

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Analisis dilakukan terhadap tujuh penelitian yang membahas simbol visual, budaya partisipatif, motivasi partisipasi daring, serta aktivisme digital, untuk menemukan celah yang dapat diperkaya dari segi isu, teori, maupun metodologi.

Penelitian pertama adalah “Analisis Kualitatif terhadap Fenomena Peringatan Darurat Garuda Biru: Memahami Peran Framing dan Resonansi Emosional dalam Membentuk Opini Publik” oleh Nawar (2025). Penelitian ini menggunakan konsep framing dan teori komunikasi simbolik untuk mengkaji bagaimana simbol “Garuda Biru” digunakan dalam menyampaikan pesan politik di media sosial. Dengan metode kualitatif berbasis analisis konten dan framing, penelitian ini menemukan bahwa kekuatan simbol visual yang menyentuh emosi publik dapat memobilisasi dukungan terhadap suatu isu. Gap-nya adalah fokus penelitian masih pada simbol Garuda Biru dan tidak mengeksplorasi motivasi individu dalam mengadopsi simbol tersebut sebagai elemen identitas daring. Penelitian ini hadir dengan kebaruan berupa analisis makna dan motivasi mahasiswa terhadap penggunaan simbol warna *Brave Pink & Hero Green* dalam gerakan sosial.

Penelitian kedua adalah “Budaya Partisipasi dan Resistensi Komunitas Keagamaan di Media Sosial” oleh Iriansyah et al. (2022) yang diterbitkan dalam Jurnal Studi Komunikasi dan Media. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi untuk menelaah bagaimana komunitas keagamaan di Indonesia berpartisipasi secara digital, khususnya dalam konteks penetapan Hari Raya Idul Adha 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya partisipatif komunitas keagamaan di media sosial termanifestasi dalam empat bentuk utama, yaitu afiliasi, ekspresi, kolaborasi, dan sirkulasi.

Penelitian ketiga adalah “Budaya Partisipatori dalam Saluran Komunikasi Pemasaran Digital Pariwisata” oleh Loisa et al. (2021) Penelitian ini berlandaskan teori participatory culture yang dikembangkan Jenkins. Dengan metode kualitatif netnografi, studi ini mengkaji bagaimana artefak visual dan narasi dalam promosi pariwisata di Instagram dapat mendorong keterlibatan audiens. Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten visual mampu menjadi pemicu budaya partisipatif. Namun, isu yang dikaji hanya terkait pariwisata, bukan simbol politik. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menerapkan konsep budaya partisipatif untuk memahami simbol warna *Brave Pink & Hero Green* dalam gerakan mahasiswa.

Penelitian keempat adalah “Analisis Faktor Pendorong *Fear of Missing Out* (FOMO) Mahasiswa dalam Partisipasi Demonstrasi Terkait Isu ‘Indonesia Gelap’” oleh Saputra et al. (2025) yang dimuat dalam Jurnal Mediasi. Studi ini menggunakan metode mixed methods (gabungan kuantitatif dan kualitatif) untuk menganalisis faktor-faktor pendorong *Fear of Missing Out* (FOMO) yang memengaruhi keterlibatan mahasiswa dalam demonstrasi terkait isu kebijakan ekonomi dan pendidikan bertajuk “Indonesia Gelap.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO memiliki peran signifikan dalam mendorong mahasiswa untuk ikut serta dalam aksi kolektif. Namun demikian, temuan juga menegaskan bahwa kesadaran kritis mahasiswa tetap diperlukan untuk membedakan antara partisipasi yang bermakna dengan keterlibatan yang sekadar mengikuti arus.

Penelitian kelima adalah “Symbolic Reality Construction of the K-Pop Community on Twitter” oleh Astari et al. (2024) Penelitian ini memakai teori symbolic convergence dan kerangka budaya partisipatif untuk mengeksplorasi bagaimana komunitas BTS (ARMY) membangun hasil simbolik di Twitter. Dengan metode etnografi virtual, penelitian ini mendapatkan bahwa interaksi simbolik melalui foto, video, dan pesan bisa memperkuat identitas kolektif fandom. Meskipun relevan pada aspek partisipasi simbolik, konteks penelitian masih terbatas pada hiburan saja, bukan aktivisme politik. Penelitian ini membawa hal yang baru dengan melihat simbol warna dalam gerakan sosial mahasiswa.

Penelitian keenam adalah “Aktivisme Digital Fandom K-Pop NCTzen sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial” oleh Aprina et al. (2024) Penelitian ini memanfaatkan teori participatory culture dan parasosial interaction untuk memahami fenomena solidaritas digital melalui akun @nctzenhumanity pasca tragedi Kanjuruhan. Dengan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa interaksi parasosial positif dapat mendorong keterlibatan sosial di ruang digital. Gap-nya terletak pada simbol yang digunakan, yakni kegiatan donasi, bukan simbol warna politik. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memfokuskan kajian pada simbol *Brave Pink & Hero Green* yang sarat makna politik.

Penelitian ketujuh adalah “Aktivisme Digital Perspektif: Gambar Buah Semangka sebagai Interaksi Simbolik Simpati bagi Palestina” oleh Putranto & Puspita (2023). Penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik untuk menafsirkan penggunaan gambar buah semangka sebagai simbol dukungan bagi Palestina di media sosial. Dengan studi literatur dan analisis isi, penelitian ini menemukan bahwa simbol visual dapat menyampaikan pesan politik dan membentuk solidaritas lintas negara. Namun, fokus isu bersifat global, dan metode yang digunakan bukan studi lapangan. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengeksplorasi simbol lokal *Brave Pink & Hero Green* melalui pendekatan empiris terhadap partisipasi mahasiswa.

Secara umum, seluruh penelitian terdahulu menunjukkan bahwa simbol visual di media sosial merupakan instrumen penting untuk membangun solidaritas, identitas kolektif, dan keterlibatan publik. Konsep-konsep seperti participatory culture (Jenkins), symbolic convergence, interaksionisme simbolik, framing, dan FoMO menjadi fondasi yang digunakan untuk menjelaskan partisipasi daring dalam berbagai konteks. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan sekadar sarana komunikasi, melainkan arena aksi simbolik yang mampu memperluas kesadaran sosial maupun politik.

Namun, terdapat perbedaan mendasar antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Tidak satu pun studi sebelumnya secara khusus membahas fenomena *pictivism* politik berbasis warna yang lahir dari gerakan sosial lokal di Indonesia.

