

ANALISIS SEMIOTIKA REPRESENTASI TANDA POLITIK GENERASI MUDA DALAM POSTER DIGITAL GERAKAN #RESETINDONESIA

Syafira Aspari Yasmin Syafa¹, M. Fikri Akbar², Sandy Allifiansyah³

^{1, 2, dan 3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email: syafira_1410622068@mhs.unj.ac.id¹,
m.fikri@unj.ac.id², sandyallifiansyah@unj.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the political communication strategies of the younger generation regarding Indonesia's socio-political conditions through creative posters tagged #ResetIndonesia that appeared after the August 2025 demonstrations. Using Ferdinand de Saussure's semiotic theory, this qualitative study examines the visual signs, including text, images, and colors, in these digital posters. The results show that creative visuals such as memes, symbols, and everyday language are effective in encouraging youth political participation. The use of humor, satire, and easily understood symbols simplifies complex political criticism into messages that are relevant to the younger generation. In addition, the choice of colors such as Brave Pink, Hero Green, and Resistance Blue has developed into collective symbols of resistance that represent the voices of various groups, including women and civil society. Posters tagged #ResetIndonesia serve as a medium for criticism as well as a manifestation of the digital political identity of the younger generation, strengthening social bonds and mobilizing discourse in the digital space. This study concludes that visual creativity is a powerful form of resistance in Indonesia's digital political landscape.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi politik generasi muda terhadap kondisi sosial-politik Indonesia melalui poster kreatif bertaggar #ResetIndonesia yang muncul pascademonstrasi Agustus 2025. Dengan menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure, penelitian kualitatif ini mengkaji tanda-tanda visual yang meliputi tulisan, gambar, dan warna dalam poster digital tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visual kreatif seperti meme, simbol, dan bahasa keseharian efektif dalam mendorong partisipasi politik anak muda. Penggunaan humor, satir, serta simbol yang mudah dipahami mampu menyederhanakan kritik politik yang kompleks menjadi pesan yang relevan dengan generasi muda. Selain itu, pemilihan warna seperti Brave Pink, Hero Green, dan Resistance Blue berkembang menjadi simbol kolektif perlawanan yang

merepresentasikan suara berbagai kelompok, termasuk perempuan dan masyarakat sipil. Poster-poster bertagar #ResetIndonesia berfungsi sebagai medium kritik sekaligus manifestasi identitas politik digital generasi muda, yang memperkuat ikatan sosial serta memobilisasi wacana di ruang digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kreativitas visual merupakan bentuk perlawanan yang kuat dalam lanskap politik digital Indonesia.

Kata Kunci: *Aktivisme Digital, Komunikasi Politik, Poster Politik, #ResetIndonesia, Semiotika Saussure.*

PENDAHULUAN

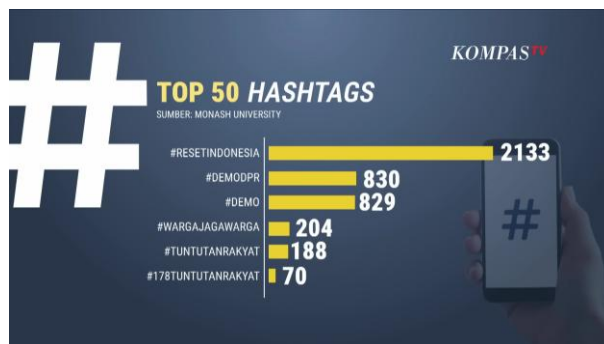
Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara komunikasi politik berlangsung. Para pelaku politik mulai dari politisi, tokoh politik, birokrat, aktivis kelompok kepentingan, kelompok penekan, hingga jurnalis media massa menjadi lebih adaptif dalam memanfaatkan internet. Internet memungkinkan publikasi dan pertukaran informasi, penyebaran gagasan, ajakan, kritik, protes, hingga usulan kebijakan alternatif berlangsung dengan kecepatan yang relatif lebih tinggi dibandingkan media cetak (Heryanto, 2018). Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan partisipasi politik yang aktif.

Jika sebelumnya keterlibatan politik masyarakat banyak dilakukan melalui forum tatap muka atau aksi massa di jalanan, kini ruang digital menjadi arena baru bagi warga negara untuk bersuara. Salah satu instrumen yang paling efektif dalam mobilisasi wacana politik di ranah digital adalah penggunaan tagar (*hashtag*). Aktivisme digital melalui tagar berfungsi sebagai sarana propaganda untuk mengangkat berbagai isu di media sosial. Secara umum, tagar digunakan untuk menyimpan dan mencari informasi atau berita tertentu melalui pencarian berdasarkan tanda tersebut. Penggunaan tagar memungkinkan pengguna memperoleh informasi dalam bentuk teks, gambar, dan video singkat yang kemudian dapat diarahkan ke sumber informasi tersebut (Hapsari et al., 2024).

Penggunaan tagar dalam kampanye politik menjadi metode efektif untuk meningkatkan partisipasi publik secara aktif. Tagar mempermudah masyarakat dalam mengikuti dan ikut serta dalam diskusi politik, sehingga menciptakan ruang partisipasi yang lebih luas dan sistem politik yang lebih terbuka serta inklusif. Saat muncul isu politik yang hangat atau sebuah gerakan yang ingin menarik perhatian publik, tagar dapat membantu mengumpulkan dukungan dan perhatian dalam waktu singkat (Arafat, 2022).

Berbagai gerakan sosial-politik di Indonesia, seperti #2019GantiPresiden, #ReformasiDikorupsi, hingga #PercumaLaporPolisi, menunjukkan bahwa satu frasa sederhana mampu menjadi pemicu partisipasi politik masyarakat, khususnya generasi muda. Fenomena serupa juga tampak pada kemunculan tagar #ResetIndonesia.

