

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA PADA TREN BRAVE PINK
DI INSTAGRAM**



Disusun Oleh:

Muhammad Reynold Assiddiq (22102010070)

Dosen Pembimbing :

Taufik Rahman, M.Sos. (19861215 202012 1 003)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk memenuhi syarat-syarat memperoleh Gelar sarjana Strata 1**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1173/Un.02/DD/PP.00.9/07/2026

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA PADA TREN
BRAVE PINK DI INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : M. REYNOLD ASSIDDIQ
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010070
Telah diujikan pada : Kamis, 25 Juni 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Taufik Rahman, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 6a4f43257f54d



Penguji I

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a4c63a5b8c2



Penguji II

Muhammad Diak Udin, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 6a4b5fab770c7



Yogyakarta, 25 Juni 2026

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a543a5f2ec6f

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb. Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Muhammad Reynold Assiddiq
NIM : 22102010070
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa UII Terhadap Tren Brave Pink Di Akun Instagram @marjono__

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- Bebas dari unsur plagiarisme.
- Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 9% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

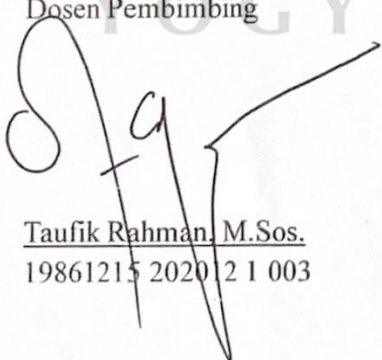
dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA, 10 Juni 2026

Mengetahui

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi


Taufik Rahman, M.Sos.
19861215 202012 1 003


Saptoni, M.A.
19730221 199903 1 002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Reynold Assiddiq
NIM : 221020010070
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul :
PERSEPSI MAHASISWA UII TERHADAP TREN BRAVE PINK DI
AKUN INSTAGRAM @marjono__ adalah hasil karya pribadi yang tidak
mengandung plagiarisme, kecuali bagian- bagian tertentu yang
penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara
ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap
mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Reynold Assiddiq
22102010070

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk diri penulis sendiri,

Untuk orang tua penulis yang menjadi sumber doa dalam seluruh rangkaian

perjalanan hidup penulis,

Untuk adik-adik penulis, dan seluruh keluarga besar.



MOTTO

"I'm only human, can't you see I'm human?"

— *Rag'n'Bone Man, "Human" (2016)*



ABSTRAK

Fenomena tren Brave Pink sebagai aktivisme visual digital pasca aksi 17+8 Tuntutan Rakyat 2025 menunjukkan bagaimana simbol warna digunakan sebagai medium baru solidaritas dan perlawanan sipil di media sosial Indonesia. Penelitian ini berangkat dari pertanyaan bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap tren Brave Pink di Instagram. Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana mahasiswa UII memaknai Brave Pink sebagai simbol, menempatkan, serta mengaitkannya dengan nilai keadilan sosial, etika Islam, dan identitas mereka sebagai generasi muda Muslim di kampus Islam moderat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori proses persepsi (seleksi, organisasi, interpretasi), melalui wawancara mendalam terhadap enam mahasiswa UII dari berbagai fakultas yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi pengumpulan data, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, disertai triangulasi sumber, metode, dan member check untuk menjamin keabsahan temuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa UII pada umumnya mempersepsikan Brave Pink sebagai simbol solidaritas digital dan perlawanan terhadap ketidakadilan yang sejalan dengan nilai keadilan sosial dan prinsip Islam, sekaligus mengakui adanya dimensi aktivisme permukaan dan FOMO yang dinegosiasikan melalui kebutuhan pemahaman yang memadai. Tren ini tidak dipandang sekadar sebagai gaya estetik, melainkan sebagai pintu masuk informasi, medium ekspresi moral, dan ruang interaksi simbolik di mana identitas keislaman, kesadaran politik, dan budaya kampus UII berkelindan dalam praktik aktivisme digital.

Kata kunci : Aktivisme Digital; Brave Pink; Mahasiswa; Persepsi; Instagram

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

The Brave Pink trend phenomenon as a digital visual activism after the 17+8 People's Demands 2025 protests shows how color symbols are used as a new medium for solidarity and civil resistance on Indonesian social media. This study begins with the question of how students at the Islamic University of Indonesia perceive the Brave Pink trend on Instagram. This study aims to uncover how UII students interpret Brave Pink as a symbol, position it, and relate it to the values of social justice, Islamic ethics, and their identity as young Muslims on a moderate Islamic campus. The study uses a descriptive qualitative approach with theory of perception processes (selection, organization, interpretation), through in-depth interviews with six UII students from various faculties selected using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña which includes data collection, reduction, presentation, and drawing conclusions, accompanied by triangulation of sources, methods, and member checks to ensure the validity of the findings. The research findings show that UII students generally perceive Brave Pink as a symbol of digital solidarity and resistance against injustice, aligned with social justice values and Islamic principles. They also acknowledge the dimensions of superficial activism and FOMO, negotiated through the need for adequate understanding. This trend is not viewed simply as an aesthetic style, but as a gateway to information, a medium for moral expression, and a symbolic interaction space where Islamic identity, political awareness, and UII campus culture intertwine in the practice of digital activism.

Keywords : *Brave Pink; digital activism; Instagram; perception; university students*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil ‘ālamīn, segala puji bagi Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Indonesia pada Tren Brave Pink di Instagram” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof Noorhaidi, S.Ag.,M.A.,M.Phil.,ph.D , selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag.,M.A.I.S, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saptoni S.Ag., M.A. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah memberikan arahan dan fasilitas akademik selama masa perkuliahan.

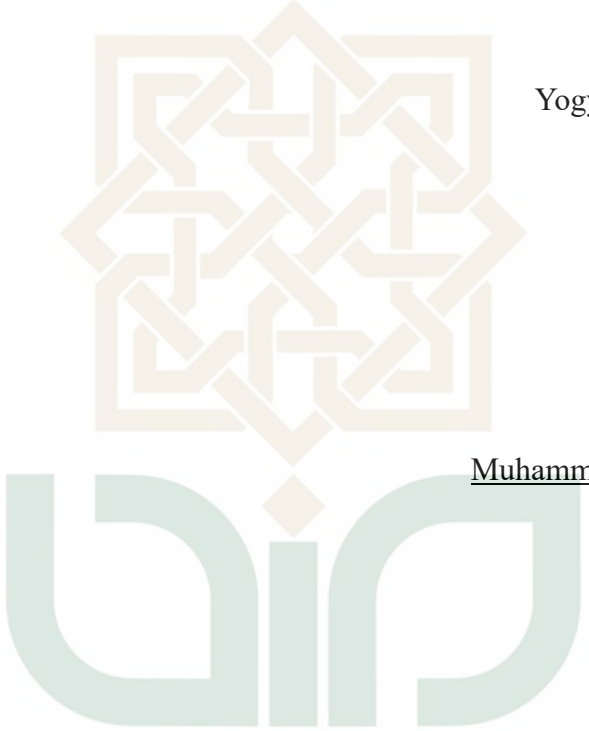
4. Bapak Taufik Rahman, M.Sos. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, dan koreksi mulai dari perencanaan penelitian hingga penyusunan akhir skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ilmu dan pelayanan administrasi selama penulis menempuh studi.
6. Kepada orang tua penulis yang senantiasa mendoakan, memberi dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber semangat dalam setiap tahap perjalanan akademik penulis.
7. Kepada seluruh adik-adik dan seluruh keluarga besar yang mengiringi perjalanan hidup penulis.
8. Para informan penelitian, yakni mahasiswa Universitas Islam Indonesia dari berbagai fakultas yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman terkait tren Brave Pink di Instagram.
9. Kepada seseorang yang penulis sebut dengan *roro* yang penulis syukuri kehadirannya di muka bumi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis di lingkungan kampus UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan dukungan, diskusi, dan kebersamaan selama proses penelitian dan penulisan.
11. Serta seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara moral maupun material dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

12. Terakhir, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada penulis yang pantang menyerah mengerjakan skripsi ini. Proses penulisan skripsi ini, menjadi salah satu sumber pembelajaran yang paling berharga bagi penulis.