Simbol *Brave Pink & Hero Green* dalam gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat memiliki karakteristik unik: tercipta dari peristiwa nyata, menyebar cepat di media sosial, dan dipilih mahasiswa untuk menegaskan sikap politik melalui foto profil. Penelitian ini memperluas literatur dengan menggabungkan analisis makna, motivasi, dan Budaya partisipasi digital, sekaligus memeriksa apakah tindakan mahasiswa mengganti foto profil merupakan ekspresi kepedulian substantif atau hanya bentuk partisipasi simbolis yang mengikuti arus tren.



Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6	Jurnal 7
1.	Judul Artikel Ilmiah	Analisis Kualitatif terhadap Fenomena "Peringatan Darurat Garuda Biru": Memahami Peran Framing dan Resonansi Emosional dalam Membentuk Opini Publik	Budaya Partisipasi dan Resistensi Komunitas Keagamaan di Media Sosial	Budaya Partisipatori dalam Saluran Komunikasi Pemasaran Digital Pariwisata	Analisis Faktor Pendorong <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Mahasiswa dalam Partisipasi Demonstrasi Terkait Isu 'Indonesia Gelap'	<i>Symbolic Reality Construction of the K-Pop Community on Twitter</i>	Aktivisme Digital Fandom K-Pop NCTzen sebagai Wujud Positif Interaksi Parasosial	Aktivisme Digital Perspektif: Gambar Buah Semangka sebagai Interaksi Simbolik Simpati bagi Palestina

2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Muhammad Fayad Nawar (2024) Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi	Adibrata Iriansyah (2022), jurnal Studi Komunikasi dan Media	Loisa, Suryani & Sihombing, 2021, Jurnal ASPIKOM	Sapuitra et al (2025) , Jurnal Mediasi	Astari, Agustina & Nurusaadah, 2024, Jurnal Komunikasi Digital	Aprina, Ashaf & Windah, 2024, KOMUNIKOLOGI	Algooth Putranto & Ratna Puspita, 2023, Jurnal Komunikasi dan Media Digital
3.	Fokus Penelitian	Simbol politik & framing	Budaya partisipasi komunitas keagamaan di media sosial, khususnya dalam konteks penetapan Hari Raya Idul Adha 2022	Budaya partisipatif audiens dalam promosi pariwisata di Instagram	Menganalisis faktor-faktor pendorong FOMO yang memengaruhi keterlibatan mahasiswa dalam demonstrasi terkait isu “Indonesia Gelap”	Konstruksi realitas simbolik komunitas ARMY di Twitter	Solidaritas digital fandom NCT melalui akun @nctzenhumanity	Penggunaan simbol semangka untuk dukungan Palestina di media sosial
4.	Teori	Resonansi emosional dan framing	Budaya Partisipasi	FoMO, Self Determination Theory	Konsep <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO)	Symbolic convergence	Participatory Culture, interaksi parasosial	Interaksionisme simbolik

			(Participatory Culture)			theory, budaya partisipatif		
5.	Metode Penelitian	kualitatif deskriptif (analisis isi)	Kualitatif (Netnografi)	Kualitatif (netnografi)	Mixed Methods (gabungan kuantitatif & kualitatif).	Kualitatif (etnografi virtual)	Kualitatif deskriptif	Studi literatur & analisis isi
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Sama-sama membahas simbol visual di media sosial	Sama-sama mengkaji Budaya partisipasi digital dalam konteks masyarakat Indonesia.	Sama-sama memakai teori budaya partisipatif dan artefak visual	Sama-sama meneliti partisipasi mahasiswa dalam gerakan sosial-politik.	Sama-sama mengkaji simbol dan identitas kolektif di media sosial	Sama-sama mengkaji solidaritas dan budaya partisipatif di media sosial	Sama-sama meneliti simbol visual sebagai sarana aktivisme digital
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Objek simbol berbeda; penelitian ini fokus pada <i>Brave Pink & Hero Green</i> serta motivasi mahasiswa	Artikel ini fokus pada isu keagamaan (penetapan Idul Adha)	Isu penelitian hanya promosi pariwisata; penelitian kamu fokus simbol warna dalam gerakan sosial	Artikel ini berfokus pada demonstrasi “Indonesia Gelap” dengan isu kebijakan ekonomi dan pendidikan	Konteks penelitian fandom hiburan sementara penelitian peneliti fokus symbol politik gerakan 17+8	Simbol berbeda (donasi), tidak fokus pada warna politik	Konteks isu global dan metode literatur sementara penelitian peneliti berbasis lapangan dan fokus gerakan lokal

8.	Hasil Penelitian	Simbol Garuda Biru efektif membangkitkan emosi publik dan dukungan pada isu	Partisipasi komunitas keagamaan muncul dalam empat bentuk; afiliasi, ekspresi kolaborasi dan sirkulasi	Artefak visual dan narasi mendorong kolaborasi dan partisipasi daring	FOMO berperan besar mendorong partisipasi, tetapi kesadaran kritis mahasiswa tetap penting untuk membedakan antara aksi bermakna dan ikut-ikutan	Simbol dan narasi fandom memperkuat identitas kolektif ARMY	Aktivisme fandom memperlihatkan bagaimana interaksi parasosial mendukung aksi sosial	Simbol semangka memperkuat solidaritas lintas negara terhadap Palestina
----	-------------------------	---	--	---	--	---	--	---

2.2. Landasan Konsep

2.2.1 Budaya Partisipatif

Perubahan lanskap komunikasi pada dua dekade terakhir menunjukkan bahwa khalayak tidak lagi dapat dipandang semata sebagai penerima pasif pesan media. Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah melahirkan praktik baru di mana masyarakat berperan aktif sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Fenomena ini dikenal sebagai budaya partisipatif (*participatory culture*), yaitu sebuah kerangka yang menekankan keterlibatan aktif, kolaborasi, serta produksi bersama di antara pengguna media. Henry Jenkins, salah satu tokoh utama yang mempopulerkan konsep ini, menjelaskan bahwa budaya partisipatif hadir sebagai respons terhadap budaya media tradisional yang cenderung menempatkan audiens dalam posisi pasif. Dalam budaya baru ini, partisipasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas konsumsi, melainkan juga sebagai bentuk keterlibatan kreatif yang menghasilkan nilai sosial, kultural, bahkan politik (Jenkins et al., 2016).

Kehadiran budaya partisipatif menjadi penting karena menandai bergesernya relasi antara media dan masyarakat. Partisipasi dalam konteks ini tidak lagi terbatas pada keterampilan teknis, melainkan juga menyangkut keterampilan sosial yang memungkinkan kolaborasi dan interaksi dalam komunitas daring (Jenkins et al., 2016). Dengan demikian, budaya partisipatif bukan hanya menciptakan peluang bagi individu untuk mengekspresikan diri, tetapi juga membentuk ruang kolektif di mana nilai, makna, dan identitas dibangun melalui interaksi antaranggota komunitas.