Gambar 1
Jumlah Penggunaan Tagar #ResetIndonesia
(Sumber: Kompas TV)



Tagar #ResetIndonesia mulai menjadi sorotan di media sosial, terutama Instagram, X, dan TikTok. Berdasarkan data dari Monash University dan diunggah oleh Kompas TV, tagar ini menempati urutan pertama yang paling banyak digunakan oleh pengguna media sosial sejak 28 Agustus hingga 3 September 2025 untuk menyuarakan aspirasi mereka.

Penggunaan tagar ini awalnya digaungkan oleh sejumlah musisi Indonesia pada 30 Agustus 2025. Mereka membagikan video singkat yang berisi seruan untuk “reset” struktur pemerintahan Indonesia, mulai dari Kementerian, Polri, DPR, MPR, MK, hingga Kejaksaan. Tagar ini kemudian meluas ke berbagai kalangan aktivis dan warganet dengan total postingan berjumlah 25,6 ribu di Instagram per 22 September 2025. Tagar ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengekspresikan ketidakpuasan terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap tidak berpihak pada rakyat. Salah satu kebijakan kontroversial dari pemerintah adalah adanya fasilitas rumah senilai Rp 50 juta per bulan untuk anggota DPR yang memicu kemarahan publik. Selain itu, situasi semakin memanas setelah insiden tragis menimpa pengemudi ojek *online*, Affan Kurniawan, yang tewas dilindas kendaraan taktis Brimob saat aksi demonstrasi di Jakarta pada 28 Agustus 2025. Peristiwa ini semakin memperburuk kondisi dan mempercepat penyebaran tagar #ResetIndonesia.

Seluruh peristiwa tersebut menjadi pemicu gelombang kemarahan dan kekecewaan masyarakat terhadap pemerintah maupun lembaga negara.

Ketidakadilan sosial, arogansi elit politik, serta tindakan represif aparat menegaskan adanya krisis kepercayaan publik terhadap struktur politik yang ada. Tagar #ResetIndonesia muncul sebagai simbol kolektif untuk menyerukan penataan ulang sistem politik, hukum, dan institusi negara yang dianggap tidak lagi berpihak kepada rakyat.

Penggunaan tagar #ResetIndonesia menarik perhatian karena substansi kritiknya dan cara generasi muda mengeskpresikan tuntutan mereka. Alih-alih mengandalkan komunikasi politik konvensional, anak muda justru memanfaatkan teknologi digital untuk menyuarakan perlawanan. Generasi muda, khususnya generasi Z memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan politik, mengorganisasi aksi protes maupun kampanye, serta mengakses informasi politik secara cepat dan praktis melalui teknologi digital (Hutajulu et al., 2024).

Dalam konteks ini, komunikasi visual politik menjadi penting untuk diperhatikan. Komunikasi visual dapat dipahami sebagai proses penyampaian serta pertukaran informasi kepada pihak lain melalui media yang dapat ditangkap oleh indera penglihatan, seperti poster, foto, dan film (Perbawasari et al., 2014). Dalam praktiknya, media visual memadukan berbagai elemen seperti seni, simbol, tipografi, ilustrasi, desain grafis, gambar, dan warna untuk memperkuat makna pesan. Fungsi utama media visual adalah menjadi perantara dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, di mana makna pesan tersebut direpresentasikan melalui simbol-simbol visual (Frenika, 2024).

Budaya digital yang melekat pada generasi Z juga memiliki peran signifikan dalam menyebarkan serta memperkuat wacana politik melalui media sosial. Generasi Z yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan serba digital memiliki karakteristik unik dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka terbiasa dengan akses informasi yang cepat, interaksi yang instan, serta preferensi pada konten visual yang singkat dan atraktif, seperti *meme*, video pendek, *reels*, dan infografis (Nurlaila et al., 2024). Gaya komunikasi ini membuat generasi Z lebih responsif terhadap isu-isu politik yang dikemas secara kreatif dan mudah dibagikan. Dengan demikian, partisipasi politik mereka tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan juga diwujudkan melalui kreativitas digital yang dapat menjangkau audiens luas dalam waktu singkat. Kreativitas ini juga berperan sebagai strategi agar pesan lebih sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda, yang cenderung menyukai visualisasi dan hiburan ringan (Cahlia & Marni, 2025).

Salah satu wujud nyata dari strategi ini adalah poster-poster digital bertagar #ResetIndonesia yang beredar di media sosial. Poster ini menampilkan desain khas gaya generasi Z, dengan warna kontras, tipografi

modern, hingga penggunaan bahasa yang unik. Poster harus memiliki karakteristik dinamis dan kualitas menonjol. Selain itu, penggunaan bahasa dalam poster memiliki aturan khusus, yaitu harus singkat, padat, mudah dimengerti, dan menarik perhatian khalayak luas (Hikmawan & Handriyotopo, 2025). Bentuk penyampaian ini dipilih karena lebih dekat dengan kultur digital anak muda, sekaligus mampu menarik atensi publik luas dengan cepat, salah satunya dalam konteks politik. Poster politik digunakan untuk menyampaikan pesan, aspirasi, saran, dan kritik secara langsung yang di dalamnya terdapat simbol, tanda, dan konotasi yang dapat ditafsirkan berbeda oleh khalayak (Pranata & Widyatama, 2025). Poster politik berperan sebagai instrumen penting dalam membangun kekuasaan dan pengaruh politik, khususnya ketika disebarkan dalam bentuk digital melalui media sosial (Martínez Lirola, 2023).

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini ingin mengkaji bagaimana simbol visual dalam poster bertagar #ResetIndonesia dimanfaatkan oleh generasi muda dalam membangun wacana politik serta memperkuat identitas perlawanan di ruang digital. Poster digital bertagar #ResetIndonesia ini dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Menurut Saussure, tanda terdiri dari dua aspek, yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Sebuah penanda tidak akan memiliki makna jika tidak disertai dengan petanda, sehingga tidak bisa disebut sebagai tanda. Sebaliknya, petanda juga tidak bisa dipahami atau disampaikan tanpa adanya penanda. Artinya, petanda atau makna yang dimaksud merupakan bagian dari tanda itu sendiri dan dengan demikian menjadi elemen penting dalam sistem bahasa (Sobur, 2017).

Penanda (*signifier*) adalah bentuk atau simbol fisik dari tanda (seperti bunyi, gambar, atau kata) yang merepresentasikan makna tertentu. Sebuah kata dapat mewakili perasaan atau pemikiran seseorang. Penanda (*signifier*) digunakan oleh orang yang menghendaki terjadinya komunikasi. Sementara itu, petanda (*signified*) adalah makna atau interpretasi yang diberikan oleh penerima pesan terhadap simbol atau tanda yang ia terima (Uyunnisya, 2024).

Tanda (*sign*) merujuk pada sesuatu yang berbentuk *fisik (any sound-image)* yang dapat dilihat dan didengar dan biasanya mengacu pada suatu objek atau aspek realitas yang ingin dikomunikasikan. Objek tersebut kemudian dikenal sebagai *referent*. Dalam komunikasi, individu menggunakan tanda untuk menyampaikan makna mengenai suatu objek dan pihak lain akan menginterpretasikan tanda tersebut. Baik komunikator maupun komunikan harus memiliki kesamaan pengetahuan atau bahasa dalam memahami sistem tanda tersebut agar proses komunikasi berlangsung efektif (Mudjiyanto & Nur, 2013).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti peran media sosial dalam mengorganisir gerakan politik. Misalnya, penelitian oleh Purnamasari et al., (2025) berjudul “Visualisasi Krisis Sosial dalam Tagar #PeringatanDarurat pada Media Sosial Instagram” yang memperlihatkan bahwa poster yang diunggah melalui Instagram dengan tagar #PeringatanDarurat mengandung makna mendalam mengenai pentingnya menjaga integritas demokrasi di Indonesia. Tindakan pelanggaran terhadap kedaulatan rakyat dimaknai sebagai bentuk protes yang diwujudkan melalui simbol Peringatan Darurat Garuda Biru kepada pemerintah. Hal ini diekspresikan dengan unggahan poster berlatar biru bergambar burung garuda. Poster ini secara tidak langsung berisi ajakan kepada publik untuk turut serta mengawasi sekaligus mengawal kebijakan yang dikeluarkan pemerintah.

Selain itu, penelitian lain berjudul “Visualisasi Makna Politik Pada *E-Comic* Melalui Akun @kostumkomik” oleh (Putra & Annissa, 2019) menunjukkan bahwa komik berfungsi sebagai media penyampai pesan yang sarat nilai. Kehadiran *e-comic* di era globalisasi melalui pemanfaatan teknologi dan media sosial menghadirkan visualisasi cerita yang juga memuat isu-isu kritik sosial yang berkembang di masyarakat, khususnya terkait isu-isu politik yang aktual dan relevan.

Meskipun begitu, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada dinamika partisipasi politik melalui media sosial dalam bentuk teks, narasi, *meme*, atau komik digital. Belum banyak kajian yang secara spesifik menyoroti bagaimana poster digital bertagar digunakan sebagai medium komunikasi visual politik yang lahir dari budaya digital generasi muda, khususnya generasi Z. Padahal, poster digital memiliki karakteristik unik karena memadukan desain grafis, tipografi, warna, dan simbol-simbol visual yang sengaja dirancang untuk memperkuat pesan politik sekaligus membangun resonansi emosional di ruang digital.

Dengan demikian, terdapat celah penelitian pada aspek peran poster digital bertagar #ResetIndonesia sebagai strategi komunikasi visual politik generasi muda. Penelitian ini menempati posisi untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana simbol visual dalam poster bertagar #ResetIndonesia ditafsirkan menggunakan semiotika Ferdinand de Saussure.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanda-tanda visual berupa warna, tulisan, dan gambar yang terdapat pada poster kreatif bertagar #ResetIndonesia, serta menafsirkan maknanya berdasarkan kerangka semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian ini juga ingin mengidentifikasi bagaimana generasi muda memanfaatkannya untuk memperkuat identitas perlawanan, solidaritas

kolektif, dan partisipasi politik di media sosial. Penelitian ini dibatasi hanya pada objek-objek visual dalam poster digital yang diunggah di media sosial Instagram dengan tagar #ResetIndonesia.

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahwa poster digital bertagat #ResetIndonesia diproduksi dengan tujuan menyampaikan pesan tertentu yang dapat ditafsirkan sebagai kritik sosial-politik, di mana generasi muda menggunakan medium visual sebagai sarana untuk mengekspresikan pandangan mereka terhadap kondisi sosial-politik di Indonesia secara kreatif. Dengan batasan dan asumsi ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana generasi muda membentuk identitas politiknya melalui kreativitas visual dan penggunaan tanda dalam ruang digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk meneliti fenomena dalam kondisi alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama, dan pengumpulan data dilakukan secara induktif, yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan konteks atau kondisi khusus yang diamati (Sugiyono, 2016). Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang mendalam dan kaya makna mengenai strategi komunikasi politik generasi muda melalui poster kreatif bertagat #ResetIndonesia.

Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan observasi digital pada media sosial Instagram. Peneliti melakukan penelusuran dengan tagat #ResetIndonesia pada periode 28 Agustus–22 September 2025, sesuai dengan puncak viralnya gerakan ini. Dari ribuan unggahan yang muncul, peneliti memilih tiga poster digital sebagai sampel utama. Adapun kriteria pemilihan poster meliputi 1) Memiliki visual yang kuat, seperti warna mencolok, tipografi modern, dan penggunaan simbol yang khas Gen Z; 2) Memuat narasi perlawanan yang berbasis kritik sosial-politik; 3) Mendapatkan tingkat interaksi relatif tinggi (*like* dan komentar) sehingga dianggap representatif dalam menyuarakan aspirasi publik.

Berdasarkan kriteria tersebut, dipilih tiga poster digital sebagai sampel utama. Jumlah ini dipandang cukup representatif karena setiap poster menampilkan variasi gaya visual dan simbolik yang berbeda, sehingga mampu menggambarkan keragaman strategi komunikasi visual generasi muda dalam gerakan ini. Pemilihan sampel terbatas dilakukan dengan pertimbangan kedalaman analisis semiotika, di mana fokus bukan pada kuantitas data, melainkan pada eksplorasi makna yang terkandung di dalamnya.

Jenis pendekatan yang digunakan adalah semiotika Ferdinand de

Saussure yang menekankan analisis tanda melalui hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi elemen-elemen visual pada setiap poster, melalui tulisan, gambar, dan warna sebagai penanda. Selanjutnya, peneliti menafsirkan makna atau petanda dari setiap elemen tersebut untuk membangun konstruksi makna secara keseluruhan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami pesan politik yang tersirat maupun tersurat, serta bagaimana elemen visual membentuk narasi perlawanan di ruang digital.

Untuk menjaga validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi teori, yaitu membandingkan temuan semiotika dengan kerangka komunikasi visual politik dan budaya digital generasi muda. Sebagai penelitian kualitatif berbasis interpretasi, terdapat potensi bias subjektif dari peneliti dalam menafsirkan tanda visual. Untuk memitigasi hal ini, peneliti menggunakan kerangka teori semiotika secara konsisten untuk menjaga obyektivitas dan membandingkan interpretasi visual dengan konteks sosial-politik yang relevan pada periode penelitian.

Penelitian ini memiliki batasan, yaitu hanya menganalisis poster digital yang diunggah di Instagram dengan tagar #ResetIndonesia, tanpa mencakup platform lain seperti X atau TikTok. Penelitian juga tidak menganalisis teks naratif (komentar atau *caption*) maupun aktor politik yang terlibat, sehingga interpretasi terbatas pada aspek visual semata. Dengan batasan ini, penelitian lebih menekankan pada bagaimana simbol-simbol visual digunakan untuk membangun wacana politik generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Poster merupakan media komunikasi visual yang umum digunakan untuk menyebarkan informasi atau menyampaikan pesan kepada masyarakat. Poster biasanya berupa lembaran kertas berwarna atau monokrom yang didesain dengan perpaduan teks dan gambar. Selain itu, poster dapat dipahami sebagai bentuk seni komunikasi yang memadukan tata letak (*layout*) dan elemen desain untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada khalayak luas (Sitompul et al., 2021).

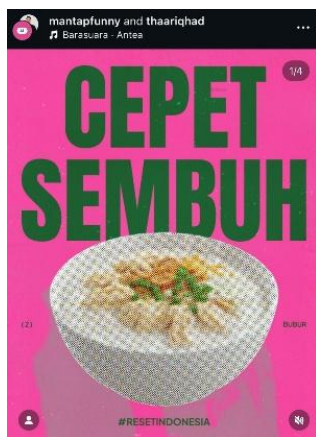
Perkembangan media sosial memungkinkan penyebaran poster tidak lagi berbentuk cetak, melainkan diunggah secara digital untuk berbagai tujuan, salah satunya adalah menyampaikan kondisi politik. Poster politik tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan, aspirasi, saran, dan kritik secara langsung, tetapi juga mengandung berbagai simbol, tanda, dan konotasi yang dapat ditafsirkan berbeda oleh berbagai audiens (Pranata & Widyatama, 2025).

Pada poster digital bertagar #ResetIndonesia, terdapat objek-objek visual

yang ditafsirkan maknanya melalui konsep penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) menurut semiotika Ferdinand de Saussure. Objek yang dianalisis dipilih dari unggahan poster digital di Instagram yang dianggap paling ikonik serta representatif dalam menjelaskan fenomena gerakan tersebut. Berikut beberapa hasil analisis dalam poster bertagar #ResetIndonesia.

Gambar 6
Poster 1

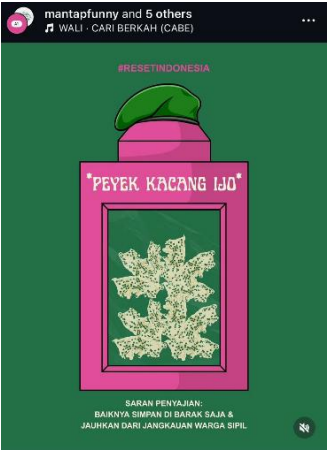
(Sumber: Instagram @thaariqhad, 2025)



Tabel 1
Analisis Semiotika Poster 1

Petanda (<i>Signifier</i>)	Penanda (<i>Signified</i>)
Tulisan “CEPET SEMBUH”	Sindiran dan doa agar Indonesia segera “sembuh” dari kondisi politik, hukum, dan demokrasi yang dianggap sakit.
Semangkuk bubur ayam.	Makanan yang umum diberikan pada orang sakit agar cepat pulih. Metafora ini mengkritik kondisi bangsa yang dianggap sedang “sakit” dan menegaskan perlunya “obat” berupa perbaikan serta solusi kolektif agar dapat kembali sehat secara sosial-politik.
Tagar #ResetIndonesia	Tagar ini memperkuat pesan utama dari gambar, yaitu pentingnya memulai kembali atau mengatur ulang negara.

Gambar 7
Poster 2
(Sumber: Instagram @kuebalokmangsalam, 2025)



Tabel 2
Analisis Semiotika Poster 2

Petanda (<i>Signifier</i>)	Penanda (<i>Signified</i>)
Gambar toples peyek kacang ijo berwarna <i>pink</i> dengan topi TNI berwarna hijau.	Peyek kacang ijo direpresentasikan sebagai TNI dengan identitas warna hijau dan krem yang melekat pada seragam TNI.
Tulisan “SARAN PENYAJIAN: BAIKNYA SIMPAN DI BARAK SAJA & JAUHKAN DARI JANGKAUAN WARGA SIPIL”	Kritik langsung kepada TNI yang seharusnya tidak terlibat dalam urusan sipil, tetapi tetap berada di barak atau wilayah militer.
Tagar #ResetIndonesia	Tagar ini memperkuat pesan utama dari gambar, yaitu pentingnya memulai kembali atau mengatur ulang negara.

Gambar 8

Poster 3

(Sumber: Instagram @hasbiatmaja, 2025)



Tabel 3

Analisis Semiotika Poster 3

Petanda (<i>Signifier</i>)	Penanda (<i>Signified</i>)
Tulisan "AWAS ADA POSTER JELEK"	Kalimat ini secara langsung memperingatkan audiens untuk waspada terhadap poster demonstrasi dengan desain yang buruk dan berantakan.
Gambar siluet orang bermain sepak bola	Tindakan menggiring bola atau mengelabui lawan. Dalam konteks ini, siluet pemain sepak bola menggambarkan tentang aksi "mengelabui" atau "menipu" ini mengacu pada kata "gocek" yang ada di bawahnya.
Tulisan "TIATI KENA GOCEK!!!"	Peringatan untuk tidak tertipu atau terkecoh. Kata "gocek" adalah istilah dalam sepak bola yang berarti menggiring bola melewati lawan. Dalam konteks ini, kata tersebut

Petanda (<i>Signifier</i>)	Penanda (<i>Signified</i>)
	berfungsi sebagai metafora untuk “tertipu” atau “terkecoh”.
Gambar "poster jelek" dengan kualitas desain yang buruk.	Poster-poster yang disematkan dalam gambar adalah poster demonstrasi yang <i>hoax</i> . Poster ini memiliki desain yang sangat padat, penuh dengan teks dan gambar yang kurang terorganisir sehingga disebut sebagai poster jelek atau poster provokasi.

Pembahasan

Analisis Semiotika pada Unsur Tulisan dan Gambar dalam Poster Kreatif Bertagar #ResetIndonesia

Penyampaian keindahan dan makna pesan dalam poster umumnya dibangun melalui tiga komponen utama, yaitu tulisan, gambar, dan warna. Ketiganya saling terikat dan membawa makna simbolis yang khas (Raharjo, 2019). Dalam kerangka semiotika Saussure, tulisan dan gambar dapat dipahami sebagai penanda (*signifier*) yang merujuk pada suatu petanda (*signified*). Kombinasi keduanya membentuk sistem tanda yang saling melengkapi dan memperkuat makna poster sebagai media penyampaian pesan.

Minat generasi muda terhadap politik terbilang rendah. Berdasarkan survei, politik justru menempati posisi paling tidak diminati oleh generasi ini. Ada beberapa alasan yang mendasarinya, seperti anggapan bahwa politik hanyalah urusan orang dewasa sehingga tidak berdampak langsung pada kehidupan mereka. Selain itu, citra politik yang kerap dikaitkan dengan praktik korupsi dan perebutan kursi kekuasaan juga menambah ketidakminatan generasi muda terhadap politik. Politik sering dipersepsikan terlalu formal, bahkan sebagian besar cenderung enggan untuk membicarakannya (Perangin-Angin & Zainal, 2018).

Namun, perkembangan teknologi merubah generasi muda dalam menyarakan politik. Mereka mulai memanfaatkan *meme*, kutipan, dan sindiran sebagai sarana kritik terhadap politik, termasuk yang terdapat pada poster bertagar #ResetIndonesia. *Meme* hadir sebagai medium yang mampu merangkum pesan, gagasan, kritik, sekaligus humor dalam bentuk yang ringkas dan mudah dipahami. Hal inilah yang membuat *meme* memiliki posisi penting dalam praktik komunikasi politik digital. *Meme* berfungsi sebagai sarana ekspresi emosional, representasi realitas sosial, alat untuk menyampaikan kritik terhadap suatu fenomena, sekaligus dapat dimanfaatkan sebagai medium perlawanan (Sukardi et al., 2019).

Berdasarkan hasil analisis berdasarkan petanda dan penanda terhadap ketiga poster bertagar #ResetIndonesia di atas, terlihat bahwa setiap elemen visual,

baik teks maupun gambar, dirancang dengan strategi semiotik tertentu yang menekankan kritik serta perlawanan terhadap kondisi sosial-politik Indonesia lewat *meme* dan bahasa yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Poster-poster tersebut menghadirkan elemen visual sederhana dengan teks singkat yang sarat sindiran dan sarkasme.

Penggunaan elemen-elemen yang akrab dengan istilah sehari-hari seperti bubur ayam (poster 1), peyek kacang ijo (poster 2), dan istilah "gocek" dalam sepak bola (poster 3) adalah cara generasi muda menghubungkan pesan politik yang kompleks dengan kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, penggunaan kalimat seperti "cepat sembuh" (poster 1), "peyek kacang ijo" (poster 2), dan "awas ada poster jelek, tiati kena gocek" (poster 3) merupakan sebuah sindiran. Sindiran menjadi sarana ekspresif bagi netizen untuk menyuarakan kritik secara tajam, kreatif, dan emosional, tanpa harus menyebutkan objek secara langsung (Neyarismi & Hasbi, 2025).

Pemanfaatan produk budaya populer seperti *meme* dan simbol-simbol keseharian menjadi strategi ampuh untuk menjangkau khalayak, khususnya generasi muda secara lebih luas dan membuat isu politik terasa lebih relevan. Dengan demikian, poster-poster ini mengubah peran audiens dari sekadar penonton menjadi partisipan aktif yang ikut menafsirkan dan menyebarkan pesan.