Yogyakarta, 10 Juni 2026



Muhammad Reynold Assiddiq
NIM 22102010070



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
a. Manfaat Teoretis.....	7
b. Manfaat Praktis	7
E. Kajian Pustaka	8
F. Kajian Teori	14
a. Teori Proses Persepsi	14
G. Metodologi Penelitian	18
a. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	18

b.	Fokus Penelitian	18
c.	Teknik pengumpulan data	20
d.	Teknik Validasi Data	21
e.	Teknik Analisis Data	22
H.	Sistematika Pembahasan	23
BAB II GAMBARAN UMUM		26
A.	Tren Brave Pink Sebagai Gerakan Visual Digital	26
B.	Universitas Islam Indonesia sebagai Lingkungan Sosial Mahasiswa 28	
C.	Mahasiswa UII dan Budaya Penggunaan Instagram	30
D.	Posisi Tren Brave Pink dalam Kehidupan Mahasiswa UII	32
E.	Informan dan Proses Pengumpulan Data	34
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN		42
A.	Proses Persepsi Mahasiswa UII terhadap Tren Brave Pink di Instagram	42
1.	Paparan Awal dan Perhatian terhadap Tren Brave Pink	43
2.	Penyusunan Makna Brave Pink oleh Mahasiswa UII	49
3.	Penilaian Akhir terhadap Brave Pink dan Nilai Keadilan Sosial/Islam	55
4.	Kesimpulan Hasil Penelitian	57
B.	Relevansi Temuan Penelitian dengan Teori Proses Persepsi.....	58
BAB IV		62
A.	Kesimpulan	62
B.	Saran.....	62

1. Bagi mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan mahasiswa perguruan tinggi lainnya.....	62
2. Bagi kreator konten dan pegiat <i>aktivisme</i> digital	63
3. Bagi peneliti selanjutnya	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Informan.....	41
Tabel 3. 1 Paparan Awal.....	44
Tabel 3. 2 Konten yang paling sering dilihat	45
Tabel 3. 3 Keputusan Mengganti Foto Profil dan Alasannya.....	48
Tabel 3. 4 Makna pesan menurut informan.....	50
Tabel 3. 5 Kesan pertama terhadap penyebaran tren.....	52
Tabel 3. 6 Cara memaknai simbol.....	54
Tabel 3. 7 Kesesuaian dengan nilai-nilai.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Warna kerudung pink yang dikenakan oleh Ibu Ana ketika melakukan demonstrasi didepan aparat kepolisian yang menjadi inspirasi dari warna brave pink.....	26
Gambar 2.2 Salah satu website yang digunakan untuk mengubah foto menjadi untuk partisipasi dalam tren Brave Pink Hero Green.....	27
Gambar 2.3 Kampus UII Yogyakarta.....	28



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena aktivisme digital di Indonesia pada pertengahan 2025 menunjukkan bagaimana simbol warna dapat menjadi medium baru perlawanan sipil dan solidaritas warga. Dalam konteks ini, publik diperkenalkan pada dua warna perlawanan sipil yang menonjol, salah satunya *brave pink* (merah jambu pemberani) dengan kode warna #F784C5 atau #F99FD2 (opsi ramah buta warna). Beberapa orang juga menyebutnya *power pink* (merah jambu kekuatan)¹. Fenomena *brave pink* di Indonesia muncul akhir Agustus-awal September 2025 sebagai simbol keberanian sipil pasca demo "17+8 Tuntutan Rakyat" pada 28 Agustus, terinspirasi dari ibu berjilbab pink, dikenal dengan nama Ibu Ana yang berdiri tegar menghadapi aparat, dipadukan Hero Green untuk menghormati korban seperti pengemudi ojek online yang bernama Affan Kurniawan. Tren ini viral via filter foto profil pink hijau di Instagram dan

¹ NANY, "Resistance Blue, Brave Pink, Hero Green: Tiga Warna Perjuangan Rakyat Sipil Lawan Rezim," *independen.id*, 2025, <https://independen.id/resistance-blue-brave-pink-hero-green-tiga-warnaperjuangan-rakyat-sipil-lawan-rezim>.

generator brave-pink-hero-green.lovable.app, dengan 3,3 juta pengunjung situs dalam 3 hari pertama (1-3 September 2025)².

Gerakan ini juga diikuti oleh sejumlah *public figure* tanah air, serta 211 organisasi masyarakat sipil, dan tanda tangan petisi pada laman Change.org >40.000 tanda tangan³. Drone Emprit mencatat 2.500 artikel berita dan >16.000 mention medsos (30 Agustus sampai 04 September 2025)⁴, dengan emosi dominan *anger* (kemarahan) yang akhirnya mempercepat viralitas dari trend ini.

Fenomena *brave pink* menarik bukan hanya karena viral, tetapi karena menunjukkan bagaimana warna dan visual sederhana dapat menggerakkan solidaritas sosial politik lintas kelas dan generasi di Indonesia. Data Drone Emprit mencatat 2,5 ribu artikel berita dan lebih dari 16 ribu percakapan media sosial tentang *brave pink* dalam rentang tanggal 30 Agustus sampai 4 September 2025⁵, dengan 91% pemberitaan media online berkonotasi positif dan sekitar 62% sentimen positif di media sosial, menandakan dukungan luas terhadap gerakan ini meski disertai perdebatan. GoodStats mencatat bahwa mayoritas

² Andi Adam Faturahman, "Mengenal Kampanye Brave Pink Hero Green Yang Populer Di Media Sosial," TEMPO, 2025, <https://www.tempo.co/politik/mengenal-kampanye-brave-pink-hero-green-yang-populer-di-media-sosial-2066148>.

³ Tri Indriawati, "Kenapa Profil IG Warna Pink Hijau Ramai? Ini Arti Brave Pink Hero Green Yang Viral," Kompas.com, 2025, <https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2025/09/03/142747488/kenapa-profil-ig-warna-pink-hijau-ramai-ini-arti-brave-pink-hero?page=all#page2>.

⁴ DAFFA SHIDDIQ AL-FAJRI, "Nasional Ragam Reaksi Publik Atas Gerakan Brave Pink Hero Green," GoodStats, 2025, <https://goodstats.id/infographic/ragam-reaksi-publik-atas-gerakan-brave-pink-hero-green-ZJbZN>.

⁵ Rina Ayu Panca Rini, "Ramai Gerakan Brave Pink Hero Green, Ini Analisis Drone Emprit," tribunnnews, 2025, <https://www.tribunnnews.com/techno/7724446/ramai-gerakan-brave-pink-hero-green-ini-analisis-drone-emprit>.

responden memaknai *brave pink* sebagai bentuk protes damai dan solidaritas warga terhadap situasi sosial politik, bukan sekadar tren estetik yang ikut-ikutan⁶. Opini akademik UMJ⁷ menyebutnya sebagai bentuk *pictivism*, yaitu aktivisme visual yang mengubah foto profil menjadi media ekspresi politik kreatif, yang mampu meningkatkan atensi publik terhadap isu 17+8 tuntutan rakyat dan memengaruhi sikap politik generasi muda. Media seperti Merdeka dan Tempo menekankan bahwa *brave pink* terinspirasi dari sosok Ibu Ana, perempuan berhijab pink yang berdiri tenang di depan aparat, sehingga warna pink yang biasanya diasosiasikan dengan kelembutan berubah makna menjadi simbol keberanian sipil dan kekuatan warga biasa⁸. Narasi ini menggeser cara masyarakat memandang simbol warna dari sekadar gaya visual menjadi bahasa komunikasi massa yang menyampaikan kritik, harapan, dan empati secara serentak. Tren *brave pink* menarik untuk diteliti karena bukan sekadar tren warna di media sosial, tetapi menandai munculnya bentuk aktivisme digital baru di Indonesia, di mana warna digunakan sebagai *bendera digital* untuk menyuarakan tuntutan rakyat dan membangun solidaritas tanpa selalu harus turun ke jalan.