Jenkins et al. (2016) menekankan budaya partisipatif tidak bisa dipisahkan dari perkembangan jaringan digital. Partisipasi dalam era media jejaring memiliki ciri khas berupa keterhubungan yang luas, aksesibilitas terhadap berbagai sumber informasi, serta kemampuan masyarakat untuk mengorganisasi diri secara horizontal. Melalui kerangka ini, budaya partisipatif dipandang sebagai salah satu fondasi penting dalam memahami dinamika media sosial, terutama karena ia membuka ruang bagi munculnya bentuk bentuk keterlibatan baru dalam ranah sosial maupun politik.

Budaya partisipatif merupakan sebuah kerangka yang menggambarkan keterlibatan aktif masyarakat dalam produksi, distribusi, dan interpretasi pesan media. Jenkins et al. (2009) menjelaskan budaya partisipatif sebagai lingkungan dengan keterhambatan yang sedikit untuk bisa berekspresi dan berpartisipasi, adanya dukungan yang kuat untuk menyebarkan kreasi, serta keberadaan mentor informal yang punya kemungkinan terjadinya pembagian pengetahuan. Dalam budaya semacam ini, setiap individu akan percaya bahwa kontribusinya dihargai dan mereka akan merasakan ikatan sosial yang kuat dengan anggota lain. Dirinya menekankan bahwa budaya partisipatif tidak hanya berkaitan dengan keterampilan teknis individu saja, tetapi juga mencakup keterampilan sosial yang mendorong kolaborasi, interaksi, dan pembelajaran bersama (Jenkins et al., 2016). Dengan demikian, budaya partisipatif bisa menjadi wadah bagi terbentuknya kecerdasan kolektif (*collective intelligence*) yang muncul dari interaksi antarindividu di dalam sebuah komunitas.

Pada perkembangan dari konsep ini selanjutnya, Jenkins et al. (2016) Dalam konteks dunia online, budaya partisipatif tidak hanya soal ikut terlibat saja, tapi juga soal bagaimana orang bisa mengakses informasi, saling bekerja sama tanpa batas hierarki, dan bersama membentuk makna. Artinya, partisipasi di dunia digital bukan lagi hal individu semata, tapi sudah menyangkut gerak sosial yang lebih luas di antara para penggunanya.

Kajian lain juga turut menambah penjelasan konsep ini. Carpentier (2016) mengatakan bahwa budaya partisipatif menggambarkan pemerataan kekuasaan dalam komunikasi, karena khalayak tidak lagi sekadar penerima pesan, melainkan aktor aktif yang dapat memengaruhi isi komunikasi. Sementara itu, Burgess & Green (2019) menyoroti peran platform digital seperti YouTube dalam memperluas praktik budaya partisipatif, dengan memungkinkan pengguna menjadi konsumen sekaligus produsen konten.

Masih dalam konteks yang sama, Jenkins et al. (2016) melihat budaya partisipatif juga punya sisi aspiratif. Artinya, partisipasi di dunia digital bisa membuka peluang bagi anak muda untuk terlibat dalam proses pemberdayaan sosial maupun politik.

Ada empat elemen utama yang membentuk budaya partisipatif, yaitu afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif, dan sirkulasi (Jenkins et al., 2016). Melalui empat elemen ini, kita bisa memahami bagaimana partisipasi tumbuh dan diwujudkan dalam aktivitas digital sehari-hari.

1. Afiliasi

Afiliasi merujuk pada keterlibatan individu dalam komunitas daring, baik yang bersifat formal maupun informal. Komunitas dalam budaya partisipatif bisa berupa forum, grup media sosial, atau bahkan jaringan penggemar yang sering saling berinteraksi. Lewat afiliasi semacam ini, partisipasi muncul dari rasa keterikatan antaranggota yang bikin mereka terus aktif dan berkontribusi. Hal ini memperlihatkan bahwa budaya partisipatif nggak cuma soal individu yang kreatif, tapi juga soal bagaimana identitas seseorang dibentuk lewat hubungan dan kebersamaan di komunitasnya.

2. Ekspresi

Ekspresi dalam budaya partisipatif muncul lewat berbagai bentuk karya kreatif, baik yang dibuat sendiri maupun bersama komunitas. Bentuknya bisa bermacam-macam mulai dari fan fiction, fan art, video parodi, sampai meme digital yang sering muncul di linimasa. Semua itu bukan hanya soal hiburan, tapi juga jadi cara seorang menampilkan jati diri dan nilai yang mereka yakini. Di era media sosial, bentuk ekspresi seperti ini semakin berkembang karena siapa pun sekarang bisa membagikan karyanya dengan mudah dan cepat.

3. Pemecahan masalah kolaboratif

Pemecahan masalah kolaboratif menggambarkan praktik kerja sama antaranggota komunitas dalam menyelesaikan suatu persoalan bersama. Contohnya yang diberikan Jenkins et al. (2009) mencontohkan bentuknya lewat kontribusi kolektif dalam proyek ensiklopedia daring seperti Wikipedia, atau kerja sama di dalam permainan daring yang menuntut koordinasi dan strategi tim. Elemen ini menyoroti konsep collective

intelligence, yaitu pengetahuan yang dibangun secara bersama melalui interaksi dan pertukaran ide di antara para anggotanya.

4. Sirkulasi

Sirkulasi merujuk pada bagaimana cara masyarakat berperan dalam mengatur arah serta penyebaran di media. Dalam budaya partisipatif, audiens tidak lagi hanya menjadi yang menerima pesan, tetapi juga ikut serta dalam proses menyebarkan, mengkurasi, bahkan mengubah pesan melalui berbagai media online seperti blog, podcast, maupun media sosial apaun. Elemen ini menunjukkan bahwa sirkulasi memegang peran yang penting dalam dunia digital, di mana algoritma dan perilaku berbagi user media sosial sama-sama memengaruhi seberapa luas sebuah konten bisa terlihat di dunia.

Elemen-elemen tersebut menandai pergeseran fundamental dalam hubungan antara media dan audiens. Budaya partisipatif menempatkan masyarakat sebagai user aktif yang secara kreatif, kolaboratif, dan strategis berperan dalam produksi serta distribusi makna.

Perkembangan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial, telah memperluas dan penyebaran praktik budaya partisipatif yang sebelumnya terbatas atau terkekang pada komunitas penggemar atau ruang budaya populer. Jenkins et al. (2009) menyebut bahwa kemunculan Web 2.0 dengan “arsitektur partisipasi”-nya telah mengubah cara masyarakat memproduksi dan mendistribusikan informasi. Web 2.0 menghadirkan platform yang memungkinkan pengguna tidak hanya mengakses konten, tetapi juga memproduksi, membagikan, serta berkolaborasi dalam penciptaan makna. Dengan demikian, partisipasi tidak lagi bersifat elitis, melainkan menjadi praktik yang lebih inklusif dan masif.

Budaya partisipatif semakin dekat dengan perkembangan jaringan era digital. Media sosial memberikan ruang yang memberikan fasilitas interaksi dengan horizontal, mempercepat penyampaian pesan, dan memperluas jangkauan komunitas partisipatif (Jenkins, Ito, et al., 2016). Fenomena ini melihat bagaimana partisipasi digital mendorong terjadinya kecerdasan kolektif (collective

intelligence), itu seperti kemampuan suatu komunitas untuk memecahkan masalah dan membangun pengetahuan secara bersama-sama (Jenkins et al., 2016).

Jenkins, Sheresthova, et al. (2016) menyoroti munculnya aktivisme generasi muda yang mengandalkan media sosial sebagai sarana partisipasi politik. Menurut mereka, budaya partisipatif menyediakan infrastruktur simbolik dan praktis bagi generasi digital untuk mengartikulasikan identitas politik, menyuarakan aspirasi, dan membangun solidaritas lintas komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan budaya partisipatif di era digital tidak hanya terkait dengan hiburan atau fandom, tetapi juga dengan partisipasi sipil yang lebih luas.

Budaya partisipatif tidak hanya relevan dalam ranah hiburan atau komunitas penggemar, tetapi juga memainkan peran penting dalam dinamika politik dan aktivisme sosial. Jenkins, Sheresthova, et al. (2016) menunjukkan bahwa generasi muda memanfaatkan budaya partisipatif sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas politik dan memperjuangkan isu-isu sosial. Aktivisme digital yang berakar pada budaya partisipatif memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi melalui media sosial, dengan cara menciptakan simbol, menyebarkan tagar, atau mengganti foto profil sebagai bentuk dukungan terhadap suatu gerakan.

Fenomena ini sering disebut sebagai *participatory politics*, yaitu bentuk keterlibatan politik yang lahir dari praktik budaya partisipatif dan difasilitasi oleh media digital (Kahne et al., 2014). Partisipasi semacam ini ditandai oleh rendahnya hambatan untuk berkontribusi, sifatnya yang kolaboratif, serta penggunaan simbol-simbol visual sebagai alat mobilisasi. Dalam konteks ini, budaya partisipatif menyediakan ruang alternatif bagi masyarakat, terutama generasi muda, untuk menyalurkan aspirasi politik di luar mekanisme formal.

Tufekci (2017) menambahkan bahwa aktivisme digital memiliki kekuatan dalam memperluas skala mobilisasi melalui media sosial. Partisipasi yang berakar pada budaya partisipatif dapat meningkatkan kesadaran publik secara cepat dan masif, meskipun seringkali dipertanyakan kedalaman komitmennya. Hal ini terkait dengan fenomena yang disebut *slacktivism*, yaitu bentuk partisipasi simbolik yang relatif mudah dilakukan tetapi tidak selalu disertai dengan keterlibatan lebih lanjut

(Kristofferson et al., 2014). Meskipun demikian, *slacktivism* tetap dapat berfungsi sebagai pintu masuk bagi individu untuk terlibat lebih dalam dalam gerakan sosial.

Carpentier (2016) menambahkan bahwa dalam era digital, budaya partisipatif harus dipahami sebagai arena negosiasi kekuasaan antara institusi media dan masyarakat. Meskipun media sosial membuka ruang partisipasi yang lebih luas, dinamika kekuasaan tetap hadir melalui kendali algoritma, kapitalisasi platform, dan regulasi politik. Oleh karena itu, perkembangan budaya partisipatif di era digital bersifat ambivalen: di satu sisi menawarkan peluang demokratisasi komunikasi, tetapi di sisi lain berpotensi direduksi oleh kepentingan ekonomi dan politik.

2.2.2 Fear of Missing Out (FoMO)

Konsep *Fear of Missing Out* (FoMO) pertama kali diperkenalkan secara sistematis sebagai “perasaan atau kekhawatiran bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman yang berharga sementara individu tersebut tidak hadir dalam pengalaman itu” (pervasive apprehension that others might be having rewarding experiences from which one is absent) (Przybylski et al., 2013). Definisi ini menekankan aspek psikologis berupa kecemasan yang muncul akibat adanya perbedaan pengalaman sosial antara diri sendiri dengan orang lain.

Przybylski et al. (2013) menjelaskan bahwa FoMO berakar pada kebutuhan dasar manusia akan keterhubungan (relatedness), sebagaimana dijelaskan dalam Self-Determination Theory (SDT). Teori ini menyatakan bahwa setiap individu memiliki tiga kebutuhan psikologis utama, yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan (Deci & Ryan, 2009). FoMO muncul ketika kebutuhan keterhubungan tersebut tidak terpenuhi secara optimal, sehingga individu merasa terdorong untuk selalu memantau aktivitas sosial orang lain. Dengan demikian, FoMO dapat dipahami sebagai manifestasi dari ketidakseimbangan psikologis dalam kebutuhan dasar manusia untuk merasa terhubung dengan lingkungannya.

Definisi FoMO terus berkembang dalam penelitian selanjutnya. Alt (2015), misalnya, menekankan bahwa FoMO bukan hanya berkaitan dengan pengalaman yang terlewat, tetapi juga memperlihatkan pola perilaku kompulsif dalam

memantau aktivitas sosial melalui perangkat digital. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO memiliki hubungan yang kuat dengan perkembangan teknologi komunikasi sekarang, terutama media sosial. Sementara itu, Wegmann et al. (2017) mendefinisikan FoMO sebagai “mekanisme mediasi” yang menyambungkan hubungan antara kebutuhan psikologis dengan perilaku penggunaan media sosial. Dengan kata lain, FoMO tidak hanya menjadi faktor psikologis, tetapi juga faktor penting yang mendorong intensitas penggunaan media digital.

Perkembangan media sosial telah memberikan ruang yang baru bagi muncul dan berkembangnya fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Media sosial memungkinkan individu untuk terus memperhatikan aktivitas sosial orang lain, sehingga meningkatkan kecenderungan merasa tertinggal jika tidak terlibat dalam interaksi tersebut. Przybylski et al. (2013) menegaskan bahwa FoMO berhubungan erat dengan penggunaan di media sosial karena platform digital memberikan akses cepat terhadap informasi mengenai aktivitas sosial orang lain. Dalam hal ini, media sosial berfungsi sebagai pemicu utama bagi individu yang memiliki tingkat FoMO tinggi untuk selalu terhubung dengan lingkungannya.

