau pesan yang telah disesuaikan (Bennet & Segerberg, 2013).

Paolo Gerbaudo (2022) melalui konsep “logika afektif” (*affective logic*) memberikan penjelasan terkait efektivitas dalam mobilisasi digital. Gerbaudo menyatakan bahwa gerakan di media sosial cenderung digerakkan oleh emosi kolektif dibandingkan pertukaran informasi yang bersifat kognitif (Gerbaudo, 2022). Dalam konteks ini, warna seperti pink dan hijau berfungsi sebagai stimulus atau dorongan visual yang mampu memunculkan respons emosional secara cepat (Huda, 2025). Kajian *Visual Political Communication*, elemen visual memiliki daya tarik emosional yang kuat dalam membangun keterlibatan publik di media digital. Visual tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan politik, tetapi juga menjadi medium untuk membangun kedekatan emosional, personalisasi, dan identitas politik di ruang digital (de-Lima-Santos et al., 2023).

Kondisi tersebut memfasilitasi terbentuknya ruang publik plebeian, yakni ruang digital yang memiliki sifat inklusif dan bertumpu pada respons spontan massa dibandingkan dengan perdebatan intelektual yang kompleks. Dalam konteks ini, warna berfungsi sebagai penanda bagi kerumunan digital (*online crowds*) untuk melakukan pengelompokan massa secara virtual (*crowding*) sebagai bentuk ekspresi politik di ruang digital (Gerbaudo, 2022).

Dalam konteks ini, warna menjadi “komunikasi tingkat dasar” (*zero-degree of communication*) yang memungkinkan pengguna media sosial memberikan respons secara cepat dan instan. Gerbaudo (2022)

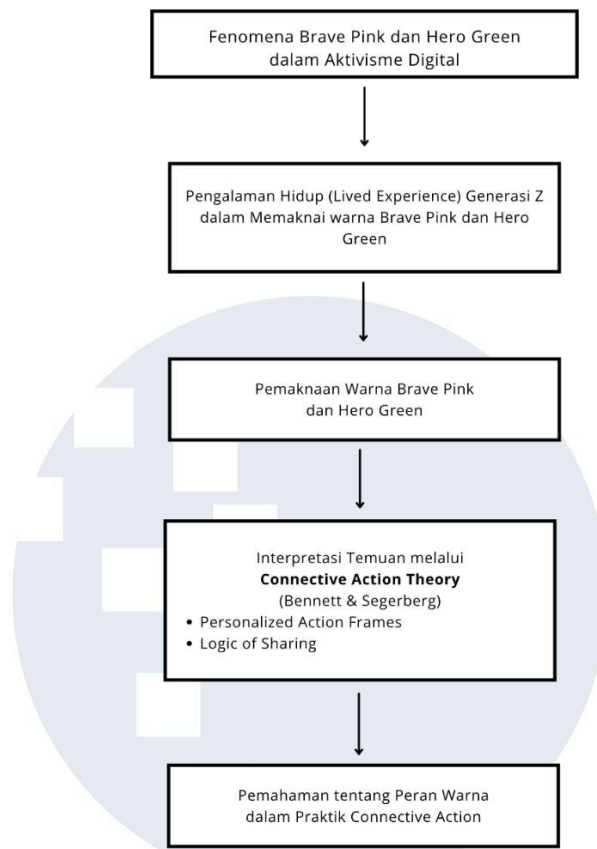
menambahkan bahwa tindakan sederhana tersebut merupakan manifestasi dari demokrasi reaktif (*reactive democracy*), di mana setiap unggahan dapat dimaknai sebagai bentuk “pemungutan suara implisit” (*implicit vote*) atau mikro-referendum yang secara kolektif mencerminkan suasana hati (*mood*), serta posisi politik publik terhadap suatu isu (Gerbaudo, 2022).

Penting untuk diketahui bahwa penyebaran ekspresi visual tersebut tidak berlangsung dalam ruang yang netral, melainkan dipengaruhi oleh sebuah logika platform digital. Logika ini membantu mengorganisir jangkauan konten, baik dengan mengatur skala viralitas maupun membatasi proses distribusinya (Gerbaudo, 2022). Dengan demikian, penggunaan warna sebagai ekspresi visual dalam aksi konektif Generasi Z berlangsung melalui perpaduan antara budaya berbagi (*Logic of Sharing*) sebagai poros gerakan dengan mekanisme platform digital. Melalui mekanisme tersebut, ekspresi visual yang pada awalnya bersifat personal dapat berkembang menjadi kekuatan politik kolektif yang lebih luas tanpa kehilangan karakter dasar mereka yang tersebar dan tidak terpusat (Bennet & Segerberg, 2013).

2.4. Kerangka Pemikiran

Dari pemaparan sebelumnya, maka alur penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



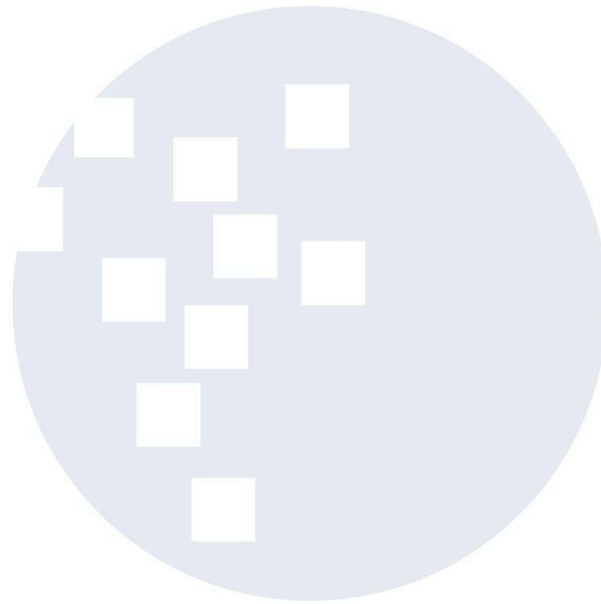


Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Bagan kerangka pemikiran pada gambar 2.4 menunjukkan alur konseptual yang digunakan dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran diawali dari fenomena penggunaan warna *Brave Pink* dan *Hero Green* dalam aktivisme digital. Fenomena tersebut dipahami melalui pengalaman hidup (*lived experience*) Generasi Z sebagai kelompok yang terpapar, terlibat, dan memiliki pengalaman langsung dalam penggunaan elemen visual warna di ruang digital. Melalui pendekatan fenomenologi Max van Manen, penelitian ini berupaya memahami bagaimana Generasi Z memaknai warna *Brave Pink* dan *Hero Green* berdasarkan pengalaman yang mereka alami dan rasakan. Pemaknaan yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan *Connective Action Theory* dari Bennett dan Segerberg (2012), khususnya melalui konsep *Personalized Action Frames* dan *Logic of Sharing*, untuk memahami bagaimana warna berfungsi sebagai medium ekspresi personal sekaligus sarana penyebaran makna dalam jaringan digital. Dengan demikian

penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman mengenai perasn warna dalam praktik *connective action* yang berlangsung di ruang digital.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA