



PENGARUH SIMBOL *BRAVE PINK* DAN *HERO GREEN* DALAM PEMBENTUKAN KESADARAN SOLIDARITAS KOLEKTIF DI MEDIA SOSIAL

¹ Bening Audrey Fatikasari; ² Desti Purnama Asti; ³ Nasywa Salsabila; ⁴ Rizqi Nurhamidah; ⁵ Sabrina Amelia

¹²³⁴⁵Universitas Islam Syekh-Yusuf

Email: beningaudry1234@gmail.com

Article Info

Submitted 04 Januari 2026

Revised 30 Mei 2026

Published 30 April 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan simbol Brave Pink dan Hero Green terhadap pembentukan kesadaran solidaritas kolektif di media sosial. Fenomena ini muncul sebagai respons visual terhadap dinamika aksi demonstrasi pada Agustus hingga September 2025 di Indonesia, di mana warna merah muda merepresentasikan keberanian sipil dan warna hijau melambangkan pengorbanan rakyat kecil. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling, data dikumpulkan dari 125 responden pengguna media sosial melalui kuesioner terstruktur berskala Likert. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa penggunaan simbol Brave Pink dan Hero Green memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan kesadaran solidaritas kolektif. Berdasarkan perspektif teori Uses and Gratifications, audiens secara aktif menggunakan simbol-simbol tersebut untuk memenuhi kebutuhan identitas kelompok dan keterlibatan dalam isu publik. Meskipun terdapat dinamika pro dan kontra di ruang digital, simbol-simbol ini terbukti efektif sebagai bahasa visual perlawanan yang menyatukan empati publik di era komunikasi modern. Penelitian ini memberikan kontribusi pada studi komunikasi simbolik dengan membuktikan kekuatan pesan visual dalam menggerakkan aksi solidaritas tanpa bergantung pada birokrasi tradisional.

Keywords: Brave Pink, Hero Green, Solidaritas Kolektif, Media Sosial, Komunikasi Visual

A. PENDAHULUAN



Gambar 1 Simbol Brave Pink dan Hero Green

Platform media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai wadah berbagi foto atau video semata, ternyata juga menjadi arena yang begitu bebas untuk khalayak dalam melakukan berbagai ekspresi, sebagaimana yang dilakukan oleh pengguna media sosial Instagram dalam menggambarkan dan memaknai warna secara simbolik. Demo pada periode akhir Agustus hingga awal September 2025 juga diwarnai oleh sebuah simbol. Gambar yang digunakan sebagai simbol akan lebih mudah dipahami oleh orang yang menerima informasi dibandingkan menggunakan tulisan. Simbol tersebut tidak perlu ditulis ulang karena gambar tersebut sudah mampu menyampaikan makna atau konsep yang ingin disampaikan. Demo tersebut dilandaskan oleh tunjangan anggota DPR yang dianggap berlebihan. Usulan tunjangan baru bagi anggota Dewan Perwakilan Rakyat (termasuk tunjangan perumahan) memicu kemarahan publik. Masyarakat merasa bahwa di tengah kesulitan ekonomi, kenaikan fasilitas untuk wakil rakyat tersebut sangat tidak tepat.

Demo serentak di seluruh daerah Indonesia tepatnya pada tanggal 28 Agustus 2025, semakin memanas setelah seorang pengemudi ojek online (ojol) (Affan Kurniawan, 21) dikabarkan terlindas oleh kendaraan taktis (rantis) saat aparat mencoba membubarkan massa. Rantis merupakan kendaraan yang dirancang khusus untuk kebutuhan militer maupun kepolisian. Fungsinya beragam, mulai dari operasi tempur, pengamanan tamu penting, hingga penanganan konflik berskala besar. Kemudian kejadian tersebut memicu emosi demonstran yang merasa tindakan aparat sudah berlebihan. Akibat insiden tersebut, suasana di lokasi menjadi tegang, beberapa demonstran melemparkan benda ke arah petugas, sementara pihak keamanan memperketat penjagaan. Demo terus berlanjut di hari berikutnya, fokus masyarakat pun mulai terbagi, bukan hanya fokus ke tuntutan kepada DPR namun demonstran juga menuntut keadilan atas kematian Affan Kurniawan.

Kejadian tersebut menumbuhkan rasa empati para animator untuk membuat animasi dalam menyampaikan belasungkawa terhadap kematian Affan Kurniawan yang ramai diunggah di media sosial sehingga menimbulkan rasa empati para pengguna sosial media lainnya. Animasi yang dibuat para animator tersebut berupa helm dan jaket hijau dengan gambar sayap dan bunga yang memiliki makna pahlawan yang gugur. Arti dari kata pahlawan tersebut lahir dari latar belakang Affan yang menjadi tulang punggung keluarganya dan cita-citanya ingin melanjutkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi. Lalu muncullah simbol Hero Green yang menyebar di media sosial.

Demo turut berlanjut di hari berikutnya, di tengah keadaan yang masih memanas, muncullah aksi seorang ibu berkerudung merah muda yang bernama Ana berdiri berhadapan langsung di depan barisan aparat dengan mengibaskan tongkat berbalut bendera merah putih. Keberadaannya kontras di antara ribuan demonstran pria, menjadikannya simbol resistensi wanita di ruang publik yang biasanya didominasi oleh pria. Meski dihalmi dengan gempuran water cannon serta gas air mata, ibu berkerudung merah muda itu tetap lantang

menyuarakan tuntutanannya. Kemudian muncullah sebutan Brave Pink yang memaknai arti keberanian ibu Ana.

Arus komunikasi massa yang tak terkendali membuat informasi tentang Brave Pink dan Hero Green semakin menyebar dengan cepat di media sosial. Hal tersebut membentuk konstruksi di media massa sebagai simbol perlawanan. Inisiatif salah satu pengguna media sosial (Anang Marjono) yang membuat situs generator online Brave Pink dan Hero Green agar memudahkan siapa saja mengubah foto profil sebagai simbol perlawanan melalui media sosial tanpa perlu mengunduh aplikasi tambahan. Dari situ timbul aksi solidaritas para pengguna media sosial beramai-ramai mengganti warna profil mereka melalui situs buatannya. Simbol tersebut bukan hanya sekedar tren, melainkan representasi perlawanan rakyat terhadap ketidakadilan yang disuarakan melalui gerakan '17+8 Tuntutan Rakyat'. Tuntutan tersebut berisi 17 tuntutan jangka pendek dan 8 tuntutan jangka panjang yang menuntut transparansi, reformasi, dan empati.