FoMO juga dipandang sebagai salah satu faktor psikologis yang mendorong keterikatan berlebihan terhadap media sosial. Alt (2015) menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat FoMO tinggi cenderung memiliki intensitas penggunaan media sosial yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dengan tingkat FoMO rendah. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk selalu mengetahui apa yang dilakukan teman sebaya dan keinginan untuk tetap terhubung dengan komunitas. Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga menjadi arena bagi individu untuk memvalidasi keberadaannya.

Studi yang dilakukan oleh Elhai et al. (2016) menunjukkan bahwa FoMO memiliki korelasi positif dengan kecanduan media sosial. Semakin tinggi tingkat FoMO, semakin besar pula kemungkinan individu mengalami penggunaan media sosial yang problematik. Penemuan ini diperkuat oleh Blackwell et al. (2017) yang melihat bahwa FoMO merupakan prediktor signifikan terhadap frekuensi penggunaan media sosial, khususnya dalam aktivitas yang bersifat repetitif seperti memeriksa notifikasi, memperbarui status, dan mengganti foto profil.

Selain itu, Wegmann et al. (2017) menegaskan bahwa FoMO berfungsi sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan hubungan antara kebutuhan psikologis dan perilaku penggunaan internet. Dengan kata lain, seorang yang memiliki kebutuhan tinggi untuk merasa terhubung dengan orang lain disekitarnya akan lebih rentan mengalami FoMO, yang kemudian mendorong keinginan penggunaan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya berdampak pada aspek psikologis, tetapi juga memengaruhi pola interaksi digital sehari-hari.

Selain berhubungan dengan isi penggunaan media sosial, fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) juga memiliki keterkaitan dengan bentuk partisipasi simbolik dalam era ruang digital. Partisipasi simbolik merujuk pada tindakan sederhana yang dilakukan individu untuk menunjukkan dukungan terhadap isu tertentu, misalnya dengan mengganti foto profil, menekan tombol like, atau membagikan ulang sebuah unggahan. Partisipasi semacam ini sering dikategorikan sebagai *slacktivism*, yakni bentuk aktivisme yang bersifat minimal, simpel, dan tidak selalu diikuti dengan hal nyata dalam dunia offline (Kristofferson et al., 2014).

FoMO dapat menjadi salah satu yang mendorong utama terjadinya partisipasi simbolik. Individu yang mengalami FoMO cenderung merasa perlu mengikuti tren sosial yang sedang berkembang di lingkungannya agar tidak tertinggal. Dalam konteks media sosial, hal ini dapat berupa tindakan menyesuaikan diri dengan simbol atau gerakan tren yang sedang ramai dibicarakan. Przybylski et al. (2013) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO tinggi cenderung melakukan perilaku kompulsif dalam media sosial untuk memastikan dirinya tetap terhubung dengan aktivitas orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian Alt (2015) yang menegaskan bahwa FoMO mendorong mahasiswa untuk lebih terlibat dalam aktivitas daring, meskipun bentuk keterlibatannya tidak selalu mendalam.

Penelitian oleh Bayer et al. (2016) menemukan bahwa FoMO mendorong pengguna media sosial untuk lebih sering merespons isyarat sosial yang berhubungan dengan kelompok mereka. Dengan kata lain, partisipasi simbolik yang tampak sepele, seperti memberikan tanda dukungan pada sebuah kampanye daring, sering kali didorong oleh rasa takut dianggap tertinggal atau terisolasi dari jaringan

sosial. Fenomena ini memperlihatkan bahwa FoMO berfungsi bukan hanya sebagai kondisi psikologis individual, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang memengaruhi pola partisipasi kolektif.

FoMO tidak hanya dipahami sebagai hal psikologis yang berdiri sendiri, tetapi juga berfungsi sebagai motivasi utama yang mendorong individu untuk aktif dalam media sosial. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi FoMO dapat dikelompokkan ke dalam psikologis, sosial, digital/teknologis, dan emosional (Alt, 2015; Dhir et al., 2018; Przybylski et al., 2013; Wegmann et al., 2017). Faktor-faktor ini menjelaskan mengapa individu, khususnya generasi muda, cenderung terlibat dalam partisipasi daring meskipun bentuk partisipasinya bersifat simbol saja atau dangkal (Kristofferson et al., 2014).

1. Faktor psikologis

FoMO berakar pada kebutuhan dasar manusia akan keterhubungan (relatedness) sebagaimana dijelaskan dalam Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2009). Ketika kebutuhan keterhubungan tidak terpenuhi, individu merasakan dorongan untuk mencari validasi sosial melalui media sosial. Przybylski et al. (2013) menegaskan bahwa FoMO merupakan hasil dari kegagalan memenuhi kebutuhan tersebut, yang kemudian memotivasi individu untuk selalu terhubung dengan aktivitas orang lain.

2. Faktor sosial

Tekanan dari lingkungan sosial dan teman sebaya juga punya pengaruh besar terhadap munculnya FoMO. Bayer et al. (2016) menemukan bahwa banyak orang akhirnya ikut menyesuaikan diri dengan kebiasaan teman di dunia digital supaya nggak merasa tersisih. Hal ini bisa terlihat lewat tindakan simbolik seperti mengganti foto profil, ikut tren warna, atau gaya visual tertentu semua itu dilakukan agar tetap dianggap “nyambung” dengan lingkaran sosialnya.

3. Faktor digital/teknologis

Struktur teknologis media sosial turut memperkuat FoMO. Elhai et al. (2016) menunjukkan bahwa notifikasi real-time dan algoritma berbasis keterlibatan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk terus memantau

aktivitas daring. Dhir et al. (2018) menambahkan bahwa kemudahan akses informasi melalui perangkat seluler memperbesar rasa cemas ketika individu tidak dapat segera merespons interaksi social digital. Dengan demikian, desain platform digital menjadi faktor eksternal yang memperkuat motivasi FoMO.

4. Faktor emosional

FoMO sering muncul karena faktor emosi juga. Rasa cemas, iri, atau bahkan ketidakpuasan diri bisa memicu seseorang untuk terus mengikuti aktivitas orang lain di media sosial. Wegmann et al. (2017) orang dengan tingkat kecemasan sosial yang tinggi biasanya lebih takut kehilangan momen interaksi. Perasaan iri terhadap kehidupan atau pencapaian orang lain juga bisa memperparahnya, sampai akhirnya individu terdorong ikut tren hanya agar tidak merasa tertinggal walau sebenarnya ia tidak benar-benar paham atau terlibat dalam isu tersebut.