⁶ AL-FAJRI, "Nasional Ragam Reaksi Publik Atas Gerakan Brave Pink Hero Green."

⁷ Sofia Hasna, "Gerakan Pictivism Media Sosial, Simbol Solidaritas Warna Masyarakat Indonesia," universitas muhammadiyah jakarta, 2025, <https://umj.ac.id/opini/gerakan-pictivism-media-sosial-simbol-solidaritas-warna-masyarakat-indonesia/>.

⁸ Faturahman, "Mengenal Kampanye Brave Pink Hero Green Yang Populer Di Media Sosial."

Mahasiswa UII dipilih sebagai subjek penelitian karena posisi UII yang unik sebagai kampus Islam tua, moderat, dan kini berorientasi global, sehingga cara mereka memaknai *brave pink* menjadi sangat relevan. UII berdiri pada 8 Juli 1945 sebagai Sekolah Tinggi Islam dan kemudian berkembang menjadi Universitas Islam Indonesia, sehingga sering disebut sebagai salah satu universitas Islam swasta tertua dan pelopor perguruan tinggi nasional di Indonesia. Sejarah ini menjadikan UII bukan sekadar kampus biasa, tetapi ruang pertemuan antara tradisi keislaman, nasionalisme, dan budaya intelektual, yang saat ini dipadukan dengan identitas baru sebagai perguruan tinggi berbasis nilai dengan akreditasi unggul dan pengakuan dalam berbagai pemeringkatan internasional. Dalam konteks tersebut, persepsi mahasiswa UII terhadap tren *brave pink* penting dikaji karena mereka adalah generasi muda muslim yang hidup di kampus dengan tradisi keagamaan dan kebangsaan yang kuat. Karena itu peneliti ingin melihat bagaimana mereka membaca simbol warna yang kritis terhadap kekuasaan, namun tetap dinegosiasikan dengan etika Islam dan kebangsaan, sehingga dapat memberikan gambaran khas tentang respons kampus Islam moderat terhadap budaya protes visual yang estetik dan politis.

Penelitian tentang “Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap Tren Brave Pink Di Instagram” menarik karena menggabungkan tiga ranah penting sekaligus, yaitu : aktivisme digital berbasis warna, kultur Instagram sebagai ruang ekspresi generasi muda, dan identitas keislaman mahasiswa di kampus Islam tertua di Indonesia. Di satu sisi, banyak penelitian sudah menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk

opini politik mahasiswa, misalnya studi di UNIMED yang menemukan 64% responden merasa media massa (termasuk media sosial) sangat berpengaruh terhadap opini politik mereka menjelang Pemilu 2024⁹. Penelitian lain menegaskan bahwa platform seperti Instagram dimanfaatkan media dan aktor politik untuk menyebarkan berita politik dengan format visual yang menarik, dan hal ini menciptakan persepsi tertentu di kalangan pengguna muda¹⁰. Namun, riset-riset tersebut umumnya berbicara di level media sosial dan politik secara umum, bukan pada kasus spesifik tren visual berbasis warna seperti *brave pink* yang lahir dari figur Ibu Ana. Di sinilah letak kebaruannya, skripsi ini tidak hanya menilai dampak media sosial terhadap opini, tetapi menggali bagaimana persepsi mahasiswa UII terhadap tren *brave pink* di Instagram.

Jika dibandingkan dengan rujukan yang ada, skripsi ini dapat ditempatkan untuk mendeskripsikan bagaimana persepsi mahasiswa UII terhadap tren *brave pink* pada ini. Penelitian ini berupaya memetakan bagaimana mahasiswa memahami simbol warna, narasi, dan praktik mengganti foto profil, apakah dimaknai sebagai ekspresi solidaritas, bentuk protes politik, gaya estetik, atau bahkan dipandang problematis. Dengan fokus tersebut, skripsi ini tidak berhenti pada klaim umum bahwa media sosial berpengaruh terhadap opini dan partisipasi politik mahasiswa, tetapi masuk ke level yang lebih rinci yaitu

⁹ Sahala Fransiskus Marbun et al., “Peran Media Sosial Dalam Membentuk Opini Politik Mahasiswa Universitas Negeri Medan Dalam Pemilihan Umum Presiden 2024 The Role of Social Media in Shaping Political Opinions of Medan State University Students in the 2024 Presidential Election,” 2025, 6053–62.

¹⁰ Media Sosial, Pemilih Pemula, and Pesan Politik, 4, no. 1 (2020).

bagaimana mahasiswa UII dengan identitas sebagai civitas akademika kampus Islam tertua dan bercorak moderat membaca, menerima, meragukan, atau menolak tren *brave pink* di satu akun kreator tertentu. Dengan demikian, di akhir latar belakang, skripsi ini dapat ditegaskan sebagai riset yang menguatkan pentingnya media sosial dan simbol visual dalam pembentukan sikap politik mahasiswa, menambah perspektif khusus tentang mahasiswa UII dan makna warna pada tren *brave pink*.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang ingin dijawab oleh peneliti adalah :
Bagaimana Persepsi mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap tren *brave pink* pada di Instagram.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengungkap “Bagaimana Persepsi mahasiswa Universitas Islam Indonesia terhadap tren *brave pink* di Instagram sebagai simbol yang merepresentasikan bentuk aktivisme digital, serta mengidentifikasi proses interpretasi sosial yang membuat mereka tidak sekadar mengikuti tren visual, tetapi menghubungkannya dengan nilai, identitas, dan kesadaran sosial yang mereka miliki.”

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi digital, simbol sosial, dan komunikasi Islam. Temuan penelitian akan memperkaya pemahaman teoretis mengenai bagaimana simbol warna dalam tren *brave pink* dipersepsi oleh mahasiswa sebagai representasi generasi muda Muslim. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan perspektif baru dalam kajian *digital activism* dengan menekankan aspek simbolisasi warna dan pergeseran makna dari konteks fisik (hijab) ke ruang digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara simbol, media sosial, dan persepsi keagamaan.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan berpotensi menjawab persoalan lapangan terkait efektivitas aktivisme digital berbasis visual di kalangan mahasiswa kampus Islam moderat. Studi literatur tentang aktivisme media sosial di Instagram menegaskan bahwa platform ini bisa menjadi saluran efektif untuk menyuarakan pengalaman yang

kurang terwakili dan membangun solidaritas¹¹, tetapi keberhasilannya sangat bergantung pada bagaimana audiens memahami pesan dan simbol yang dipakai. Dengan demikian, secara praktis, penelitian ini tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga memberi rekomendasi pemecahan masalah, bagaimana memanfaatkan tren *brave pink* sebagai pintu masuk penguatan literasi politik, etika digital, dan kesadaran sosial mahasiswa UII.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka untuk penelitian ini dapat disusun dengan mengelompokkan tiga rumpun : penelitian tentang persepsi, penelitian tentang ketokohan/inspirational people di media sosial, dan penelitian tentang aktivisme digital dan tren di Instagram.