Aksi solidaritas terus meluas di berbagai jejaring media sosial, seperti X, Instagram, Tiktok, hingga Facebook. Namun aksi tersebut menuai pro-kontra, adanya kontra tersebut dikarenakan tersebarnya unggahan video ibu Ana yang sedang menyerukan dengan berbagai lontaran kalimat tidak pantas. Hal tersebut membentuk framing yang memecah aksi solidaritas pengguna media sosial untuk mengkritik aksi ibu Ana dibanding dengan fokus awal untuk mengawal tuntutan tunjangan yang diajukan kepada DPR.

Berbagai pembicaraan mengenai aksi perlawanan yang terdapat di media sosial Instagram tidak sedikit merepresentasikan sebuah makna, ideologi, dan evaluasi. Dimana hal tersebut sangat penting untuk diungkap dalam menjelaskan keberadaan perlawanan dalam sebuah simbol warna. Pro-kontra didasarkan pada argumen bahwa penggunaan simbol warna tersebut dalam menggambarkan perlawanan di Indonesia, merupakan sebuah keliru dari pengguna media sosial Instagram atas pemaknaan dari sebuah perilaku yang dianggap salah merepresentasikan perlawanan masyarakat Indonesia. Maka simbol warna brave pink yang digunakan dalam menggambarkan perlawanan dirasa kurang cocok dan semakin mempertegas bahwa simbol warna tersebut merupakan simbol yang keliru serta kurang tepat. Namun solidaritas sebagian pengguna internet tetap berlanjut dengan menggunakan simbol warna tersebut dan fokus mengawal tuntutan kepada DPR tanpa menghiraukan kontra yang ada.

Alasan pengguna internet tetap menggunakan simbol Brave Pink dan Hero Green, bahwa media digital memberikan jalur alternatif bagi rakyat untuk menyuarakan tuntutan mereka tanpa harus bergantung pada mekanisme resmi atau lembaga tradisional yang terkadang terhambatnya birokrasi dan kepentingan tertentu. Melalui media sosial, suara rakyat menjadi lebih mudah didengar, diperkuat oleh jaringan luas, dan memberikan dampak nyata dalam membentuk opini publik dan kebijakan. Pendekatan visual seperti ini memiliki kekuatan dalam komunikasi sosial, terutama ketika dikaitkan dengan simbolisme dan ideologi. Mempertahankan simbol Brave Pink dan Hero Green sebagai tanda semangat dan identitas kolektif mempunyai arti penting untuk menjaga kesinambungan perjuangan di era media sosial saat ini. Simbol ini menjadi pengingat visual yang kuat akan tujuan bersama dan semangat gotong royong dalam melawan ketidakadilan, serta sebagai sumber inspirasi bagi generasi muda yang aktif di ruang digital untuk terus berpartisipasi dalam membangun perubahan positif.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, kajian mengenai simbol yang merepresentasikan aksi solidaritas lebih banyak menggunakan metode kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini

menghadirkan kebaruan dengan menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis fenomena tersebut. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada fenomena simbol Brave Pink dan Hero Green yang baru muncul saat demonstrasi Agustus hingga September 2025 sebagai bentuk aksi solidaritas, yang belum dikaji dalam penelitian sebelumnya.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh penggunaan simbol Brave Pink dan Hero Green terhadap pembentukan kesadaran solidaritas di media sosial. Secara lebih khusus, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan sejauh mana kedua simbol tersebut efektif dalam membangkitkan rasa solidaritas di kalangan pengguna media sosial, serta mengevaluasi dinamika respon publik yang muncul, baik berupa dukungan (pro) maupun penolakan (kontra), terhadap representasi simbolik tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang sebelumnya dijelaskan, penelitian ini memiliki rumusan masalah yang berfokus pada bagaimana pengaruh penggunaan simbol Brave Pink dan Hero Green dalam membentuk kesadaran solidaritas kolektif di media sosial, dan sejauh mana dua simbol tersebut efektif dalam membangkitkan rasa solidaritas di kalangan pengguna media sosial, serta bagaimana dinamika respon publik baik dukungan (pro) maupun penolakan (kontra), terhadap representasi simbolik Brave Pink dan Hero Green.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Hasil penelusuran terhadap sejumlah penelitian terkait memperlihatkan bahwa tema mengenai representasi simbol, solidaritas sosial, dan komunikasi visual telah cukup sering dikaji dalam berbagai konteks, seperti simbol semangka Palestina, slogan aksi solidaritas, musik protes, hingga simbol politik di media digital. Meski demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih memiliki batasan pada ruang lingkup objek yang dianalisis, sebab umumnya hanya memusatkan perhatian pada satu hingga tiga objek visual tanpa perluasan kajian secara komparatif. Di samping itu, fokus utama penelitian terdahulu lebih banyak menekankan pada kajian semiotika dan telaah makna representasi, sementara aspek penerimaan khalayak (audience reception) serta cara publik memberikan pemaknaan terhadap simbol belum digali secara mendalam. Mayoritas riset juga masih menggunakan pendekatan deskriptif dan belum memanfaatkan metode gabungan untuk memperkuat bukti empiris.

Dalam ranah komunikasi digital, studi yang tersedia belum sepenuhnya mengulas peran algoritma media sosial terhadap proses distribusi simbol solidaritas dan pembentukan opini publik. Selain itu, penelitian bersifat longitudinal yang mengamati perubahan makna simbol serta perkembangan solidaritas dari waktu ke waktu dan lintas generasi masih terbatas. Dengan demikian, terdapat ruang penelitian untuk memperluas pendekatan melalui analisis komparatif, pelibatan perspektif audiens, serta integrasi kajian algoritma dan perilaku digital demi memahami bagaimana pesan visual solidaritas terbentuk, tersebar, serta diterima dalam ekosistem media kontemporer (Abdurahman, 2026).