2.2.3 *Slacktivism*

Slacktivism merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan bentuk partisipasi politik atau sosial yang bersifat simbolis, mudah dilakukan, dan tidak menuntut biaya maupun risiko besar. Loader et al. (2014) menyebut *slacktivism* sebagai praktik khas generasi muda dalam menggunakan media sosial untuk mengekspresikan keberpihakan politik, meskipun keterlibatannya cenderung minim. Dalam konteks ini, *slacktivism* muncul sebagai bagian dari transformasi partisipasi politik yang bergeser ke ranah digital.

Bennett & Segerberg, (2013) menjelaskan *slacktivism* sebagai bagian dari logic of *connective action*, di mana individu terhubung melalui media digital dengan aksi-aksi simbolis yang bersifat personal namun terintegrasi dalam jaringan luas. Tindakan seperti menandatangani petisi daring, membagikan tagar, atau mengganti foto profil dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi berbasis koneksi, bukan organisasi formal. Mihailidis (2019) menambahkan bahwa *slacktivism* dapat dilihat sebagai ekspresi literasi media kewargaan (*civic media literacies*), yaitu

bagaimana individu berusaha menunjukkan keterlibatan politik melalui tindakan ringan yang mudah diakses di ruang digital.

Beberapa penelitian terbaru juga menegaskan bahwa *slacktivism* punya ciri khas tersendiri. Kristofferson et al. (2014) menyebutnya sebagai *token support* bentuk dukungan simbolik yang dilakukan di ruang publik untuk menunjukkan identitas sosial seseorang. Dalam hal ini, *slacktivism* atau *clicktivism* tetap bisa dianggap sebagai partisipasi politik yang sah di era digital, meski skalanya kecil. Justru, bentuk partisipasi seperti ini berperan penting dalam memperluas penyebaran pesan kampanye dan membangun rasa solidaritas simbolis antaranggota komunitas.

Berdasarkan literatur tersebut, *slacktivism* memiliki empat karakteristik utama:

1. Biaya rendah (low-cost) itu mudah dilakukan tanpa memerlukan sumber daya besar.
2. Risiko rendah (low-risk) yaitu aman karena dilakukan di ruang digital tanpa konsekuensi langsung.
3. Sifat simbolis (symbolic) lebih menekankan pernyataan identitas atau solidaritas dibanding aksi nyata.
4. Dapat diamati (observable) bisa dilakukan di ruang publik digital sehingga memperlihatkan performativitas sosial.

Walau *slacktivism* marak dilakukan di dunia digital, banyak pihak menilai bahwa bentuk partisipasi ini punya keterbatasan besar. Kritik yang paling sering muncul adalah bahwa *slacktivism* cenderung dangkal dan jarang menghasilkan perubahan sosial yang nyata. Loader et al. (2014) melihat partisipasi simbolik anak muda di media sosial lebih bersifat performatif fokusnya pada pencitraan diri, bukan pada tindakan nyata. Kritik ini sejalan dengan pandangan Penney (2015), menyebut *slacktivism* sebagai *feel-good activism*, yaitu bentuk aktivisme yang membuat pelakunya merasa puas secara emosional, tapi tanpa dampak politik yang signifikan.

Penelitian empiris juga menunjukkan bahwa *slacktivism* berpotensi melemahkan partisipasi politik lebih lanjut. Kristofferson et al. (2014) menemukan hal yang agak paradoks. Ketika seseorang menunjukkan dukungan simbolik di

ruang publik, mereka sering merasa sudah cukup berbuat sesuatu. Akibatnya, dorongan untuk melakukan aksi nyata justru menurun karena ada perasaan bahwa kewajiban moral telah terpenuhi. Velasquez dan LaRose (2015) menunjukkan bahwa *slacktivism* tidak selalu meningkatkan rasa efektivitas politik (*political efficacy*). Bahkan, kebiasaan berpartisipasi dalam aktivitas ringan bisa membuat seseorang cenderung apatis terhadap keterlibatan politik yang lebih serius.

Kritik lainnya menyoroti sisi performatif dan algoritmik dari *slacktivism*. Walaupun bentuk partisipasi ini sah-sah saja dalam konteks politik digital, sering kali ia lebih berfungsi untuk memperlihatkan identitas sosial ketimbang benar-benar mendorong perubahan (Penney, 2015). Masalahnya, kampanye simbolis seperti ini mudah dimanfaatkan oleh platform media sosial untuk kepentingan komersial. Pesan politik akhirnya direduksi jadi sekadar konten viral yang cepat hilang dari linimasa.

Namun, tidak semua pandangan soal *slacktivism* bersifat negatif. Beberapa peneliti justru melihat sisi lain yang lebih optimistis. Skoric et al. (2016) menilai bahwa tindakan simbolik di media sosial bisa menjadi pintu masuk menuju partisipasi yang lebih nyata. Hal serupa juga ditegaskan oleh Lee & Hsieh (2013) yang menemukan bahwa langkah sederhana seperti menandatangani petisi daring dapat mendorong seseorang untuk terlibat lebih jauh ketika mereka merasa dekat dengan isu yang sedang diperjuangkan.

Dari sudut pandang budaya partisipatif, *slacktivism* bisa dipahami sebagai bagian dari pola keterlibatan digital yang lebih luas. Kontribusi kecil tetap berarti, karena bisa memperkuat rasa solidaritas dan keterhubungan sosial (Jenkins et al., 2016). Mengganti foto profil atau memakai tagar populer bukan sekadar simbol, melainkan cara memperluas pesan dan menciptakan rasa kebersamaan di antara para pengguna internet. Jadi, *slacktivism* tidak selalu mencerminkan keterlibatan dangkal, tetapi juga memperlihatkan bagaimana generasi muda menegosiasikan identitas politik mereka di ruang digital yang terus berubah.

2.2.4 *Pictivism*

Pictivism merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk partisipasi politik dan sosial melalui penggunaan gambar atau visual, khususnya foto profil, sebagai medium ekspresi dukungan dalam ruang digital (Bentley, 2013, dalam Oeldorf-Hirsch & McGloin, 2017). Konsep ini berakar dari praktik partisipasi simbolik yang berkembang dalam budaya partisipatif, di mana individu memanfaatkan media visual untuk menunjukkan keberpihakan mereka terhadap isu tertentu (Bentley, 2013). Pergeseran partisipasi politik ke ranah visual digital merepresentasikan bagaimana identitas politik kini dinegosiasikan melalui representasi diri di media sosial.

Dalam praktiknya, *pictivism* muncul sebagai bentuk *slacktivism* visual, karena tindakan mengganti foto profil dengan simbol atau warna tertentu relatif mudah dilakukan dan berbiaya rendah. Meski demikian, literatur menekankan bahwa *pictivism* memiliki kekuatan mobilisasi simbolis yang besar. McCulloch (2019) menjelaskan bahwa visual dalam konteks digital berfungsi sebagai affective signifiers yang menyampaikan emosi kolektif, solidaritas, dan nilai kebersamaan. Studi Highfield & Leaver (2016) juga menunjukkan bahwa penggunaan gambar profil dengan simbol tertentu mampu meningkatkan visibilitas gerakan dan memperkuat identitas kelompok di ruang daring.

