JURNAL
PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA
ISSN: 2302-3503

Volume 14 Nomor 02 Tahun 2025
Publikasi : Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, FBS, UNP
Link : http://ejournal.unp.ac.id/index.php/pbs

Analisis Transformasi Brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara (Kajian Multimodal)

Lu'luul Maknun[1], Mardiningsih[2], Sugianti[3]
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Pedagogi dan Psikologi, Universitas PGRI Wiranegara

maknunluluul853@gmail.com, niningatria20@gmail.com, sugiantiuniwara@gmail.com.

ABSTRACT

This research aims to reveal the transformation of content and visuals in the New Student Admission (PMB) brochure of Universitas PGRI Wiranegara (UNIWARA) from 2020 to 2025 using a multimodal analysis approach. This approach is based on the theory of Kress and Van Leeuwen (2006), which divides multimodal elements into three metafunctions: representational, interactive, and compositional. The research method used is qualitative descriptive, with documentary techniques and content analysis of five editions of the PMB brochure. The results show that there has been a significant change in message delivery strategies through the transformation of visual, verbal, and compositional elements. These transformations reflect the institution's response to the dynamics of higher education promotion and changing preferences of prospective students. The multimodal elements work together to create a more persuasive, informative, and inclusive institutional image.

Keywords: *transformation, PMB brochure and multimodal analysis*

A.Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia promosi, termasuk di ranah pendidikan tinggi. Salah satu bentuk promosi yang masih digunakan secara luas oleh perguruan tinggi adalah brosur Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), baik dalam versi cetak maupun digital. Brosur menjadi media penting yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk citra institusi dan meyakinkan calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi tertentu. Dalam konteks ini, perubahan atau transformasi dalam desain dan isi brosur menjadi hal yang tidak terelakkan, seiring dengan tuntutan zaman, perubahan karakteristik audiens, dan kompetisi antar perguruan tinggi yang semakin ketat.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana bentuk transformasi dalam brosur Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas PGRI Wiranegara terjadi dari tahun ke tahun?, 2) Bagaimana elemen multimodal pada brosur PMB UNIWARA? dan 3) Bagaimana interaksi antar elemen multimodal dalam brosur PMB Unive membentuk dan mengubah makna untuk menciptakan efektivitas penyampaian pesan kepada mahasiswa baru?.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, digunakan pendekatan analisis multimodal yang dikembangkan oleh Kress dan Van Leeuwen (2006)(2006), dengan memanfaatkan tiga metafungsi utama dalam komunikasi visual: representasionalonal, interaktif, dan komposisional. Pendekatan ini memberikan kerangka analisis yang komprehensif terhadap bagaimana teks, gambar, warna, tata letak, dan simbol visual lainnya bekerja secara terpadu dalam membentuk dan mengubah makna pesan institusional dalam brosur. Dengan menganalisis elemen-elemen tersebut secara longitudinal dari tahun 2020 hingga 2025, penelitian ini berusaha memahami dinamika transformasi komunikasi visual dalam konteks promosi pendidikan tinggi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis bentuk transformasi isi dan visual dalam brosur PMB UNIWARA dari tahun ke tahun, (2) mendeskripsikan bentuk elemen multimodal berdasarkan tiga metafungsi multimodal dari Kress and Van Leeuwen (2006), serta (3) mengungkap interaksi antar elemen multimodal dalam membentuk efektivitas komunikasi promosi. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana transformasi visual dan tekstual dalam brosur bukan sekadar bentuk adaptasi estetika, melainkan bagian dari strategi komunikasi institusi dalam membangun citra, nilai, dan daya tarik institusional.

Kajian teoritik yang mendasari penelitian ini terdiri dari dua pilar utama: teori transformasi dalam komunikasi visual dan teori multimodalitas. Konsep transformasi dipahami sebagai pergeseran dalam bentuk, isi, dan makna media komunikasi sebagai respon terhadap perubahan konteks sosial, budaya, dan teknologi (Manovich, 2014; Lievrouw & Livingstone, 2006). Dalam konteks brosur PMB, transformasi mencakup perubahan dalam strategi penyampaian informasi, penekanan nilai institusi, serta pendekatan komunikasi visual yang digunakan untuk menarik perhatian calon mahasiswa yang semakin digital-native.

Teori multimodal dari Kress dan Van Leeuwen (2006) menjadi dasar dalam menganalisis bagaimana elemen visual dan verbal saling melengkapi dan membentuk makna. Tiga metafungsi multimodal yang digunakan meliputi: (1) representasionalonal, yang menjelaskan bagaimana realitas institusional direpresentasionalkan melalui gambar, warna, dan ikon; (2) interaktif, yang menjelaskan bagaimana hubungan emosional dan komunikasi antara institusi dan pembaca dibangun melalui gestur visual, arah tatapan, bahasa ajakan, dan jarak sosial; serta (3) komposisional, yang berfokus pada struktur tata letak, penekanan visual (salience), dan nilai informasi dari elemen yang disusun dalam halaman brosur.