Penelitian ini menawarkan kebaruan melalui penggabungan analisis semiotika Roland Barthes dengan kajian penerimaan audiens untuk menelaah makna simbol visual, tidak hanya dari struktur pesan, tetapi juga dari cara khalayak menafsirkan dan merespons simbol tersebut. Selain itu, penelitian ini menerapkan pendekatan mixed-method, yakni memadukan analisis visual, survei audiens, serta pengamatan aktivitas digital guna menghasilkan gambaran yang

lebih menyeluruh dan berbasis data empiris. Kebaruan lain terletak pada penelaahan terhadap peran algoritma media sosial dalam memengaruhi pola penyebaran simbol solidaritas, yang sejauh ini belum banyak dibahas secara mendalam dalam penelitian terdahulu. Studi ini juga bersifat komparatif dan memperhatikan dinamika persepsi publik dalam berbagai ruang digital serta implikasinya dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terkini dalam studi tentang komunikasi visual dan media digital melalui model analisis yang integratif, kontekstual, dan relevan dengan perkembangan penyebaran simbol solidaritas pada era komunikasi modern.

Penelitian ini memiliki tiga variabel utama yaitu simbol brave pink hero green, pro kontra, dan aksi solidaritas. Konsep utama dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh yang signifikan antara integritas simbol brave pink dan hero green terhadap pro dan kontra yang muncul di media sosial dalam membentuk aksi solidaritas.

A. Simbol

Simbol adalah bagian dari hubungan antara tanda dengan yang dinyatakannya, yaitu hubungan yang menjelaskan arti dari sesuatu yang direferensikan dalam kehidupan umum atau dalam sebuah karya sastra sebagai gambaran dari kehidupan. Secara etimologis istilah “simbol” diserap dari kata simbol dalam bahasa Inggris yang berakar pada kata *symbolicum* dalam bahasa Latin. Sementara dalam bahasa Yunani kata *simbolon* dan *symballo*, yang juga menjadi akar kata simbol, memiliki beberapa makna generik, yakni “memberi kesan”, “berarti”, dan “menarik”. Simbol adalah sesuatu yang biasanya merupakan tanda yang terlihat yang menggantikan gagasan atau objek (Peruba & Triyanti, 2016) (Abdurahman, 2024).

B. Warna

Warna tidak hanya berkaitan dengan estetika saja, namun melalui warna kini manusia juga dapat menyampaikan pesan atau informasi melalui warna. Setiap warna dapat merepresentasikan suatu arti atau makna tertentu. Apabila warna dipadukan dengan berbagai kondimen, bukan hanya menimbulkan persepsi dan citra tertentu, namun warna akan menguatkan makna dari suatu “simbol” tertentu seperti keagungan, kematian, kehidupan dan makna lainnya. Warna dapat menjadikan dirinya sebagai bagian dari simbol. Warna dapat mengartikan sebuah perwakilan makna bahkan objek pengganti bahasa formal dalam mengomunikasikan hal tertentu. (Kusumodewi & Kristiana, 2022)

C. *Brave Pink* dan *Hero Green*

Brave pink berasal dari suatu apropriasi, yaitu sebuah warna yang awalnya dibentuk sebagai kekuatan yang lemah namun kini berubah menjadi

simbol keberanian. Terutama dengan adanya kehadiran ibu-ibu dalam demonstrasi yang terjadi pada Agustus 2025. Warna pink kini tidak lagi bermakna sekadar feminin, tetapi kini memiliki makna baru yaitu resisten dan politis. Berbeda dengan simbol warna pink yang banyak diasosiasikan berasal dari Barat, ada warna hijau yang memiliki akar lokal. Warna hijau erat dengan kesuburan, kekuatan, bahkan khazanah *guides of the south sea* menyebutkan warna hijau menandakan kekuasaan spiritual seperti figur Nyi Roro Kidul di dalam folklor Jawa. Kemudian *hero green* muncul dalam perkembangan di Indonesia belakangan ini yang mengasosiasikan warna hijau. Tragedi salah seorang pengemudi yang terlindas kendaraan taktis serta kehadiran para driver ojek online berseragam hijau dalam demonstrasi bulan agustus 2025, memperkuat makna warna hijau sebagai simbol solidaritas rakyat kecil dan keberanian kolektif. Makna warna hijau yang bukan hanya merepresentasikan alam, tetapi heroisme dan penyelamatan. Gerakan *Brave Pink* dan *Hero Green* lahir dari solidaritas. Pink yang terinspirasi dari ibu berhijab saat demo agustus 2025, simbol keberanian sipil. Sedangkan hijau dari jaket ojol Affan Kurniawan yang wafat, simbol pengorbanan rakyat kecil. Keduanya jadi bahasa visual perlawanan (Dede Leni Mardianti, 2025).

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menekankan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada seluruh pengguna media sosial. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada kemampuannya untuk menghasilkan data yang terukur dan dapat dianalisis secara statistik, sehingga memudahkan peneliti dalam menguji hipotesis dan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang diteliti. Hingga akhir masa pengumpulan data, sebanyak 125 kuesioner lengkap berhasil terkumpul dan siap dianalisis (Dewi & Suparman, 2025).

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua orang yang menggunakan sosial media. Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel Purposive Sampling, Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive, yang berarti mengambil sampel dengan mempertimbangkan sejumlah faktor. Peneliti menentukan bahwa jumlah subjek yang disurvei adalah 125 berdasarkan metode sampling tersebut. Jumlah sampel 125 orang ini dianggap cukup untuk memenuhi syarat representasi data, sehingga dapat

memberikan generalisasi yang valid tentang perilaku atau persepsi subjek (Mukti & Aprianti, 2021).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur secara online yang diukur dengan skala Likert, yang memungkinkan responden untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau tanggapan mereka terhadap serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh simbol Brave Pink dan Hero Green, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan kuantifikasi unsur-unsur kualitatif seperti persepsi individu dan intensitas emosional responden. Dengan demikian, analisis perubahan kesadaran solidaritas kolektif di media sosial dapat dilakukan secara statistik dan lebih akurat dengan menggunakan metode ini.

D. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel Distribusi Frekuensi variabel X Pertanyaan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	4	3.2	3.2	4.0
	Netral	9	7.2	7.2	11.2
	Setuju	67	53.6	53.6	64.8
	Sangat Setuju	44	35.2	35.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi yang disajikan, diperoleh total jumlah responden sebanyak 125 orang. Analisis menunjukkan bahwa sebagian kecil responden memberikan tanggapan negatif atau netral, di mana hanya 0.8% responden yang berada pada kategori Sangat Tidak Setuju, 3.2% pada kategori Tidak Setuju, dan 7.2% pada kategori Netral. Persentase kumulatif untuk kategori Netral mencapai 11.2%. Sementara itu, mayoritas responden menunjukkan sikap positif. Responden yang menyatakan Setuju berjumlah 67 orang, yang menyumbang persentase terbesar sebesar 53.6%. Diikuti oleh responden yang menyatakan Sangat Setuju sebanyak 44 orang, atau 35.2%. Karena seluruh data dalam tabel adalah data valid, maka nilai pada kolom Valid Percent sama persis dengan kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, terlihat jelas bahwa persentase kumulatif akhirnya mencapai 100.0%, yang merupakan penjumlahan persentase dari seluruh kategori, menunjukkan bahwa hampir 88.8% responden secara keseluruhan memberikan respons positif (Setuju dan Sangat Setuju) terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel X Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	10	8.0	8.0	8.8
	Setuju	64	51.2	51.2	60.0
	Sangat Setuju	50	40.0	40.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, diketahui bahwa total jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menyatakan Setuju merupakan kelompok terbesar, berjumlah 64 orang atau 51.2% dari keseluruhan. Diikuti oleh kategori Sangat Setuju dengan jumlah 50 orang, yang menyumbang 40.0% dari total. Dengan demikian, gabungan tanggapan positif (Setuju dan Sangat Setuju) mencapai 91.2% dari seluruh responden. Sementara itu, tanggapan yang bersifat netral atau negatif relatif kecil. Responden yang memilih Netral sebanyak 10 orang, atau 8.0%. Kelompok yang menyatakan Tidak Setuju hanya berjumlah 1 orang, yang setara dengan 0.8% dari total. Karena semua data adalah valid, nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, persentase komulatif secara bertahap meningkat dan mencapai puncaknya 100.0% pada kategori Sangat Setuju, yang mencerminkan bahwa semua responden (125 orang) telah terakomodasi dalam analisis ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel X Pertanyaan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.2	3.2	3.2
	Netral	32	25.6	25.6	28.8
	Setuju	59	47.2	47.2	76.0
	Sangat Setuju	30	24.0	24.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Pada tabel distribusi frekuensi tersebut memiliki total jumlah responden yang dianalisis sebanyak 125 orang. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden cenderung positif, namun dengan kategori Netral yang cukup signifikan. Responden yang menyatakan Setuju merupakan kelompok terbesar, berjumlah 59 orang atau 47.2% dari keseluruhan. Diikuti oleh kategori Sangat Setuju dengan jumlah 30 orang, yang menyumbang 24.0% dari total. Respon yang bersifat Netral cukup tinggi dibandingkan tabel sebelumnya, yaitu sebanyak 32 orang, atau 25.6%. Sementara itu, kelompok yang menyatakan Tidak Setuju berjumlah 4 orang, yang setara dengan 3.2% dari total. Karena seluruh data pada tabel ini juga valid, nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, persentase kumulatif secara bertahap meningkat dan mencapai puncaknya 100.0% pada kategori Sangat Setuju, menandakan bahwa analisis mencakup keseluruhan responden (125 orang).

Tabel Distribusi Frekuensi variabel X Pertanyaan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.2	3.2	3.2
	Netral	6	4.8	4.8	8.0
	Setuju	76	60.8	60.8	68.8
	Sangat Setuju	39	31.2	31.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, diketahui bahwa total jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang sangat kuat pada kategori setuju. Responden yang menyatakan Setuju merupakan kelompok terbesar, berjumlah 76 orang atau 60.8% dari keseluruhan. Diikuti oleh kategori Sangat Setuju dengan jumlah 39 orang, yang menyumbang 31.2% dari total. Dengan demikian, gabungan tanggapan positif (Setuju dan Sangat Setuju) mencapai 92.0% dari seluruh responden. Tanggapan yang bersifat Netral relatif kecil, yaitu sebanyak 6 orang, atau 4.8%. Sementara itu, kelompok yang menyatakan Tidak Setuju berjumlah 4 orang, yang setara dengan 3.2% dari total. Karena semua data adalah valid, nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, persentase kumulatif secara bertahap meningkat dan mencapai puncaknya 100.0% pada kategori Sangat Setuju, yang mencerminkan bahwa semua responden (125 orang) telah terakomodasi dalam analisis ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel X Pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.4	2.4	2.4
	Netral	10	8.0	8.0	10.4
	Setuju	71	56.8	56.8	67.2
	Sangat Setuju	41	32.8	32.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, diketahui bahwa total jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan. Responden yang menyatakan Setuju merupakan kelompok terbesar, berjumlah 71 orang atau 56.8% dari keseluruhan. Diikuti oleh kategori Sangat Setuju dengan jumlah 41 orang, yang menyumbang 32.8% dari total. Dengan demikian, gabungan tanggapan positif (Setuju dan Sangat Setuju) mencapai 89.6% dari seluruh responden. Sementara itu, tanggapan yang bersifat netral atau negatif relatif kecil. Responden yang memilih Netral sebanyak 10 orang, atau 8.0%. Kelompok yang menyatakan Tidak Setuju berjumlah 3 orang, yang setara dengan 2.4% dari total. Karena semua data adalah valid, nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, persentase kumulatif secara bertahap meningkat dan mencapai puncaknya 100.0% pada kategori Sangat Setuju, yang mencerminkan bahwa semua responden (125 orang) telah terakomodasi dalam analisis ini.