Berdasarkan literatur yang sudah dijelaskan, *pictivism* dapat dipahami dalam beberapa kategori utama:

1. *Pictivism Identitas (Identity Pictivism)*

Penggunaan foto profil dengan simbol tertentu untuk menandakan keberpihakan politik atau sosial. Contoh paling populer adalah rainbow filter di Facebook pada 2015 sebagai dukungan terhadap pernikahan sesama jenis (Penney, 2015), serta fenomena *Brave Pink & Hero Green* di Indonesia.

2. *Pictivism Solidaritas (Solidarity Pictivism)*

Visual digunakan sebagai tanda solidaritas bersama, terutama saat terjadi tragedi atau gerakan protes sosial. Misalnya, penggunaan pita hitam pada

foto profil untuk menandai solidaritas atas korban bencana atau kekerasan (Highfield & Leaver, 2016).

3. *Pictivism* Performatif (Performative *Pictivism*)

Bentuk *pictivism* yang lebih berorientasi pada citra diri di ruang digital dibandingkan aksi nyata. Christensen (2011) menyebut bentuk ini sebagai ekspresi simbolik yang menciptakan ilusi keterlibatan, ini juga menegaskan bahwa partisipasi digital sering kali bersifat performatif.

4. *Pictivism* Transformatif (Transformative *Pictivism*)

Pictivism yang berfungsi tidak hanya sebagai ekspresi simbolis, tetapi juga sebagai pemicu tindakan lebih lanjut. Skoric et al. (2015) menunjukkan bahwa partisipasi simbolis dapat menjadi pintu masuk menuju keterlibatan substantif, misalnya mengarahkan individu untuk menandatangani petisi, berdonasi, atau ikut aksi offline.

Fenomena *pictivism* dapat ditemukan dalam berbagai konteks global. Kampanye visual daring sering menyebar cepat karena memanfaatkan jaringan sosial yang luas dan sifat media visual yang mudah dikenali. Di Indonesia, penggunaan filter *Brave Pink & Hero Green* oleh mahasiswa Jakarta menjadi contoh nyata *pictivism* identitas dan solidaritas, karena tindakan tersebut tidak hanya merepresentasikan keberpihakan politik, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan di kalangan komunitas digital.

Namun, *pictivism* tetap menuai kritik karena dianggap sebagai bentuk keterlibatan superfisial. Penney (2015) menegaskan bahwa mengganti foto profil jarang berhubungan langsung dengan perubahan politik nyata, melainkan lebih kepada performa dari identitas diri. Kritik yang sama datang dari Christensen (2011) yang menyebut bahwa praktik seperti *pictivism* ini berpotensi menciptakan ilusi terlibat tanpa aksi yang jelas. Meski demikian, penelitian terbaru menunjukkan bahwa *pictivism* dapat jadi pintu masuk untuk partisipasi politik yang lebih besar lagi, terutama ketika digabung dengan hal keterlibatan lain (Skoric, Zhu, et al., 2015).

Dari penjelasan sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa *pictivism* adalah salah satu bentuk partisipasi dalam budaya digital yang menggunakan visual sebagai cara

utama untuk menyampaikan pesan politik. Meski terlihat sederhana dan simbolis, praktik ini tetap penting karena bisa menumbuhkan rasa kebersamaan, memperkuat identitas kelompok, dan membantu isu tertentu menjadi lebih terlihat di ruang digital.

2.2.5 Partisipasi Instrumental

Konsep partisipasi instrumental berangkat dari perbedaan dalam kajian partisipasi politik antara orientasi instrumental dan orientasi ekspresif. Suatu keterlibatan dipahami bersifat instrumental ketika tindakan yang dilakukan ditempatkan sebagai sarana atau alat untuk mencapai tujuan tertentu di luar tindakan itu sendiri, khususnya untuk memengaruhi, baik secara langsung maupun tidak langsung, proses pembuatan kebijakan publik. Sebaliknya, partisipasi yang bersifat ekspresif lebih menekankan penyampaian pandangan, nilai, dan sikap politik. van Deth (2014) menjelaskan bahwa repertoar partisipasi politik terus berkembang hingga mencakup aktivitas yang kreatif, individual, dan ekspresif, sehingga diperlukan peta konseptual untuk menentukan apakah suatu aktivitas dapat digolongkan sebagai partisipasi politik. Dalam pengertian ini, nilai sebuah tindakan partisipasi terletak pada fungsinya, yaitu sejauh mana tindakan tersebut diarahkan untuk menghasilkan pengaruh atau perubahan tertentu.

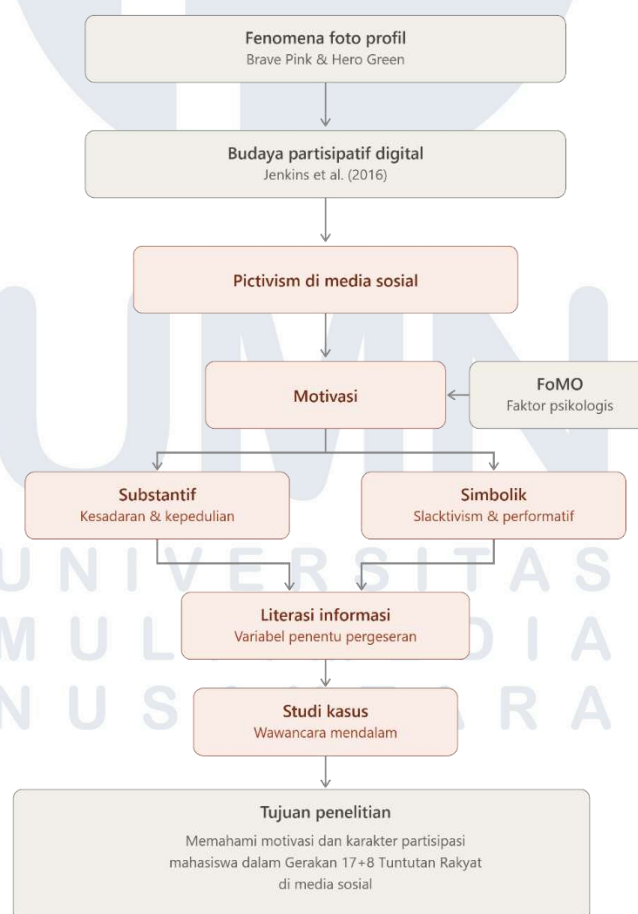
Peta konseptual tersebut menjadi penting karena perkembangan bentuk keterlibatan membuat batas antara orientasi instrumental dan ekspresif semakin sulit ditarik secara tegas. Dalam peta van Deth (2014), sebuah tindakan dapat dikenali sebagai partisipasi politik dari sasarannya, yaitu apakah diarahkan pada pemerintah atau persoalan bersama, maupun dari motivasinya, yaitu apakah dilakukan dengan maksud politik tertentu. Theocharis dan van Deth (2018) kemudian menguji kerangka tersebut secara empiris dan menunjukkan bahwa berbagai bentuk partisipasi yang kreatif, ekspresif, individual, dan berbasis digital tetap dapat diklasifikasikan sebagai bagian dari repertoar partisipasi politik. Dengan demikian, satu bentuk tindakan yang sama dapat menempati kedudukan yang berbeda bergantung pada tujuan dan konteks penggunaannya.