Peneliti membaca beberapa artikel yang terkait dengan persepsi mahasiswa, antara lain tulisan tentang persepsi mahasiswa terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi politik, persepsi terhadap ujaran kebencian, dan persepsi terhadap gaya komunikasi politik tokoh. Jurnal Relasi (2024)¹² mengkaji bagaimana mahasiswa

¹¹ Fridha Tamara Poetri, “Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Mulawarman Mengetahui Bagaimana Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas” 10, no. 3 (2022): 118–28.

¹² Harian Disway, “RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi , RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi ,” 04, no. 02 (2024): 21–30, https://doi.org/https://search.crossref.org/?q=+2807-6818&from_ui=yes.

memanfaatkan media sosial khususnya instagram sebagai sumber informasi politik dan menemukan bahwa tingkat kepercayaan dan cara menafsirkan konten sangat dipengaruhi persepsi mereka terhadap kredibilitas media dan aktor politik. Studi lain tentang persepsi mahasiswa terhadap *hate speech* yang berjudul *studi persepsi mahasiswa fisip pada pesan politik gerakan #2019gantipresiden di twitter*¹³ menunjukkan bahwa mahasiswa tidak sekadar menjadi konsumen pasif, tetapi menilai apakah sebuah pesan termasuk ujaran kebencian berdasarkan nilai pribadi dan norma sosial yang mereka anut. Penelitian mengenai persepsi mahasiswa FISIP terhadap pesan politik di media massa¹⁴ juga memperlihatkan kecenderungan bahwa media, termasuk media sosial, berkontribusi membentuk opini politik mahasiswa, tetapi interpretasinya tetap difilter oleh latar belakang pengetahuan dan sikap.

Kecenderungan dari artikel-artikel yang membahas persepsi ini adalah fokus pada bagaimana mahasiswa memaknai isi pesan (berita, ujaran kebencian, kampanye politik), seberapa besar kepercayaan mereka, dan dampaknya pada sikap serta partisipasi politik. Namun, kajian tersebut umumnya belum menyentuh secara spesifik bagaimana

¹³ E K A Wulandari et al., “Studi Persepsi Mahasiswa Fisip Pada Pesan Politik Gerakan # 2019GANTIPRESIDEN Di Twitter” 4, no. 2 (2019): 1–14.

¹⁴ Media Sosial Youtube, “Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Melalui Media Sosial,” 2019.

mahasiswa memaknai *simbol visual* yang dikemas sebagai tren, misalnya perubahan foto profil dengan warna tertentu sebagai bentuk aktivisme digital. Di sinilah posisi penelitian ini yaitu melanjutkan dan melengkapi kajian persepsi dengan menempatkan objek pada simbol warna *brave pink*, bukan hanya pada teks atau pesan politik eksplisit.

Berikutnya, peneliti juga mengulas artikel yang terkait dengan ketokohan dan figur inspiratif di media sosial. Berbagai penelitian dan laporan menunjukkan bahwa influencer, aktivis, dan tokoh publik di Instagram dan platform lain mampu menginspirasi perubahan perilaku, peningkatan literasi, maupun partisipasi sosial melalui konten visual dan narasi personal. Studi literatur tentang aktivisme media sosial di Instagram menegaskan bahwa akun-akun tertentu berperan sebagai *opinion leader* yang mem-frame isu, mengajak partisipasi, dan menyediakan simbol serta template yang kemudian direplikasi oleh pengikut. Laporan tentang influencer literasi misalnya menunjukkan bagaimana figur muda mampu menghidupkan semangat membaca dan diskusi kritis di kalangan pengikutnya dengan memanfaatkan identitas personal dan estetika visual.¹⁵ Penelitian tentang gerakan Black Lives Matter oleh Ega Ayu Sulfihas¹⁶ menunjukkan bahwa tokoh-tokoh

¹⁵ Ayu Rochmawati and Syifa Syarifah Alamiyah, "Aktivisme Media Sosial Di Instagram: Studi Literatur," *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 1 (2024): 2572–80, <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4085>.

¹⁶ Fakultas Ilmu et al., "Strategi Black Lives Matter Dalam Kampanye Gerakan Anti Rasisme Global," 2021.

utama seperti Alicia Garza, Patrisse Khan-Cullors, dan Opal Tometi, beserta akun-akun resmi di Twitter (sekarang X) dan Instagram, membentuk narasi kolektif melalui hashtag seperti #BlackLivesMatter, #SayHerName, dan #SayHisName, serta berbagi gambar dan video kekerasan polisi terhadap warga kulit hitam. Elemen-elemen visual ini, seperti rekaman kematian Trayvon Martin, Michael Brown, Eric Garner, dan George Floyd, menyebar secara viral, menciptakan solidaritas emosional dan memobilisasi jutaan orang di AS serta negara lain seperti Inggris dan Kanada, dengan puncaknya mencapai 8,8 juta tweet dalam tiga hari pasca-insiden George Floyd pada 2020.

Penelitian terdahulu tentang media sosial dan politik banyak mengulas penggunaan Instagram, dan platform lain sebagai sarana kampanye dan aktivisme digital. Studi tentang *pengaruh media sosial terhadap partisipasi politik mahasiswa*¹⁷ menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkorelasi dengan meningkatnya partisipasi dan literasi politik, meskipun kualitas pemahamannya bergantung pada pola konsumsi dan kemampuan kritis mahasiswa. Studi dari Ayyisha Ridzwana Yasmin yang berjudul *Ekstravert, Keterbukaan, dan Aktivisme Digital Prokes Di Instagram*¹⁸ merangkum bagaimana anak

¹⁷Universitas Riau, Kota Pekanbaru, and Provinsi Riau, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Mahasiswa Universitas Riau” 1, no. 2 (2024): 660–69.

Ayyisha Ridzwana Yasmin and Benazir Bona Pratamawaty, “Ekstravert , Keterbukaan , Dan Aktivisme Digital Prokes Di Instagram,” *Jurnal Psikologi* 6, no. 2 (2023): 13–20, <https://doi.org/https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.2241>.

muda menggunakan platform ini untuk menyuarakan isu seperti kesehatan, lingkungan, dan hak asasi, serta menegaskan bahwa keberhasilan kampanye visual sangat ditentukan oleh kombinasi estetika, narasi, dan peluang partisipasi yang ditawarkan.

Selain tiga rumpun tersebut, peneliti juga menambahkan rumpun keempat, yakni penelitian dan tulisan yang secara khusus membahas tren *brave pink* (dan pasangan visualnya *hero green*) sebagai gerakan aktivisme digital berbasis warna di media sosial. Artikel Melinda Putri Aryanti berjudul “Simbolisme Brave Pink dan Hero Green dalam Gerakan Politik Masyarakat Indonesia”¹⁹ menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengurai makna denotatif, konotatif, dan mitos dari dua warna ini, dan menunjukkan bahwa pink yang semula identik dengan kelembutan bertransformasi menjadi simbol keberanian ibu rumah tangga, sementara hijau bergeser dari asosiasi alam dan keislaman menjadi simbol perjuangan dan pengorbanan kelas pekerja informal, keduanya kemudian membentuk mitos bahwa perlawanan sejati lahir dari rakyat kecil dan bahwa aksi di media sosial dapat sekuat demonstrasi fisik. Artikel oleh Raisa Hashina Rosalini dkk. “Pink Brave dan Hero Green sebagai Narasi Simbolik Pergerakan Publik”²⁰ juga

¹⁹ Melinda Putri Aryanti et al., “Melinda Putri Aryanti. Simbolisme Brave Pink Dan Hero Green Dalam Gerakan Politik Masyarakat Indonesia” 5, no. 2 (2025): 251–58, <https://www.neliti.com/publications/661308/simbolisme-brave-pink-dan-hero-green-dalam-gerakan-politik-masyarakat-indonesia#id-section-content>.