Distribusi Frekuensi variabel X Pertanyaan 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	12	9.6	9.6	9.6
	Tidak Setuju	45	36.0	36.0	45.6
	Netral	38	30.4	30.4	76.0
	Setuju	20	16.0	16.0	92.0
	Sangat Setuju	10	8.0	8.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, diketahui bahwa total jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan adanya polarisasi tanggapan, di mana kategori netral dan tidak setuju memiliki frekuensi yang tinggi. Responden yang menyatakan Tidak Setuju merupakan kelompok terbesar, berjumlah 45 orang atau 36.0% dari keseluruhan. Diikuti oleh kategori Netral sebanyak 38 orang atau 30.4%. Tanggapan positif dari kategori Setuju berjumlah 20 orang (16.0%), dan Sangat Setuju (di akhir tabel) berjumlah 10 orang (8.0%). Terdapat pula responden Sangat Tidak Setuju sebanyak 12 orang (9.6%). Karena semua

data adalah valid, nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, persentase kumulatif secara bertahap meningkat dan mencapai puncaknya 100.0%, yang mencerminkan bahwa semua responden (125 orang) telah terakomodasi dalam analisis ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Z Pertanyaan 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.6	5.6	5.6
	Tidak Setuju	18	14.4	14.4	20.0
	Netral	47	37.6	37.6	57.6
	Setuju	35	28.0	28.0	85.6
	Sangat Setuju	18	14.4	14.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, total responden yang dianalisis berjumlah 125 orang. Data menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung bersikap netral atau setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Kategori Netral merupakan kelompok terbesar dengan 47 responden atau 37,6% dari total responden. Kategori Setuju berada di posisi kedua dengan 35 responden atau 28,0%. Responden yang menyatakan Tidak Setuju dan Sangat Setuju masing-masing berjumlah 18 orang atau 14,4%. Adapun responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju berjumlah 7 orang atau 5,6%. Seluruh data yang dianalisis bersifat valid sehingga nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Pada kolom Cumulative Percent, persentase kumulatif meningkat dari 5,6% hingga mencapai 100,0%, yang menunjukkan bahwa seluruh responden (125 orang) telah tercakup sepenuhnya dalam analisis ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Z Pertanyaan 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.6	1.6	1.6
	Tidak Setuju	5	4.0	4.0	5.6
	Netral	26	20.8	20.8	26.4
	Setuju	62	49.6	49.6	76.0
	Sangat Setuju	30	24.0	24.0	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden didominasi oleh kategori setuju dan sangat setuju, sehingga kecenderungan sikap responden terhadap pernyataan tersebut bersifat

positif secara kuat. Kategori Setuju merupakan kelompok terbesar, yaitu 62 responden atau 49,6% dari total responden. Diikuti oleh kategori Sangat Setuju sebanyak 30 responden atau 24,0%. Responden yang bersikap Netral berjumlah 26 orang atau 20,8%, sedangkan yang menyatakan Tidak Setuju hanya 5 orang atau 4,0%. Adapun responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju merupakan kelompok paling kecil, yaitu 2 orang atau 1,6%. Seluruh data yang digunakan adalah valid, sehingga nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Nilai pada kolom Cumulative Percent meningkat secara bertahap dari 1,6% hingga mencapai 100,0%, yang menunjukkan bahwa keseluruhan 125 responden telah tercakup dalam analisis distribusi frekuensi ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Z Pertanyaan 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	10.4	10.4	10.4
	Netral	51	40.8	40.8	51.2
	Setuju	42	33.6	33.6	84.8
	Sangat Setuju	19	15.2	15.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi untuk Pertanyaan 9, jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Sebaran tanggapan menunjukkan kecenderungan sikap yang relatif positif, tetapi masih didominasi oleh kategori netral dan setuju. Kategori Netral merupakan kelompok terbesar dengan 51 responden atau 40,8% dari total responden. Kategori Setuju menyusul dengan 42 responden atau 33,6%, sedangkan Sangat Setuju berjumlah 19 responden atau 15,2%. Adapun responden yang menyatakan Tidak Setuju berjumlah 13 orang atau 10,4%, dan tidak terdapat kategori Sangat Tidak Setuju pada tabel ini. Seluruh data yang digunakan adalah valid, sehingga nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Nilai pada kolom Cumulative Percent meningkat bertahap dari 10,4% hingga mencapai 100,0%, yang menunjukkan bahwa seluruh 125 responden telah terakomodasi dalam analisis distribusi frekuensi untuk Pertanyaan 9 ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Z Pertanyaan 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.4	2.4	2.4
	Tidak Setuju	12	9.6	9.6	12.0
	Netral	36	28.8	28.8	40.8
	Setuju	50	40.0	40.0	80.8

	Sangat Setuju	24	19.2	19.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden didominasi oleh kategori Setuju, sehingga kecenderungan sikap responden terhadap pernyataan tersebut bersifat positif. Kategori Setuju merupakan kelompok terbesar, yaitu 50 responden atau 40,0% dari total responden. Diikuti oleh kategori Netral sebanyak 36 responden atau 28,8%. Responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju berjumlah 24 orang atau 19,2%, sedangkan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 12 orang atau 9,6%. Adapun responden yang menyatakan Sangat Setuju merupakan kelompok paling kecil, yaitu 3 orang atau 2,4%. Seluruh data yang digunakan adalah valid, sehingga nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Nilai pada kolom Cumulative Percent meningkat secara bertahap dari 2,4% hingga mencapai 100,0%, yang menunjukkan bahwa keseluruhan 125 responden telah tercakup dalam analisis distribusi frekuensi ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Z Pertanyaan 11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	5.6	5.6	5.6
	Tidak Setuju	29	23.2	23.2	28.8
	Netral	57	45.6	45.6	74.4
	Setuju	18	14.4	14.4	88.8
	Sangat Setuju	14	11.2	11.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden didominasi oleh kategori Netral, sehingga kecenderungan sikap responden terhadap pernyataan tersebut bersifat moderat. Kategori Netral merupakan kelompok terbesar, yaitu 57 responden atau 45,6% dari total responden. Diikuti oleh kategori Tidak Setuju sebanyak 29 responden atau 23,2%. Responden yang menyatakan Setuju berjumlah 18 orang atau 14,4%, sedangkan yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (baris bawah) berjumlah 14 orang atau 11,2%. Adapun responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (baris atas/label terpotong) merupakan kelompok paling kecil, yaitu 7 orang atau 5,6%. Seluruh data yang digunakan adalah valid, sehingga nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Nilai pada kolom Cumulative Percent