Pendekatan ini secara efektif menembus kebuntuan komunikasi politik konvensional yang sering dianggap kaku dan membosankan, sehingga membuat isu-isu politik terasa lebih dekat dan relevan. Selain itu, strategi ini berfungsi untuk membangun solidaritas dan keterlibatan kolektif. Poster dan *meme* politik memungkinkan audiens untuk tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga partisipan aktif yang ikut menafsirkan dan menyebarkan pesan (Sukardi et al., 2019). Hal ini menciptakan bahasa visual yang mudah dikenali di antara sesama pendukung gerakan, memperkuat ikatan sosial, dan memfasilitasi mobilisasi wacana di ruang digital. Dengan demikian, poster-poster #ResetIndonesia menjadi media kritik sekaligus sebagai perwujudan identitas generasi muda yang kreatif dalam menyampaikan perlawanan terhadap kondisi sosial-politik yang ada.

Analisis Semiotika pada Unsur Warna dalam Poster Kreatif Bertagar #ResetIndonesia

Warna memiliki daya persuasif yang mampu memengaruhi reaksi psikologis dan emosional pengguna (Sunaryo, 2015). Melalui warna, pesan yang ditampilkan dalam sebuah poster dapat diperkuat maknanya, sehingga audiens lebih mudah menangkap inti pesan yang ingin disampaikan. Misalnya, penggunaan warna merah sering diasosiasikan dengan keberanian, perlawanan, sekaligus tanda bahaya, sehingga dalam konteks poster politik dapat merepresentasikan semangat kritik dan urgensi perubahan. Sementara itu, warna hitam kerap dimaknai sebagai simbol duka, protes, sekaligus penegasan sikap tegas terhadap ketidakadilan.

Gambar 2
Postingan Bertagar #ResetIndonesia di Instagram
(Sumber: Instagram, 2025)



Pada poster kreatif bertagar #ResetIndonesia, kombinasi warna kontras *pink*, hijau, dan biru berfungsi sebagai penanda (*signifier*). Ketiga warna tersebut menandakan petanda (*signified*) simbol darurat demokrasi dan perlawanan untuk menyuarakan kritik terhadap kondisi sosial-politik Indonesia terkini. Masing-masing dari warna tersebut merepresentasikan perlawanan yang berbeda-beda.

Warna *pink* sebagai penanda (*signifier*) dalam gerakan #ResetIndonesia disebut sebagai “*Brave Pink*”. Warna ini muncul sebagai representasi perlawanan perempuan yang menolak untuk dibungkam. Banyak gerakan feminisme menggunakan *pink* sebagai bagian dari perlawanan. *Pink* sering diasosiasikan dengan cinta, kasih sayang, lembut, dan kelembutan, tetapi juga bisa diasosiasikan dengan kelemahan atau naif (Hendratman, 2015).

Gambar 3
Ibu Ana sebagai Representasi Perlawanan Perempuan
(Sumber: CNN Indonesia, 2025)



Dalam konteks #ResetIndonesia, “*Brave Pink*” memperoleh makna baru sejak kemunculan sosok Ibu Ana, seorang ibu berhijab *pink* yang tampil di barisan depan demonstrasi di depan gedung DPR pada 28 Agustus 2025. Penampilan Ibu Ana menjadi sorotan publik karena keberaniannya berdiri menghadapi aparat dengan hijab *pink* yang kontras di tengah barisan massal. Keberanian visualnya tersebut memicu penggunaan *pink* sebagai simbol feminisme sekaligus simbol kolektif perlawanan sipil yang mampu menyuarakan kritik dan aspirasi secara terbuka, bahkan di tengah tekanan.

Sementara itu, warna hijau sebagai penanda (*signifier*) dalam gerakan #ResetIndonesia dikenal dengan sebutan *Hero Green*. Pada logo Go-Jek, Hijau dimaknai sebagai lambang vitalitas dan semangat, sekaligus merepresentasikan nilai keberlanjutan serta kedekatan dengan akar lokal (Ameilia & Togotorop, 2025).

Gambar 4
Ojek Online sebagai Ikon Perlawanan Masyarakat Sipil
(Sumber: ANTARA, 2025)



Warna ini menjadi simbol solidaritas warga sipil, terutama rakyat kecil seperti pengemudi ojek *online* (ojol) Warna ini mulai viral setelah tragedi yang menimpa Affan Kurniawan, seorang pengemudi ojol yang tewas dilindas kendaraan taktis Brimob dalam demonstrasi pada 28 Agustus 2025. Warna hijau dari helm dan

jaket ojol tersebut kemudian dipakai sebagai penanda visual di media sosial untuk mengenang dan menegaskan dukungan publik terhadap korban dan keluarganya.

Kombinasi *Hero Green* ini dalam poster gerakan #ResetIndonesia ini menjadi elemen warna dan petanda (*signified*) bahwa perlawanan juga bergema dari kelompok-kelompok atau rakyat kecil yang selama ini tidak selalu menjadi pusat perhatian politik formal. Dengan demikian, *Hero Green* menjadi warna yang menyuarakan bahwa perubahan politik bukan hanya milik elite, tetapi milik rakyat kecil yang menuntut keadilan dan penghargaan terhadap aspirasi mereka.

Gambar 5

***Resistance Blue* dalam Postingan Peringatan Darurat**

(Sumber: Instagram @najwashihab, @matanajwa, @narasi.tv, @narasinewsroom, 2025)



Selain warna *pink* dan hijau, warna biru sebagai penanda (*signifier*) dalam gerakan #ResetIndonesia dikenal dengan istilah *Blue Resistance*. Warna ini sudah hadir terlebih dahulu dibandingkan *Brave Pink* dan *Hero Green* dengan merujuk pada tren “Peringatan Darurat” yang muncul pada Agustus 2024 dan kembali hadir sebagai simbol perlawanan sosial-politik. Pada saat itu, masyarakat Indonesia menunjukkan ketidakpuasan terhadap putusan Mahkamah Konstitusi mengenai persyaratan pencalonan Kepala Daerah 2024 yang diekspresikan melalui unggahan poster di media sosial Instagram. Aksi ini dipelopori oleh kolaborasi Najwa Shihab dan Narasi dengan menghadirkan visual berupa latar biru dan bayangan burung Garuda.