²⁰ Hashina Rosalini et al., ““ Pink Brave ’ Dan ‘ Hero Green ’ Sebagai Narasi Simbolik Pergerakan Publik . Analisis Kritis Dalam Perspektif Roland Barthes” 14 (2025): 486–500.

memakai kerangka Barthes untuk membaca dua warna ini sebagai narasi kritik digital, menekankan bahwa pewarnaan pink hijau adalah bentuk politik warna yang lahir dari bawah di mana perubahan foto profil dan visual nuansa pink hijau dipahami sebagai aksi kolektif yang memproduksi mitos resistensi rakyat terhadap rezim, sekaligus menegaskan bahwa publik bukan lagi penerima pasif, tetapi aktor yang aktif merekonstruksi makna simbol. Sementara itu, artikel M. Ibnu Naufal Maskuri (2025) "*Visual Meaning in Digital Protests: The Use of Brave Pink and Hero Green in Social Media after the August 28–30, 2025 Demonstration*"²¹ menyoroti *brave pink* dan *hero green* sebagai bahasa visual solidaritas digital melalui analisis isi visual, dan menemukan bahwa kedua warna ini dipakai netizen sebagai "bahasa moral" yang menggeser pola protes dari aksi konfrontatif di jalan menuju ekspresi reflektif dan inklusif di media sosial, di mana perubahan warna profil, poster, dan ilustrasi menjadi bentuk partisipasi politik yang aman namun sarat makna.

Kecenderungan dari ketiga artikel tersebut adalah fokus pada makna simbolik dan mitos sosial *brave pink hero green*, bagaimana warna bekerja sebagai identitas visual gerakan, narasi perlawanan, serta medium solidaritas digital yang melintasi kelas dan gender. Namun,

²¹ M Ibnu Naufal Maskuri, "Visual Meaning in Digital Protests : The Use of Brave Pink and Hero Green in Social Media after the August 28 – 30 , 2025 Demonstration Makna Visual Dalam Protes Digital : Penggunaan Warna Merah Muda Berani Dan Hijau Pahlawan Di Media Sosial Setelah Demon" 19, no. 2 (2025), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v19i2.9085.g3409>.

kajian ini belum secara spesifik membahas bagaimana kelompok tertentu, khususnya mahasiswa di kampus Islam seperti UII, menafsirkan simbol warna yang hadir tren ini. Di sinilah posisi penelitian ini : melanjutkan dan melengkapi kajian tentang simbolisme *brave pink* dengan menggeser fokus dari analisis makna warna secara umum ke persepsi mahasiswa UII terhadap simbol *brave pink* di Instagram, sehingga menggabungkan dimensi simbol visual, identitas keagamaan, dan aktivisme digital di kalangan mahasiswa.

F. Kajian Teori

a. Teori Proses Persepsi

Penelitian ini menggunakan kerangka teori proses persepsi yang memandang persepsi sebagai rangkaian aktivitas memilih (selection), mengorganisasikan (organization), dan menafsirkan (interpretation) stimulus hingga membentuk makna subjektif. Model proses persepsi ini banyak digunakan dalam kajian komunikasi untuk menjelaskan bagaimana individu merespons pesan dan simbol yang diterimanya, termasuk dalam konteks media sosial.²² Teori ini dipahami bukan sekadar sebagai definisi persepsi, tetapi sebagai rangkaian konsep yang menjelaskan bagaimana individu memproses stimulus hingga menjadi makna, sehingga dapat digunakan sebagai alat analisis hubungan antar

²² Basic Components and Perception Process, “3 . 2 : Perception Process — Parts 1 and 2 (Selection and Organization) How Are You Feeling ?” 2 (2021): 1–5.

variabel dalam fenomena yang diteliti.²³ Dalam konteks penelitian ini, stimulus utamanya adalah simbol visual *brave pink* di Instagram (warna, template, narasi tuntutan, serta figur yang melekat), sedangkan variabel yang diteliti adalah bagaimana mahasiswa UII membentuk persepsi terhadap simbol tersebut. Teori proses persepsi memungkinkan peneliti menelusuri hubungan antara paparan simbol Brave Pink, cara mahasiswa memprosesnya, dan bentuk persepsi yang dihasilkan.

Teori proses persepsi menjelaskan bahwa persepsi berlangsung melalui tiga aktivitas yang saling berkaitan, yaitu seleksi (*selection*), organisasi (*organization*), dan interpretasi (*interpretation*).²⁴

Pada tahap seleksi, individu menyaring berbagai stimulus yang datang dari lingkungan dan hanya memberi perhatian pada sebagian kecil yang dianggap penting atau relevan.²⁵ Dalam penelitian ini, konsep seleksi digunakan untuk menganalisis bagaimana mahasiswa memilih untuk memperhatikan (atau justru mengabaikan) konten *brave pink* di tengah arus informasi Instagram, misalnya karena sering muncul di timeline, dibagikan teman, terkait isu keadilan sosial, atau menyentuh nilai keagamaan yang mereka yakini. Dengan demikian, variabel intensitas

²³ B A B Ii, "Universitas Indonesia Gambaran Persepsi..., Ben Fauzi Ramadhan, FKM UI, 2009 Universitas Indonesia," no. 1986 (2009): 6–24.

²⁴ Ananda Hulwatun Nisa et al., "Persepsi Pendahuluan Metode" 2, no. 4 (2023): 213–26.

²⁵ Universitas Trunojoyo Madura, "PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PELAYANAN PERPUSTAKAAN UNIVERMADURA.SITAS TRUNOJOYO MADURA Fitri Jayanti, Nanda Tika Arista Universitas Trunojoyo Madura," n.d., 205–23.

paparan dan minat mahasiswa terhadap isu sosial-politik dapat dibaca melalui cara mereka menyeleksi konten *brave pink*.

Tahap organisasi menjelaskan bagaimana stimulus yang sudah dipilih kemudian disusun dan dikelompokkan ke dalam pola yang bermakna.²⁶ Konsep organisasi dalam teori ini menjadi alat untuk melihat bagaimana mahasiswa mengaitkan warna Brave Pink dengan elemen lain: 17+8 tuntutan rakyat, kisah Ibu Ana, narasi ketidakadilan, identitas keislaman di kampus, dan wacana aktivisme digital yang beredar di media. Pada level ini, hubungan antar variabel mulai tampak: pengalaman sebelumnya, pengetahuan politik, dan budaya kampus akan mempengaruhi cara mahasiswa menyusun makna tentang Brave Pink di benak mereka. Mahasiswa yang aktif mengikuti isu sosial mungkin mengorganisasikan simbol Brave Pink sebagai bagian dari gerakan politik warga, sementara yang kurang mengikuti isu bisa mengelompokkannya hanya sebagai tren estetis di media sosial.

Tahap interpretasi adalah saat individu memberi makna akhir terhadap stimulus yang sudah diseleksi dan diorganisasikan.²⁷ Konsep interpretasi dalam teori proses persepsi digunakan untuk menganalisis

²⁶ Asccc Open, Educational Resources, and Initiative Oeri, "INTERPERSONAL COMMUNICATION: CONTEXT AND CONNECTION Context and Interpersonal Communication ;," n.d.

²⁷ Mohamad Jasuli and Rinikso Kartono, "Symbol Communication through Media Social on Marvel Grade Group of Students at Al-Falah High School in Pamekasan , East Java" 9, no. 3 (2022): 139–46.

bentuk-bentuk persepsi mahasiswa UII terhadap Brave Pink, apakah mereka menilai simbol tersebut sebagai ekspresi keberanian sipil, solidaritas rakyat kecil, bentuk aktivisme digital yang sejalan dengan nilai keadilan dalam Islam, atau justru memandangnya sebagai tren visual yang tidak terlalu penting. Faktor-faktor seperti nilai agama, literasi politik, pengalaman berorganisasi, dan suasana diskursus di kampus menjadi variabel yang menjelaskan mengapa interpretasi bisa berbeda antara satu mahasiswa dengan mahasiswa lain. Dengan kata lain, teori ini membantu memetakan hubungan antara konteks pribadi dan sosial mahasiswa dengan cara mereka memaknai simbol Brave Pink.