meningkat secara bertahap dari 5,6% hingga mencapai 100,0%, yang menunjukkan bahwa keseluruhan 125 responden telah tercakup dalam analisis distribusi frekuensi ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Z Pertanyaan 12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	2.4	2.4	2.4
	Tidak Setuju	9	7.2	7.2	9.6
	Netral	46	36.8	36.8	46.4
	Setuju	53	42.4	42.4	88.8
	Sangat Setuju	14	11.2	11.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, jumlah responden yang dianalisis adalah 125 orang. Data menunjukkan bahwa tanggapan responden didominasi oleh kategori Setuju, sehingga kecenderungan sikap responden terhadap pernyataan tersebut bersifat positif. Kategori Setuju merupakan kelompok terbesar, yaitu 53 responden atau 42,4% dari total responden. Diikuti oleh kategori Netral sebanyak 46 responden atau 36,8%. Responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (baris bawah) berjumlah 14 orang atau 11,2%, sedangkan yang menyatakan Tidak Setuju berjumlah 9 orang atau 7,2%. Adapun responden yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (baris atas) merupakan kelompok paling kecil, yaitu 3 orang atau 2,4%. Seluruh data yang digunakan adalah valid, sehingga nilai pada kolom Valid Percent sama dengan nilai pada kolom Percent. Nilai pada kolom Cumulative Percent meningkat secara bertahap dari 2,4% hingga mencapai 100,0%, yang menunjukkan bahwa keseluruhan 125 responden telah tercakup dalam analisis distribusi frekuensi ini.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Y Pertanyaan 13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.6	1.6	1.6
	Tidak Setuju	4	3.2	3.2	4.8
	Netral	31	24.8	24.8	29.6
	Setuju	66	52.8	52.8	82.4
	Sangat Setuju	22	17.6	17.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan hasil analisis tabel frekuensi tersebut, dapat diketahui bahwa dari total 125 responden, mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan. Hal ini terlihat dari jawaban setuju sebanyak 66 responden (52,8%) dan sangat setuju sebanyak 22 responden (17,6%), sehingga total responden yang menyatakan persetujuan

mencapai 70,4%. Sementara itu, responden yang memberikan tanggapan netral berjumlah 31 orang (24,8%), yang menunjukkan masih adanya sebagian responden yang belum memiliki sikap yang tegas. Di sisi lain, jumlah responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tergolong sangat kecil, masing-masing sebesar 3,2% dan 1,6%, dengan total hanya 4,8%. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung menerima dan menyetujui pernyataan dalam kuesioner, serta menandakan persepsi atau penilaian yang dominan bersifat positif.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Y Pertanyaan 14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	3.2	3.2	3.2
	Tidak Setuju	10	8.0	8.0	11.2
	Netral	54	43.2	43.2	54.4
	Setuju	45	36.0	36.0	90.4
	Sangat Setuju	12	9.6	9.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel frekuensi tersebut, dapat diketahui bahwa dari total 125 responden, mayoritas responden memberikan jawaban Netral, yaitu sebanyak 54 responden atau 43,2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum memiliki sikap yang jelas atau masih ragu terhadap pernyataan yang diajukan. Selanjutnya, responden yang menyatakan Setuju berjumlah 45 orang atau 36,0%, yang mengindikasikan adanya kecenderungan positif dari sebagian responden terhadap pernyataan tersebut. Sementara itu, responden yang Tidak Setuju berjumlah 10 orang (8,0%) dan yang Sangat Tidak Setuju hanya 4 orang (3,2%), sehingga proporsi sikap negatif relatif kecil. Adapun responden yang Sangat Setuju berjumlah 12 orang atau 9,6%, menunjukkan adanya dukungan kuat meskipun tidak dominan. Secara kumulatif, jawaban Netral hingga Sangat Setuju mencapai 90,4%, yang dapat diartikan bahwa persepsi responden cenderung netral ke arah positif terhadap pernyataan yang diteliti.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Y Pertanyaan 15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.6	1.6	1.6
	Netral	18	14.4	14.4	16.0
	Setuju	72	57.6	57.6	73.6
	Sangat Setuju	33	26.4	26.4	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel frekuensi tersebut, dapat diketahui bahwa dari total 125 responden, mayoritas responden menyatakan Setuju, yaitu sebanyak 72 responden (57,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap pernyataan yang diajukan. Selain itu, responden yang menyatakan Sangat Setuju juga tergolong cukup tinggi, yakni 33 responden (26,4%), yang mengindikasikan adanya tingkat persetujuan yang kuat. Sementara itu, responden yang memberikan jawaban Netral berjumlah 18 orang (14,4%), menunjukkan masih adanya sebagian kecil responden yang bersikap ragu atau belum memiliki pendapat yang tegas. Adapun responden yang Tidak Setuju hanya 2 orang (1,6%), sehingga dapat disimpulkan bahwa penolakan terhadap pernyataan tersebut sangat rendah. Secara kumulatif, jawaban Setuju dan Sangat Setuju mencapai 84,0%, yang menegaskan bahwa sikap responden secara keseluruhan cenderung sangat positif terhadap pernyataan yang diteliti.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Y Pertanyaan 16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	3.2	3.2	3.2
	Tidak Setuju	5	4.0	4.0	7.2
	Netral	36	28.8	28.8	36.0
	Setuju	63	50.4	50.4	86.4
	Sangat Setuju	17	13.6	13.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel frekuensi tersebut, dapat diketahui bahwa dari total 125 responden, mayoritas responden menyatakan Setuju, yaitu sebanyak 63 responden (50,4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian positif terhadap pernyataan yang diajukan. Selain itu, responden yang Sangat Setuju berjumlah 17 orang (13,6%), yang menandakan adanya tingkat persetujuan yang cukup kuat. Responden dengan jawaban Netral berjumlah 36 orang (28,8%), menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian responden yang belum memiliki sikap yang tegas atau masih ragu. Sementara itu, responden yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 5 orang (4,0%) dan Sangat Tidak Setuju hanya 4 orang (3,2%), sehingga proporsi sikap negatif tergolong rendah. Secara kumulatif, jawaban Setuju dan Sangat Setuju mencapai 64,0%, yang dapat disimpulkan bahwa persepsi responden secara umum cenderung positif terhadap pernyataan yang diteliti.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Y Pertanyaan 17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	4.0	4.0	4.0

	Tidak Setuju	11	8.8	8.8	12.8
	Netral	28	22.4	22.4	35.2
	Setuju	54	43.2	43.2	78.4
	Sangat Setuju	27	21.6	21.6	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel frekuensi tersebut, dapat diketahui bahwa dari total 125 responden, mayoritas responden menyatakan Setuju, yaitu sebanyak 54 responden (43,2%), yang menunjukkan kecenderungan sikap positif terhadap pernyataan yang diajukan. Selain itu, responden yang Sangat Setuju juga cukup signifikan, yakni 27 responden (21,6%), sehingga memperkuat adanya dukungan yang kuat dari sebagian besar responden. Sementara itu, responden yang memberikan jawaban Netral berjumlah 28 orang (22,4%), yang mengindikasikan masih adanya responden yang belum memiliki sikap yang tegas. Di sisi lain, responden yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 11 orang (8,8%) dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 5 orang (4,0%), sehingga persentase sikap negatif relatif kecil. Secara kumulatif, jawaban Setuju dan Sangat Setuju mencapai 64,8%, yang dapat disimpulkan bahwa persepsi responden secara keseluruhan cenderung positif terhadap pernyataan yang diteliti.