Secara umum, warna biru sering diasosiasikan dengan ketenangan, kepercayaan, kesedihan, atau keputusan. Akan tetapi, dalam konteks darurat demokrasi, penggunaannya menciptakan paradoks, di satu sisi biru melambangkan harapan akan solusi dan stabilitas, tetapi di sisi lain hadir di tengah situasi krisis yang mendesak. Kehadiran bayangan Burung Garuda pada poster tersebut memperkuat makna simbolik sebagai seruan perlawanan sekaligus ajakan untuk menyadari

kondisi politik yang genting (Purnamasari et al., 2025).

Berdasarkan analisis, dapat dikatakan bahwa warna *Brave Pink*, *Hero Green*, dan *Resistance Blue* telah berkembang menjadi simbol perlawanan yang relatif disepakati secara sosial dalam gerakan #ResetIndonesia. Ketiga warna tersebut tidak lagi hanya dianggap elemen visual estetika semata, melainkan telah menjadi bahasa simbolis yang mempersatukan rakyat, khususnya generasi muda, dalam menyuarakan aspirasi politik secara kolektif. Penggunaan warna telah meluas dan menandakan bahwa identitas visual ini sudah melekat kuat dalam persepsi publik sebagai penanda perlawanan terhadap ketidakadilan dan krisis demokrasi yang terjadi di Indonesia.

Bentuk Partisipasi Politik Generasi Muda di Media Sosial

Partisipasi politik generasi muda mengalami perubahan, salah satunya adalah meluasnya penggunaan jaringan digital. Aksi dengan tagar (*hashtag activism*) menjadi salah satu wujud partisipasi yang paling menonjol di kalangan generasi muda. Salah satu contohnya adalah gerakan #ReformasiDikorupsi pada tahun 2019 yang menyoroti bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk mengorganisasi protes, membangun narasi politik, sekaligus membentuk opini publik. Ribuan anak muda terlibat aktif dalam gerakan ini dengan menggunakan Twitter dan Instagram sebagai ruang untuk menyebarkan informasi, merespons isu legislasi yang kontroversial, serta mengkoordinasikan aksi massa tanpa harus terikat pada organisasi formal (Khairuddin, 2025). Fenomena ini aktivisme digital yang membangun narasi politik dari bawah (*bottom-up*), sehingga tidak sepenuhnya berada dalam kendali elite. Aktivisme digital memainkan peran penting dengan menunjukkan bagaimana media digital mampu menghimpun serta mengonsolidasikan opini publik secara cepat dan efektif (Fazrina et al., 2025).

Fenomena ini sejalan dengan dinamika berbagai gerakan digital lainnya. Salah satu contohnya adalah gerakan #PeringatanDarurat pada tahun 2024, di mana media visual memainkan peran penting sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk mendorong partisipasi publik, khususnya dalam isu hukum dan kebijakan. Dalam gerakan ini, poster dengan elemen visual berwarna biru berupa simbol burung garuda dipadukan dengan efek *glitch*, sehingga menghadirkan kesan mendesak sekaligus menekankan urgensi kepentingan yang diperjuangkan (Hikmawan & Handriyotopo, 2025).

Simbol visual dalam gerakan #ResetIndonesia di poster digital ini hadir sebagai konstruksi identitas politik generasi muda di ruang digital. Melalui penggunaan warna, tipografi, dan metafora visual yang dekat dengan keseharian mereka, generasi muda menampilkan diri sebagai kelompok yang egaliter, satir, kritis, sekaligus berani melawan ketidakadilan politik. Hal ini memperlihatkan proses pembentukan identitas politik generasi muda yang ingin dilihat sebagai agen perubahan sosial melalui kreativitas digital. Generasi muda mampu membangun

kesadaran publik terhadap isu yang mereka angkat melalui penyajian konten yang dikemas secara kreatif dan informatif (Syahputri, 2024).

Implikasi dari fenomena ini adalah bahwa penggunaan simbol visual dalam gerakan digital tidak hanya memperkuat identitas politik generasi muda sebagai pribadi yang kreatif. Generasi muda kini berperan bukan sekadar sebagai penerima informasi, melainkan juga sebagai pencipta wacana politik yang berpengaruh terhadap opini publik dan arah demokrasi. Media sosial turut merevolusi partisipasi politik menjadi lebih dinamis, kreatif, serta inklusif terhadap beragam suara dan aspirasi (Khairuddin, 2025).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan bahwa poster kreatif bertagar #ResetIndonesia merepresentasikan strategi komunikasi politik yang mampu menjembatani jarak antara isu-isu genting dengan cara penyampaian yang relevan bagi generasi muda. Melalui pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, terlihat bahwa simbol visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi mengandung makna estetis sekaligus membentuk identitas kolektif generasi muda yang kritis, kreatif, dan berani terlibat dalam wacana politik. Penggunaan simbol-simbol dan kalimat sehari-hari berhasil menerjemahkan kritik politik yang kompleks menjadi pesan yang sederhana, mudah dipahami, dan relevan bagi khalayak luas, khususnya generasi muda.

Strategi ini berhasil menembus rendahnya minat politik generasi muda dengan mengemas isu-isu serius dalam format khas anak muda yang kreatif dan satir, mengubah peran mereka dari audiens pasif menjadi partisipan aktif. Warna-warna seperti *Brave Pink*, *Hero Green*, dan *Resistance Blue* dalam poster bertagar #ResetIndonesia telah menjadi simbol perlawanan kolektif yang menyuarakan aspirasi dari berbagai kelompok masyarakat, mulai dari aktivis, masyarakat sipil, hingga perempuan. Dengan demikian, poster-poster ini berfungsi sebagai manifestasi identitas politik generasi muda yang unik di ruang digital, sekaligus menjadi medium yang kuat untuk membangun solidaritas dan mobilisasi wacana terhadap krisis sosial-politik di Indonesia.