Dengan menjadikan teori proses persepsi seleksi organisasi interpretasi sebagai kerangka utama, penelitian ini menggunakan serangkaian konsep tersebut sebagai alat analisis untuk memahami hubungan antar variable : dari paparan simbol Brave Pink, proses kognitif yang terjadi pada mahasiswa, hingga bentuk persepsi yang mereka hasilkan sebagai mahasiswa di kampus Islam bersejarah seperti UII. Teori ini tidak berhenti pada definisi “apa itu persepsi”, tetapi memberikan perangkat konseptual yang konkret untuk membaca bagaimana tren visual berbasis warna Brave Pink diproses, disusun, dan dimaknai oleh mahasiswa dalam konteks identitas keagamaan, etika, dan kesadaran politik mereka.

G. Metodologi Penelitian

a. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, karena bertujuan untuk memahami dan menggambarkan secara mendalam bagaimana mahasiswa Universitas Islam Indonesia memaknai fenomena tren *brave pink* di Instagram. Pendekatan ini tidak berfokus pada angka atau data kuantitatif, melainkan pada proses penafsiran dan pemaknaan subjektif yang muncul dari pengalaman serta pandangan informan²⁸. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena sosial yang bersifat kontekstual, simbolik, dan interpretatif dalam hal ini, makna warna dan simbol digital di ruang media sosial.

b. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah persepsi mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) terhadap tren Brave Pink di Instagram. Penelitian ini menempatkan mahasiswa UII sebagai subjek yang memproses dan memaknai tren tersebut, sehingga perhatian tidak diarahkan pada dinamika interaksi di level makro, melainkan pada bagaimana mereka

²⁸ Cheryl N. Porth John W. Creswell, *Qualitative Inquiry & Research Design*, Fourth Edition (SAGE, 2018), https://pubhtml5.com/enuk/cykh/Creswell_and_Poth%2C_2018%2C_Qualitative_Inquiry_4th/.

membentuk penilaian dan makna terhadap Brave Pink dalam konteks sebagai mahasiswa di kampus Islam bersejarah.

Secara khusus, penelitian ini mengkaji bagaimana mahasiswa UII mempersepsikan tren Brave Pink : apakah dipandang sebagai bentuk aktivisme digital yang bermakna, ekspresi solidaritas dan keberanian sipil, gaya estetik semata, atau bahkan sesuatu yang dinilai problematis ketika dikaitkan dengan etika Islam dan keindonesiaan. Fokus ini mencakup cara mereka menafsirkan simbol warna, narasi 17+8 tuntutan rakyat, serta bagaimana seluruh elemen itu disusun dalam struktur persepsi mereka.

Selain itu, penelitian ini juga menelaah hubungan antara persepsi mahasiswa UII terhadap tren Brave Pink dengan nilai-nilai partisipasi, solidaritas, dan kesadaran sosial yang mereka anut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan tren Brave Pink sebagai fenomena viral di Instagram, tetapi berupaya mengungkap bagaimana tren tersebut dibaca, disaring, dan dimaknai oleh mahasiswa UII sebagai bagian dari identitas keagamaan, budaya kampus, dan budaya partisipatif mereka di ruang digital.

c. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan terhadap 6 orang mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) dari 4 fakultas yang aktif menggunakan media sosial khususnya Instagram, mengetahui, mengikuti atau pernah terlibat dalam postingan di Instagram yang membahas tentang trend *brave pink* (entah itu memberikan *like*, komentar atau membagikan postingan tersebut), dan mengetahui atau pernah terlibat dalam diskusi mengenai tren *brave pink*. Informan dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti tingkat keaktifan di media sosial, pemahaman terhadap isu sosial, serta keterlibatan dalam diskusi digital. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti dapat menggali persepsi, interpretasi simbolik, serta pemaknaan mahasiswa terhadap tren tersebut secara mendalam. Penelitian ini berupaya memahami bagaimana mahasiswa UII memaknai tren *brave pink* sebagai bentuk ekspresi dan partisipasi sosial di ruang digital.

d. Teknik Validasi Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan *member check*. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan jawaban dari enam informan yang memiliki latar belakang, pengalaman, dan tingkat keterlibatan yang berbeda terhadap tren Brave Pink di Instagram. Langkah ini dilakukan untuk melihat apakah tema-tema utama seperti paparan awal terhadap tren, bentuk keterlibatan, makna simbol Brave Pink, serta penilaian terhadap kesesuaiannya dengan nilai keadilan sosial dan etika Islam muncul secara konsisten di antara para informan. Selain triangulasi sumber, peneliti juga melakukan *member check* dengan cara mengonfirmasi kembali ringkasan hasil wawancara kepada informan. Konfirmasi ini dilakukan agar peneliti dapat memastikan bahwa hasil interpretasi tidak menyimpang dari maksud yang disampaikan oleh informan. Melalui langkah ini, informan diberi kesempatan untuk menegaskan, mengoreksi, atau menambahkan informasi sehingga data yang digunakan benar-benar merefleksikan pengalaman dan pandangan mereka secara akurat.

Dengan menggunakan triangulasi sumber dan *member check*, keabsahan data dalam penelitian ini diharapkan tetap terjaga meskipun data utama hanya diperoleh melalui wawancara mendalam.

e. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña²⁹ yang terdiri atas empat tahap utama : (1) Pengumpulan data, Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data kualitatif melalui wawancara sesuai fokus penelitian. (2) Reduksi data, pada tahap reduksi ini peneliti menyeleksi, mengelompokkan, dan memberi kode terhadap hasil wawancara terkait tren *brave pink* berdasarkan tema-tema makna yang muncul dari narasi mahasiswa. Tahap ini tidak hanya bertujuan merapikan data, tetapi juga menelusuri proses bagaimana mahasiswa UII membentuk, menegosiasikan, dan menafsirkan makna simbolik dari tren warna tersebut melalui interaksi sosial dan media. (3) Penyajian data, selanjutnya tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun narasi tematik dan bagan relasional yang menggambarkan hubungan antar kode serta dinamika pertukaran makna di antara informan. (4) Penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing & verification*),). Dengan demikian, analisis ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena secara tekstual, tetapi juga mengidentifikasi

²⁹ A. Michael Huberman Matthew B. Miles, *Qualitative Data Analysis*, Second (SAGE, 1994), <https://vivauniversity.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/11/milesandhuberman1994.pdf>.

proses terbentuknya makna yang dipahami oleh mahasiswa UII sebagai hasil interaksi sosial dan simbolik di ruang digital.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang terdiri dari empat bab utama, yang disusun secara logis dan saling berkaitan satu sama lain untuk memberikan alur pemahaman yang utuh terhadap permasalahan penelitian.

BAB I Pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena munculnya tren *brave pink* di media sosial serta relevansinya terhadap perilaku dan persepsi Generasi Z dalam menyampaikan aspirasi sosial secara damai. Pada bagian ini juga diuraikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, kajian pustaka yang memuat penelitian terdahulu, dan kajian teori yang berfokus pada penggunaan Teori Proses Persepsi sebagai pisau analisis. Selain itu, pada bab ini dijelaskan pula metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, fokus penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validasi data, dan teknik analisis data. Bagian akhir bab ini ditutup dengan sistematika pembahasan sebagai panduan alur penyusunan laporan penelitian secara keseluruhan.