Tabel Distribusi Frekuensi variabel Y Pertanyaan 18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	1.6	1.6	1.6
	Tidak Setuju	7	5.6	5.6	7.2
	Netral	30	24.0	24.0	31.2
	Setuju	62	49.6	49.6	80.8
	Sangat Setuju	24	19.2	19.2	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel frekuensi tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap pernyataan yang diajukan. Dari total 125 responden, sebanyak 62 responden (49,6%) menyatakan setuju dan 24 responden (19,2%) menyatakan sangat setuju. Jika digabungkan, persentase responden yang setuju dan sangat setuju mencapai 68,8%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menerima dan mendukung pernyataan tersebut. Sementara itu, responden yang memberikan jawaban netral berjumlah 30 orang (24,0%), yang mengindikasikan bahwa masih terdapat sebagian responden yang bersikap ragu atau belum memiliki pandangan yang jelas. Adapun responden yang memberikan penilaian tidak setuju berjumlah 7 orang (5,6%) dan sangat tidak setuju hanya 2 orang (1,6%), sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat penolakan terhadap pernyataan relatif kecil. Secara

keseluruhan, hasil ini menunjukkan kecenderungan sikap responden yang dominan setuju, sehingga pernyataan dalam penelitian dapat dikategorikan diterima dengan baik oleh responden.

Analisis Regresi

Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana X terhadap Z (coefficients)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.070	1.864		2.183	.031		
	Total X	.715	.078	.635	9.120	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Total Z

Berdasarkan tabel koefisien regresi, diperoleh persamaan regresi Total Z = 4,070 + 0,715 Total X, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Total X akan meningkatkan Total Z sebesar 0,715. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi Total X sebesar 0,000 (< 0,05) dengan nilai t hitung 9,120, sehingga dapat disimpulkan bahwa Total X berpengaruh positif dan signifikan terhadap Total Z. Nilai koefisien beta sebesar 0,635 menunjukkan bahwa pengaruh Total X terhadap Total Z tergolong kuat. Dengan demikian, Total X merupakan variabel yang berperan penting dalam memengaruhi perubahan Total Z.

Hasil Uji Variabel X terhadap Variabel Y

Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana X terhadap Y (model summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.313	3.520

a. Predictors: (Constant), Total X

Berdasarkan tabel Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,564 yang menunjukkan adanya hubungan sedang antara variabel Total X dengan Total Y. Nilai R Square sebesar 0,318 mengindikasikan bahwa 31,8% variasi Total Y dapat dijelaskan oleh Total X, sedangkan 68,2%

sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,313 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen setelah disesuaikan masih cukup baik. Sementara itu, Std. Error of the Estimate sebesar 3,520 menandakan tingkat kesalahan prediksi model yang relatif moderat.

Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana X terhadap Y (anova)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	710.948	1	710.948	57.372	.000 ^b
	Residual	1524.204	123	12.392		
	Total	2235.152	124			

a. Dependent Variable: Total Y

b. Predictors: (Constant), Total X

Berdasarkan tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 57,372 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan dan layak untuk menjelaskan pengaruh variabel Total X terhadap Total Y. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan Total X berpengaruh signifikan terhadap Total Y, sehingga model regresi dapat digunakan untuk analisis dan pengambilan kesimpulan dalam penelitian.

Tabel 1 Analisis Regresi Linear Sederhana X terhadap Y (coefficients)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.920	2.600		1.123	.264		
	Total X	.829	.109	.564	7.574	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Total Y

Berdasarkan tabel koefisien regresi, diperoleh persamaan regresi $Y = 2,920 + 0,829X$, yang menunjukkan bahwa variabel Total X berpengaruh positif terhadap Total Y. Nilai koefisien regresi Total X sebesar 0,829 berarti setiap kenaikan satu satuan Total X akan meningkatkan Total Y sebesar 0,829. Hasil uji t menunjukkan nilai t sebesar 7,574 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Total X berpengaruh signifikan terhadap Total Y. Sementara itu, konstanta sebesar 2,920 memiliki nilai signifikansi 0,264 ($> 0,05$), yang menunjukkan bahwa konstanta tidak signifikan secara statistik. Selain itu, nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000 menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model regresi.

E. DISKUSI

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, Hasil yang diperoleh dari kerangka teori Uses and Gratifications yang diusulkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch dapat digunakan untuk menjelaskan secara menyeluruh temuan tersebut. Menurut teori ini, khalayak tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga berpartisipasi dalam pemilihan dan penggunaan media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan sosial dan psikologis tertentu mendorong orang untuk mengakses media tertentu ini termasuk kebutuhan akan informasi, hiburan, interaksi sosial, penguatan identitas diri, dan lepas dari rutinitas. Kebutuhan-kebutuhan ini membentuk harapan (*gratifications sought*) terhadap media, seperti penggunaan media untuk memperoleh pengetahuan, membangun relasi sosial, atau mendapatkan kepuasan emosional. Oleh karena itu, penggunaan media yang ditemukan dalam penelitian ini berasal dari keputusan rasional individu dalam memilih media yang dianggap paling cocok untuk memenuhi kebutuhannya daripada perilaku acak.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pola penggunaan media yang berbeda yang disesuaikan dengan kebutuhan individu. Hal ini sejalan dengan asumsi utama teori Uses and Gratifications bahwa berbagai latar belakang sosial, psikologis, dan situasional akan menyebabkan perbedaan dalam bagaimana dan seberapa banyak media digunakan. Orang-orang dengan kebutuhan sosial tinggi cenderung menggunakan media untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan orang lain, sementara orang-orang dengan kebutuhan kognitif lebih kuat cenderung menggunakan media untuk mencari informasi dan memperluas wawasan mereka. Tingkat kepuasan (*gratifications received*) yang berbeda-beda dihasilkan oleh pola-

pola penggunaan ini, tergantung pada sejauh mana media mampu memenuhi harapan awal pengguna.