Kemunculan media sosial membuat batas antara dimensi instrumental dan ekspresif semakin cair. Theocharis (2015) menegaskan bahwa partisipasi digital berjejaring (*digitally networked participation*) tetap tergolong partisipasi politik ketika digunakan untuk mengekspresikan pandangan politik dan memobilisasi orang lain. Artinya, tindakan-tindakan kecil di ruang digital yang tampak ekspresif, seperti mengunggah simbol, membagikan ulang konten, atau menampilkan penanda dukungan pada akun pribadi, dapat sekaligus menjalankan fungsi instrumental ketika diarahkan untuk membangun visibilitas isu, menyebarkan informasi, dan menggerakkan kepedulian pengguna lain. Pandangan ini sejalan dengan logika *connective action* yang telah dijelaskan pada subbab *slacktivism* (Bennett & Segerberg, 2013), di mana tindakan personal yang bersifat simbolis dapat terintegrasi dalam jaringan yang lebih luas dan secara kolektif bekerja untuk tujuan sebuah gerakan.

Konsep partisipasi instrumental memiliki keterkaitan erat dengan konsep *slacktivism* dan budaya partisipatif yang telah diuraikan sebelumnya, tetapi menawarkan sudut pandang yang berbeda. Apabila *slacktivism* menyoroti bentuk tindakan yang ringan, murah, dan berisiko rendah (Kristofferson et al., 2014), partisipasi instrumental justru menyoroti fungsi dan tujuan dari tindakan tersebut. Dennis (2019) mengkritik kecenderungan untuk memandang rendah tindakan-tindakan kecil di media sosial dan menunjukkan bahwa aktivitas semacam itu perlu dipahami sebagai bagian dari kontinum keterlibatan politik yang lebih luas, bukan sebagai kategori yang secara otomatis dangkal. Dengan kerangka ini, sebuah tindakan yang secara bentuk tergolong *slacktivism* dapat dinilai sebagai partisipasi instrumental apabila pelakunya memahami isu yang diperjuangkan dan mengarahkan tindakannya pada tujuan tertentu, misalnya menjaga isu tetap dibicarakan atau memperluas jangkauan informasi. Sementara itu, kerangka budaya partisipatif (Jenkins et al., 2016) menegaskan bahwa kontribusi-kontribusi kecil yang dilakukan banyak orang dapat terakumulasi menjadi kekuatan kolektif, sehingga fungsi instrumental dari tindakan individual menjadi bermakna ketika dilakukan secara bersama-sama dalam jaringan.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini konsep partisipasi instrumental digunakan untuk menganalisis karakter keterlibatan mahasiswa dalam penggunaan simbol *Brave Pink & Hero Green* pada Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat. Konsep ini membantu peneliti melihat apakah penggunaan simbol digital oleh mahasiswa sekadar berhenti sebagai ekspresi pada tampilan akun, atau difungsikan sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu, seperti menunjukkan keberpihakan, menyebarkan informasi, dan mempertahankan perhatian publik terhadap isu. Dengan demikian, kedalaman partisipasi tidak dinilai dari bentuk tindakannya semata, melainkan dari tujuan, pemahaman, serta tindakan lanjutan yang menyertainya.

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran pada Gambar 2.1 menggambarkan alur konseptual penelitian ini, dimulai dari fenomena penggunaan foto profil Brave Pink & Hero Green sebagai titik tolak analisis. Fenomena ini dipahami melalui kerangka budaya partisipatif digital (Jenkins et al., 2016), yang menempatkan kontribusi individual di ruang digital, sekecil apa pun bentuknya, sebagai bagian dari praktik kolektif yang dapat terakumulasi menjadi kekuatan bersama. Dalam kerangka inilah praktik penggunaan simbol visual pada foto profil dipahami sebagai *pictivism* di media sosial, yaitu bentuk partisipasi yang memanfaatkan visual sebagai medium ekspresi dukungan terhadap suatu isu.

Praktik *pictivism* tersebut selanjutnya ditelusuri melalui motivasi yang melatarbelakanginya, yang dalam penelitian ini dipahami bercabang menjadi dua arah. Pada satu sisi terdapat motivasi substantif, yang berangkat dari kesadaran dan kepedulian mahasiswa terhadap isu yang diperjuangkan. Pada sisi lain terdapat motivasi simbolik, yang termanifestasi dalam bentuk *slacktivism* dan tindakan performatif (Kristofferson et al., 2014). *Slacktivism* dalam kerangka ini tidak dipahami semata sebagai bentuk keterlibatan yang dangkal, melainkan sebagai mekanisme yang berfungsi meminimalisir risiko keterlibatan di tengah kondisi sosial-politik yang menekan, mengingat partisipasi secara luring membawa konsekuensi berupa risiko fisik maupun persekusi. Kedua arah motivasi ini turut dijelaskan melalui faktor psikologis Fear of Missing Out atau FoMO (Przybylski et al., 2013), yang mendorong keterlibatan awal mahasiswa baik karena kecemasan sosial untuk tidak tertinggal dari lingkungan pertemanan, maupun kecemasan yang berorientasi pada substansi isu itu sendiri. Kedua motivasi tersebut tidak bersifat tetap; literasi informasi yang dimiliki mahasiswa berperan sebagai variabel yang menentukan apakah keterlibatan yang semula bersifat simbolik dapat bergeser mendekati motivasi substantif.

Untuk menelusuri kedua arah motivasi tersebut secara mendalam, penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik wawancara mendalam, yang memungkinkan peneliti menangkap makna dan konteks di balik pilihan partisipasi masing-masing informan. Melalui metode ini, penelitian diarahkan untuk

memahami motivasi dan karakter partisipasi mahasiswa dalam penggunaan simbol Brave Pink & Hero Green pada Gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat di media sosial, sebagaimana dirumuskan dalam tujuan penelitian.