BAB II Gambaran Umum Penelitian menjelaskan konteks dan lokasi penelitian secara deskriptif. Pada bagian ini diuraikan gambaran umum mengenai fenomena tren *brave pink* sebagai bentuk ekspresi digital

generasi muda di media sosial, termasuk karakteristik Generasi Z yang menjadi subjek penelitian. Bab ini berfungsi untuk memberikan pemahaman dasar tentang latar sosial, budaya, dan media yang melingkupi fenomena penelitian, sehingga pembaca dapat memahami konteks terbentuknya interaksi simbolik antara pengguna media sosial dan simbol-simbol digital yang digunakan dalam tren tersebut.

BAB III Temuan dan Pembahasan berisi analisis mendalam terhadap temuan penelitian berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan Proses Persepsi untuk menafsirkan makna simbol-simbol dalam tren *brave pink*, serta bagaimana simbol tersebut dimaknai oleh Mahasiswa dalam mengekspresikan nilai, identitas, dan aspirasi sosialnya. Pada bab ini peneliti mengaitkan data empiris dengan konsep-konsep teoritis untuk menjelaskan hubungan antara fenomena digital dengan proses pembentukan makna sosial. Dengan demikian, bab ini menjadi inti dari penelitian karena menampilkan hasil interpretasi simbolik dan relevansinya terhadap tujuan penelitian.

BAB IV Penutup memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil temuan dan pembahasan pada bab sebelumnya, yang merangkum jawaban dari rumusan masalah penelitian. Sementara itu, bagian saran berisi rekomendasi yang bersifat teoritis maupun praktis, baik untuk pengembangan kajian ilmiah mengenai tren digital dan partisipasi

sosial Generasi Z, maupun untuk lembaga atau pihak yang berkepentingan dalam memahami dinamika aktivisme digital yang inklusif dan damai.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Mahasiswa Universitas Islam Indonesia mempersepsikan tren Brave Pink di Instagram sebagai simbol solidaritas digital dan perlawanan terhadap ketidakadilan yang sejalan dengan nilai keadilan sosial dan etika Islam. Persepsi tersebut terbentuk melalui proses seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap paparan visual Brave Pink dan informasi yang menyertainya, dengan kesadaran bahwa tren ini mengandung potensi aktivisme permukaan dan FOMO yang perlu diimbangi dengan pemahaman yang memadai.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa Universitas Islam Indonesia dan mahasiswa perguruan tinggi lainnya

Mahasiswa, baik di UII maupun di perguruan tinggi lain diharapkan dapat memanfaatkan tren solidaritas digital seperti Brave Pink tidak hanya sebagai sarana mengikuti perkembangan visual di media sosial, tetapi juga sebagai momentum untuk memperdalam pemahaman terhadap isu-isu keadilan sosial yang melatarbelakanginya. Partisipasi simbolik melalui penggantian foto profil dan *repost* konten sebaiknya

diimbangi dengan upaya mencari informasi yang lebih komprehensif, berdiskusi secara kritis dengan teman, serta merefleksikan posisi dan tanggung jawab sebagai generasi muda Muslim dalam menyikapi ketidakadilan. Dengan demikian, solidaritas digital dapat menjadi pintu masuk bagi tumbuhnya kepedulian, literasi politik, dan kepekaan etis yang lebih mendalam, bukan berhenti pada level tren visual semata. Dengan cara tersebut, solidaritas digital dapat menjadi bagian dari praktik amar ma'ruf nahi munkar di ruang digital, bukan hanya ekspresi ikut tren yang sesaat.

2. Bagi kreator konten dan pegiat *aktivisme* digital

Kreator konten dan pegiat *aktivisme* digital lain, dapat mempertimbangkan pentingnya menjelaskan makna, tujuan, dan konteks etis dari kampanye visual yang mereka gagas. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa berinteraksi dengan simbol seperti Brave Pink melalui perantara teman dan linimasa, tanpa selalu mengetahui sosok kreator dan uraian lengkap tuntutan yang diusung. Karena itu, kejelasan narasi, akses mudah ke informasi detail, serta penyediaan ruang refleksi (misalnya melalui caption informatif, tautan, dan sesi *live*) dapat membantu mengurangi kesenjangan antara partisipasi simbolik dan pemahaman substansial, sekaligus meminimalkan risiko *aktivisme* permukaan yang sepenuhnya terputus dari aksi nyata.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang relatif sedikit dan fokus pada satu kampus, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh mahasiswa di Indonesia. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak informan dari berbagai perguruan tinggi, termasuk kampus non-Islam, untuk melihat bagaimana latar belakang institusional dan keagamaan memengaruhi persepsi terhadap simbol digital seperti Brave Pink. Penelitian lanjutan juga dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, misalnya dengan survei skala besar yang mengukur hubungan antara intensitas partisipasi dalam tren visual, tingkat literasi politik, dan kecenderungan terhadap aktivisme digital, atau menggali lebih jauh peran gender, kelas sosial, serta pengalaman berorganisasi dalam membentuk cara mahasiswa memaknai solidaritas digital. Selain itu, studi mendalam tentang perbandingan antara simbol Brave Pink dan gerakan visual lain, baik di Indonesia maupun di luar negeri, dapat semakin memperkaya pemahaman tentang politik warna dan dinamika simbol di ruang publik digital.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Muhammad Reynold Assiddiq
Tempat/Tgl.Lahir : Kota Solok, 14 Februari 2004
Alamat : Vi Suku, Kota Solok, Sumatera Barat
Email : muhammadreynold99@gmail.com
No. Telpn : 082119064453

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SDN 05 Vi Suku Kota Solok, Tahun 2016
- b. MTS Al-Hidayah Basmol, Tahun 2019
- c. MA Al-Hidayah Basmon, Tahun 2022

C. Prestasi/Penghargaan

1. Juara 1 Lomba Voli Antar Sekolah MTS Al-Hidayah Basmol 2018

D. Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Program Studi KPI 2023
2. Sunan Kalijaga TV
3. DIFIKOM

E. Media Sosial

1. Alamat IG : reynold_assiddiq

Yogyakarta, 10 Juni 2026



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Muhammad Reynold Assiddiq

DAFTAR PUSTAKA

- AL-FAJRI, DAFFA SHIDDIQ. “Nasional Ragam Reaksi Publik Atas Gerakan Brave Pink Hero Green.” GoodStats, 2025. <https://goodstats.id/infographic/ragam-reaksi-publik-atas-gerakan-brave-pink-hero-green-ZJbZN>.
- Antameng, Nurcholis Madjid, Jeffry William Londa, Leviane Jackelin, and Hera Lotulung. “Pengaruh Komunikasi Politik Melalui Instagram Terhadap Partisipasi Politik Generasi Z Pada Pemilihan Presiden 2024 Di Kelurahan Aertembaga Dua Kota Bitung,” 2024, 1324–37.
- Aryanti, Melinda Putri, Simbolisme Brave, Pink Dan, and Hero Green. “Melinda Putri Aryanti. Simbolisme Brave Pink Dan Hero Green Dalam Gerakan Politik Masyarakat Indonesia” 5, no. 2 (2025): 251–58. <https://www.neliti.com/publications/661308/simbolisme-brave-pink-dan-hero-green-dalam-gerakan-politik-masyarakat-indonesia#id-section-content>.
- Components, Basic, and Perception Process. “3 . 2 : Perception Process — Parts 1 and 2 (Selection and Organization) How Are You Feeling ?” 2 (2021): 1–5.
- “Dibalik 17+8 Tuntutan Rakyat, Ini Makna Brave Pink & Hero Green.” WARTA PTM, 2025. <https://wartaptm.id/dibalik-178-tuntutan-rakyat-ini-makna-brave-pink-hero-green/>.
- Disway, Harian. “RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi , RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi ,” 04, no. 02 (2024): 21–30. https://doi.org/https://search.crossref.org/?q=+2807-6818&from_ui=yes.
- Faturahman, Andi Adam. “Mengenal Kampanye Brave Pink Hero Green Yang Populer Di Media Sosial.” TEMPO, 2025. <https://www.tempo.co/politik/mengenal-kampanye-brave-pink-hero-green->

yang-populer-di-media-sosial-2066148.