Selain menghasilkan pemenuhan kebutuhan, hasil penelitian ini menunjukkan konsekuensi jangka panjang baik positif maupun tidak diinginkan sebagaimana dijelaskan dalam teori Uses and Gratifications. Media dapat meningkatkan pengetahuan, meningkatkan keterhubungan sosial, dan memberikan kepuasan psikologis. Namun, penggunaan media yang berlebihan atau tidak terkontrol juga dapat memiliki efek negatif, seperti ketergantungan, pengalihan perhatian dari aktivitas produktif, atau penurunan kualitas interaksi sosial secara langsung. Oleh karena itu, hasil penelitian ini semakin menegaskan bahwa teori Uses and Gratifications sangat penting untuk memahami hubungan antara kebutuhan seseorang, penggunaan media, dan dampak yang ditimbulkannya, baik yang diharapkan maupun yang tidak diinginkan.

F. KESIMPULAN

Hasil penelitian tentang bagaimana simbol Brave Pink dan Hero Green membentuk kesadaran solidaritas kolektif di media sosial menunjukkan bahwa penggunaan simbol Brave Pink dan Hero Green memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan memperkuat kesadaran solidaritas kolektif di kalangan pengguna media sosial. Simbol-simbol tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi telah berkembang menjadi representasi makna sosial, emosional, dan ideologis yang dapat menyatukan orang dalam tujuan bersama. Penyebaran simbol melalui media sosial menunjukkan bagaimana dunia digital dapat menjadi tempat penting untuk membangun identitas kolektif, empati, dan rasa kebersamaan dalam menanggapi masalah ketidakadilan sosial.

Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa sebagian besar responden memahami simbol Brave Pink dan Hero Green dengan baik dan dapat mengidentifikasi mereka sebagai tindakan solidaritas. Karena paparan simbol yang intens di media sosial, responden lebih menyadari tujuan sosial yang sama yang dimiliki oleh kelompok masyarakat luas. Ini menunjukkan bahwa simbol visual yang kuat dan mudah diingat dapat memotivasi ikatan kolektif, terutama di era komunikasi digital yang bergantung pada kecepatan dan kekuatan penyebaran data. Hal ini semakin menguatkan asumsi Uses and Gratifications bahwa audiens berperan aktif dalam proses komunikasi (Shintya Rahman & Agus Setianto, 2019).

Sebaliknya, penelitian ini menemukan bahwa ada dinamika positif dan negatif dalam menerima simbol Brave Pink dan Hero Green. Pro-kontra tersebut menunjukkan perbedaan

perspektif, latar belakang, dan kebutuhan psikologis pengguna media sosial. Kepuasan yang diperoleh (*gratifications obtained*) dapat berupa peningkatan pengetahuan, hiburan, dan keterhubungan sosial. Namun, keberadaan pro-kontra tidak serta-merta melemahkan solidaritas; sebaliknya, simbol tersebut memiliki kekuatan yang kuat untuk memicu diskusi publik dan keterlibatan emosional. Terlepas dari persepsi negatif atau kritik yang muncul di media sosial, sebagian responden terus melihat simbol tersebut sebagai bentuk perlawanan dan dukungan moral. Hal ini sesuai dengan pengembangan teori Uses and Gratifications kontemporer yang menekankan bahwa dampak media sangat bergantung pada pola dan intensitas penggunaan media oleh individu (Karunia H et al., 2021).

Teori Uses and Gratifications ini menemukan bahwa pengguna media sosial menggunakan simbol Brave Pink dan Hero Green secara aktif untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis mereka, seperti ekspresi diri, identitas kelompok, keterhubungan sosial, dan keterlibatan dalam masalah publik. Media sosial dianggap sebagai saluran yang paling efektif untuk menyebarkan aspirasi, menyebarkan pesan, dan menghasilkan kepuasan berupa rasa memiliki, kebersamaan, dan partisipasi dalam inisiatif solidaritas kolektif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa simbol Brave Pink dan Hero Green memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan kesadaran solidaritas kolektif di media sosial. Simbol-simbol ini menjadi bahasa visual perlawanan yang mampu menghubungkan individu secara emosional dan sosial, sekaligus menegaskan peran penting media sosial sebagai medium strategis dalam membangun solidaritas dan gerakan sosial di era modern. Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu mengembangkan disiplin ilmu komunikasi, khususnya dalam hal pemahaman kita tentang komunikasi simbolik, solidaritas kolektif, dan bagaimana audiens media sosial berperilaku di era sosial-politik saat ini.

REFERENSI

- Abdurahman, A. I. (2024). *SIMBOL AGAMA DALAM KAMPANYE POLITIK*. MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Abdurahman, A. I. (2026). *Teori komunikasi fondasi, analisis, dan realitas sosial* (1st ed.). PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Dede Leni Mardianti. (2025, August 31). Kronologi Demo Memprotes DPR hingga Meluas Berubah Penjarahan. *Tempo.Co*. <https://www.tempo.co/penulis/dede-leni-mardianti-848>

- Dewi, R. K., & Suparman, S. (2025). Algoritma TikTok dan Pandangan Mahasiswi: Mengungkap pengaruh Filter Bubble dalam Kasus Mafia Skincare. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 1157–1167. <https://ojs.pseb.or.id/index.php/jmh/article/view/1458>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kusumodewi, P. T., & Kristiana, N. (2022). INTERPRETASI WARNA UNGU PADA SERI SKIN MOBILE LEGENDS BANG BANG TAHUN 2019. *Jurnal Barik*, 4(1), 133–147. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Mukti, A., & Aprianti, K. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KIRANI COFFEE. 10(1), 229–245.
- Peruba, L. R., & Triyanti, V. (2016). Pengaruh warna (Lenka RP, dkk) PENGARUH WARNA DAN GAMBAR TERHADAP TINGKAT RECOGNIZING DAN MATCHING SIMBOL VISUAL DI AREA PUBLIK. *Jurnal Teknik Industri*.
- Shintya Rahman, & Agus Setianto, W. (2019). *Akun Infotainment Instagram dan Tingkat Kepuasan Pengguna Media Baru (Survei Tingkat Kepuasan Pengguna Instagram dalam Mengakses Akun Lambe Turah pada Mahasiswa FISIPOL Universitas Gadjah Mada)*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/>