Implikasi praktis dari penelitian ini cukup signifikan. Bagi aktivis digital, temuan ini menekankan pentingnya merancang simbol visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga memiliki resonansi sosial-politik yang kuat sehingga dapat memobilisasi audiens secara lebih efektif. Bagi pembuat kebijakan, gerakan seperti #ResetIndonesia menjadi pengingat bahwa aspirasi generasi muda kerap diartikulasikan melalui medium digital yang kreatif, sehingga respons kebijakan perlu mempertimbangkan dinamika komunikasi politik di ranah visual. Sementara itu, bagi pendidik komunikasi politik, penelitian ini dapat menjadi pijakan dalam mengembangkan literasi visual

politik, yakni kemampuan generasi muda untuk membaca, menafsirkan, sekaligus memproduksi pesan visual yang kritis dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi terhadap kajian komunikasi dengan memperlihatkan bagaimana simbol visual berfungsi sebagai instrumen politik yang efektif, sekaligus memperkuat literasi visual politik generasi muda di era digital. Studi lanjutan dapat diarahkan untuk meneliti dampak jangka panjang dari gerakan digital seperti #ResetIndonesia terhadap pembentukan perilaku politik maupun perubahan kebijakan publik, sehingga pemahaman tentang peran komunikasi visual dalam demokrasi digital dapat semakin komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ameilia, R., & Togotorop, G. (2025). Membaca Makna di Balik Warna dan Ikon pada Aplikasi GO-JEK: Sebuah Kajian Semiotika. *JiIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 2(3). <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Arafat, R. (2022). Rethinking digital media use for diasporic political participation: An investigation into journalism advocacy, digital activism, and democratic. *Studies in Communication Sciences*, 2(3).
- Cahlia, C., & Marni, M. (2025). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Meningkatkan Kesadaran Nasionalisme Warga Negara Indonesia. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4). <https://doi.org/10.59025/tnztye42>
- Fazrina, I. N., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Persepsi Generasi Z terhadap Efektivitas Aktivisme Digital sebagai Bentuk Partisipasi Sosial. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(3), 53–62. <https://doi.org/10.62383/risoma.v3i3.746>
- Frenika, M. (2024). *Analisis Elemen Komunikasi Visual Media pada Akun Instagram @pinterpolitik*. Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Hapsari, M. S., Sabiq, A., & Robandi, K. R. (2024). Tagar #MosiTidakPercaya dan #MahkamahKeluarga: Peran Media Sosial Instagram sebagai Wacana Protes Dinasti Politik Presiden Jokowi. *JISPAR: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*, 13(1).
- Heryanto, G. G. (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. IRCiSoD.
- Hikmawan, D. R., & Handriyotopo. (2025). Pengaruh Visual Poster Peringatan Darurat Terhadap Kesadaran Masyarakat Studi Kasus Kawal Putusan Mahkamah Konstitusi. *Jurnal Sains Informatika Terapan (JSIT)*, 4(2).
- Hutajulu, S., Ginting, S., & Manasyekh, Y. (2024). Digitalisasi Budaya Politik Melalui Peran Generasi Milenial dan Gen Z Di Indonesia. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2).

- Khairuddin, K. (2025). Partisipasi Politik Anak Muda: Kajian Sosiologis terhadap Aktivisme Digital. *NUSANTARA: Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 1(1).
- Martínez Lirola, M. (2023). A multimodal critical discourse analysis of a sample of posters used in the 2016 and 2020 election campaigns in Ireland. *Estudios Irlandeses*, 18.
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In Research Method of Communication. In *Informatika dan Media Massa t PEKOMMAS* (Vol. 16, Issue 1).
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 43–51. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Perangin-Angin, L., & Zainal, M. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Bingkai Jejaring Sosial di Media Sosial. *Jurnal ASPIKOM*, 3(4).
- Perbawasari, S., Budiana, H. R., Komariah, K., & Sani, A. (2014). Pemberdayaan Komunikasi Visual Politik di Kalangan Pemilih Pemula Implementasi Ilmu Komunikasi dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Jawa Barat. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 3(1).
- Pranata, A., & Widyatama, R. (2025). The Representation of Political Memes on Social Media X (Twitter): A Semiotic Analysis of Popular Culture Products. In *COMMUNICATIONS* (Vol. 7, Issue 2). <https://doi.org/10.21009.coms7.2.1>
- Purnamasari, W. K., Kurniawan, K., & Kusumah, E. (2025). Visualisasi Krisis Sosial dalam Tagar #PeringatanDarurat pada Media Sosial Instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(1), 139–151. <https://doi.org/10.32509/wacana.v24i1.4851>
- Putra, R. W., & Annissa, J. (2019). Visualisasi Makna Politik pada E-Comic Melalui Akun @kostumkomik. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 2(3).
- Raharjo, R. (2019). *Semiotika Visual Poster Perempuan (Representasi Perlawanan Perempuan terhadap Pembangunan Pabrik Semen di Kendeng)*.
- Sitompul, A. L., Patriansah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotika Ferdinand de Saussure. *Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 2(1).
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sukardi, M. I., Sumarlam, S., & Marmanto, S. (2019). Upaya Membangun Humor dalam Wacana Meme Melalui Permainan Bunyi (Kajian Semantik). *Hasta Wiyata*, 2(1), 40–54. <https://doi.org/10.21776/ub.hastawiyata.2018.002.01.05>
- Sunaryo, A. (2015). *Estetika: Dalam Perspektif Budaya*. Rekayasa Sains.

Syahputri, I. B. (2024). Pengaruh Aktivis Mahasiswa Dalam Perubahan Sosial Politik Di Era Digital 5.0. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(4).
<https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>