Fusch, Patricia I, and Lawrence R Ness. "Are We There Yet ? Data Saturation in Qualitative Research" 20, no. 9 (2015): 1408–16. https://www.researchgate.net/publication/282955844_Are_We_There_Yet_Data_Saturation_in_Qualitative_Research.

Hanna Aishabrina Dharmawan. "Apakah Fenomena Brave Pink Di Indonesia Mengancam Keamanan Indonesia?" fisipuinjkt.ac.id, 2025. <https://fisip.uinjkt.ac.id/id/apakah-fenomena-brave-pink-di-indonesia-mengancam-keamanan-indonesia#:~:text=kalangan muda yang aktif di ruang digital dan memiliki kesadaran tinggi terhadap isu kemanusiaan serta kebebasan sipil>.

Hasna, Sofia. "Gerakan Pictivism Media Sosial, Simbol Solidaritas Warna Masyarakat Indonesia." universitas muhammadiyah jakarta, 2025. <https://umj.ac.id/opini/gerakan-pictivism-media-sosial-simbol-solidaritas-warna-masyarakat-indonesia/>.

Ii, B A B. "Universitas Indonesia Gambaran Persepi..., Ben Fauzi Ramadhan, FKM UI, 2009 Universitas Indonesia," no. 1986 (2009): 6–24.

Ilmu, Fakultas, Sosial Dan, Ilmu Politik, and Universitas Bosowa Makassar. "Strategi Black Lives Matter Dalam Kampanye Gerakan Anti Rasisme Global," 2021.

Indriawati, Tri. "Kenapa Profil IG Warna Pink Hijau Ramai? Ini Arti Brave Pink Hero Green Yang Viral." Kompas.com, 2025. <https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2025/09/03/142747488/kenapa-profil-ig-warna-pink-hijau-ramai-ini-arti-brave-pink-hero?page=all#page2>.

Jasuli, Mohamad, and Rinikso Kartono. "Symbol Communication through Media Social on Marvel Grade Group of Students at Al-Falah High School in Pamekasan , East Java" 9, no. 3 (2022): 139–46.

John W. Creswell, Cheryl N. Poth. *Qualitative Inquiry & Research Design*. Fourth Edi. SAGE, 2018. https://pubhtml5.com/enuk/cykh/Creswell_and_Poth%2C_2018%2C_Qualitative_Inquiry_4th/.

Madura, Universitas Trunojoyo. “Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura Fitri Jayanti, Nanda Tika Arista Universitas Trunojoyo Madura,” n.d., 205–23.

Marbun, Sahala Fransiskus, Vita Nurliana, Beta Marsaulina, Widya Ningsih, and Anas Fela. “Peran Media Sosial Dalam Membentuk Opini Politik Mahasiswa Universitas Negeri Medan Dalam Pemilihan Umum Presiden 2024 The Role of Social Media in Shaping Political Opinions of Medan State University Students in the 2024 Presidential Election,” 2025, 6053–62.

Maskuri, M Ibnu Naufal. “Visual Meaning in Digital Protests : The Use of Brave Pink and Hero Green in Social Media after the August 28 – 30 , 2025 Demonstration Makna Visual Dalam Protes Digital : Penggunaan Warna Merah Muda Berani Dan Hijau Pahlawan Di Media Sosial Setelah Demon” 19, no. 2 (2025). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v19i2.9085.g3409>.

Matthew B. Miles, A. Michael Huberman. *Qualitative Data Analysis*. Second. SAGE, 1994. <https://vivauniversity.wordpress.com/wp-content/uploads/2013/11/milesandhuberman1994.pdf>.

“Menguak Pesona Universitas Islam Indonesia (UII): Kampus Swasta Tertua Dengan Segudang Prestasi.” bimus.ac.id, 2025. <https://bimus.ac.id/berita/menguak-pesona-universitas-islam-indonesia-iii-kampus-swasta-tertua-dengan-segudang-prestasi/>.

NANY. “Resistance Blue, Brave Pink, Hero Green: Tiga Warna Perjuangan Rakyat Sipil Lawan Rezim.” independen.id, 2025. <https://independen.id/resistance->

blue-brave-pink-hero-green-tiga-warna-perjuangan-rakyat-sipil-lawan-rezim.

Nisa, Ananda Hulwatun, Hidayatul Hasna, Linda Yarni, Universitas Islam, Negri Sjech, and M Djamil Djambek. "Persepsi Pendahuluan Metode" 2, no. 4 (2023): 213–26.

Open, Asccc, Educational Resources, and Initiative Oeri. "INTERPERSONAL COMMUNICATION: CONTEXT AND CONNECTION Context and Interpersonal Communication :," n.d.

Poetri, Fridha Tamara. "Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Politik Universitas Mulawarman Mengetahui Bagaimana Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas" 10, no. 3 (2022): 118–28.

Purwanto, Muhammad Roy. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Mental Mahasiswa : Studi Kasus Di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia," 2024, 1475–86.

Putra, Arief Fadhillah. "Motif Mahasiswa Universitas Islam Di Yogyakarta Dalam Mengikuti Akun Instagram Awkarin." *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 2019.
<https://doi.org/https://repository.umi.ac.id/bitstream/handle/123456789/28034/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf?sequence=11&isAllowed=y#:~:text=referensi%20dalam%20bidang%20fashion>.

Putra, Dava Pratama, Al Rafni, Susi Fitria Dewi, and Monica Tiara. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Preferensi Politik Mahasiswa Pemilih Pemula Pada Pilpres 2024" 5, no. 2 (2025): 396–406.

Riau, Universitas, Kota Pekanbaru, and Provinsi Riau. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Mahasiswa Universitas Riau" 1, no. 2 (2024): 660–69.

- Rini, Rina Ayu Panca. “Ramai Gerakan Brave Pink Hero Green, Ini Analisis Drone Emprit.” *tribunnews*, 2025.
<https://www.tribunnews.com/techno/7724446/ramai-gerakan-brave-pink-hero-green-ini-analisis-drone-emprit>.
- Rochmawati, Ayu, and Syifa Syarifah Alamiyah. “Aktivisme Media Sosial Di Instagram : Studi Literatur.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7, no. 1 (2024): 2572–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v7i3.4085>.
- Rosalini, Hashina, Fajar Aditya Nugraha, Dawam Syukron, Universitas Sultan, Ageng Tirtayasa, Universitas Sultan, Ageng Tirtayasa, and Universitas Primagraha. ““ Pink Brave ’ Dan ‘ Hero Green ’ Sebagai Narasi Simbolik Pergerakan Publik . Analisis Kritis Dalam Perspektif Roland Barthes” 14 (2025): 486–500.
- Sosial, Media, Pemilih Pemula, and Pesan Politik. “No Title” 4, no. 1 (2020).
- Wulandari, E K A, Zulfiah Larisu, Sitti Utami, and Rezkiawaty Kamil. “Studi Persepsi Mahasiswa Fisip Pada Pesan Politik Gerakan # 2019GANTIPRESIDEN Di Twitter” 4, no. 2 (2019): 1–14.
- Yasmin, Ayyisha Ridzwana, and Benazir Bona Pratamawaty. “Ekstravert , Keterbukaan , Dan Aktivisme Digital Prokes Di Instagram.” *Jurnal Psikologi* 6, no. 2 (2023): 13–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.2241>.
- Youtube, Media Sosial. “Persepsi Mahasiswa Tentang Gaya Komunikasi Politik Presiden Joko Widodo Melalui Media Sosial,” 2019.