Penelitian ini juga didukung oleh studi sebelumnya, seperti penelitian Wijayanti et al. (2023) yang menganalisis elemen multimodal dalam brosur wisata budaya, namun belum membahas transformasi visual secara temporal; Simbolon dkk. (2024) yang meneliti iklan wisata dengan pendekatan multimodal tetapi dalam satu periode; serta Wardhana dkk. (2021) yang mengkaji video kolonial dari sudut pandang ideologis. Meskipun ketiganya relevan dalam penggunaan teori multimodal, belum ada yang secara khusus mengkaji transformasi substansi visual dalam media promosi pendidikan tinggi seperti brosur PMB secara longitudinal. Di sinilah letak kontribusi dan kebaruan penelitian ini.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan teori multimodal dalam konteks komunikasi institusional pendidikan tinggi di Indonesia, yang selama ini masih terbatas. Penelitian ini menunjukkan bahwa elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak tidak bersifat netral, melainkan mengandung makna ideologis dan strategis dalam membentuk persepsi publik terhadap institusi. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi institusi pendidikan, desainer grafis, dan tim pemasaran untuk merancang brosur PMB yang tidak hanya informatif dan estetis, tetapi juga komunikatif dan persuasif secara semiotik.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan sumbangan terhadap kajian akademik mengenai multimodalitas dan komunikasi visual, tetapi juga menawarkan wawasan strategis bagi pengembangan media promosi pendidikan tinggi yang adaptif terhadap kebutuhan dan harapan audiens modern. Brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara dijadikan sebagai objek penelitian yang dinilai mampu merepresentasionalkan perubahan strategi komunikasi visual institusional yang berlangsung dari tahun ke tahun, sehingga dapat dijadikan

pijakan penting dalam memahami pergeseran pendekatan komunikasi promosi di lingkungan pendidikan tinggi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan secara mendalam transformasi multimodal dalam brosur Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas PGRI Wiranegara (UNIWARA) dari tahun 2020 hingga 2025. Rancangan ini dipilih untuk menggali fenomena representasional visual dan verbal dalam konteks promosi pendidikan tinggi, serta untuk menelusuri makna di balik transformasi elemen-elemen multimodal secara komprehensif dan kontekstual. Penelitian ini didasarkan pada teori multimodal (Kress & Leeuwen, 2006) yang mencakup tiga metafungsi: representasionalonal, interaktif, dan komposisional.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh media promosi PMB Universitas PGRI Wiranegara dalam bentuk brosur dari tahun 2020 hingga 2025. Sampel dipilih secara purposif, yaitu lima brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara resmi yang diterbitkan dalam rentang waktu tersebut, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Objek penelitian mencakup elemen visual dan verbal dalam brosur, seperti gambar, ilustrasi, ikonografi, tipografi, warna, layout, serta narasi dan slogan promosi. Sementara itu, subjek penelitian adalah pihak-pihak yang berperan dalam penyusunan brosur, yakni tim Humas dan Marketing Universitas PGRI Wiranegara, desainer grafis, dan manajemen universitas yang menetapkan arah komunikasi institusional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan utama: (1) dokumentasi, yakni mengumpulkan seluruh brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara tahun 2020–2025 baik dalam bentuk digital maupun cetak; (2) observasi, yakni mengamati langsung struktur, komposisi, dan konten dari setiap brosur yang diteliti; dan (3) analisis isi, yaitu mengklasifikasi data berdasarkan tiga fokus penelitian: bentuk transformasi, bentuk elemen multimodal, dan interaksi antar elemen multimodal. Instrumen yang digunakan berupa tabel analisis dengan kategori yang disusun berdasarkan teori Kress dan Van Leeuwen (2006). Tabel tersebut memuat aspek multimodal, jenis transformasi atau elemen, indikator visual/verbal, data visual atau tekstual, kode data, dan interpretasi makna.

Sebagai penelitian kualitatif, kehadiran peneliti bersifat langsung dan aktif sebagai instrumen utama dalam penggalian dan interpretasi data. Peneliti melakukan pengamatan intensif terhadap objek yang diteliti dan memastikan validitas data melalui triangulasi sumber. Informan seperti tim desainer dan Humas universitas dilibatkan untuk mengonfirmasi konteks produksi dan makna komunikasi dalam brosur. Penelitian dilakukan di Universitas PGRI Wiranegara, Pasuruan, Jawa Timur, dengan durasi pelaksanaan selama tiga bulan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman (2014), yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data yang terkumpul diseleksi berdasarkan relevansinya terhadap fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel analisis deskriptif yang memungkinkan identifikasi pola dan transformasi yang terjadi dalam tiap tahun. Kesimpulan ditarik secara tematik dan deduktif dengan mempertimbangkan konsistensi data dan kesesuaiannya dengan teori multimodal. Untuk menjamin keabsahan hasil, dilakukan pengecekan ulang data melalui dokumentasi dan konfirmasi kepada informan yang berperan dalam proses desain brosur.

Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya mampu menjelaskan perubahan visual dan verbal secara deskriptif, tetapi juga menafsirkan makna dan strategi di balik perubahan tersebut. Hal ini memberikan pemahaman mendalam terhadap praktik komunikasi visual dalam konteks promosi institusi pendidikan tinggi, khususnya di lingkungan perguruan tinggi swasta seperti Universitas PGRI Wiranegara.

C. Pembahasan

1. Bentuk Transformasi dalam Brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara

Transformasi dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara menunjukkan pergeseran dari pendekatan informatif menjadi pendekatan persuasif dan identitatif. Brosur pada tahun-tahun awal lebih menonjolkan sisi informatif dengan menyajikan data dan penjelasan fungsional, namun seiring berjalannya waktu terjadi pergeseran menuju pendekatan visual yang lebih emotif, komunikatif, dan identitas-berbasis. Temuan ini memperkuat pandangan Kress dan Van Leeuwen (2006) bahwa multimodalitas bekerja secara simultan dalam membangun pesan.

Analisis Metafungsi Representasional



Gambar 1: Brosur PMB 2020



Gambar 2: Brosur PMB 2021

Salah satu contoh konkret dari transformasi ini dapat dilihat pada data (1).T.RPS.B.20.G1. Pada brosur tahun 2020, visual utama menampilkan foto-foto mahasiswa yang sedang terlibat dalam kegiatan kampus, seperti organisasi kemahasiswaan, pentas seni, dan seminar akademik. Representasional ini memaksimalkan metafungsi representasionalonal yang menggambarkan dunia nyata kehidupan kampus. Namun, pada brosur tahun 2021, sebagaimana tercatat dalam data (2).T.RPS.B.21.G2, representasional berubah drastis menjadi hanya menampilkan logo institusi tanpa gambar aktivitas. Perubahan ini mencerminkan strategi visual yang lebih minimalis dan simbolik, tetapi cenderung kehilangan kedekatan emosional dengan audiens. Strategi ini beralih dari representasional naratif yang komunikatif menuju simbolisasi yang lebih abstrak.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa strategi promosi institusi mengalami adaptasi: dari menampilkan aktivitas mahasiswa yang komunikatif dan terbuka menjadi penguatan identitas kelembagaan. Hal ini sejalan dengan pendekatan representasionalonal Kress dan Van Leeuwen (2006) bahwa bentuk representasional visual tidak hanya menggambarkan realitas, tetapi juga menandakan ideologi dan nilai institusi. Dalam hal ini, Universitas PGRI Wiranegara mencoba membentuk kesan kredibilitas dan formalitas institusional, meskipun berisiko mengurangi aspek kedekatan personal dengan calon mahasiswa.

Analisis Metafungsi Interaktif



Gambar 3 : Brosur PMB 2022



Gambar 4: Brosur PMB 2023/2024

Selain itu, transformasi interaktif teridentifikasi dalam penggunaan bahasa promosi yang semakin persuasif, penggunaan kata-kata seperti "gratis", "kuota terbatas", dan "kompetensi digital" pada brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara tahun 2022 dan 2023, menunjukkan bahwa Universitas PGRI Wiranegara mengadopsi gaya komunikasi digital yang menekankan urgensi dan keunggulan. Pada sisi lain, aspek komposisional mengalami pergeseran signifikan dengan pemanfaatan warna-warna kontras yang lebih sistematis, penempatan logo di posisi strategis, serta pembagian blok informasi yang lebih terorganisir.

Analisis Metafungsi Komposisional



Gambar 1 : Brosur PMB 2021 Gambar 2 : Brosur PMB 2022 Gambar 5: Brosur PMB 2025

Transformasi komposisional dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara dapat diamati secara signifikan dari aspek penataan tata letak, penonjolan informasi, hingga struktur hierarki visual. Contohnya dapat dilihat pada data (26).T.KMP.B.25.G5, yang menunjukkan perubahan skema visual pada bagian informasi gelombang pendaftaran. Pada tahun-tahun sebelumnya, bagian tersebut hanya dibedakan dengan warna mencolok (hijau, merah, kuning), tanpa makna tambahan. Namun pada brosur tahun 2025, blok informasi tersebut disusun dengan sistem warna bertingkat biru tua, hitam, abu-abu, ungu yang dilengkapi dengan label motivasional seperti "Gelombang Pejuang", "Semangat", dan "Hebat". Penggunaan warna dan label tersebut memperkuat *framing* pesan dan *salience* (penekanan visual), sehingga meningkatkan daya tarik dan pemahaman pembaca.

Menurut Kress dan Van Leeuwen (2006), metafungsi komposisional bekerja melalui tiga prinsip utama: *information value*, *salience*, dan *framing*. Dalam konteks brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara, transformasi komposisional mencerminkan peningkatan strategi penataan visual agar informasi penting lebih mudah ditangkap dan dikelompokkan. Penempatan logo di bagian atas-tengah brosur (data 49.BM.KMP.B.21.G2) merupakan contoh dari strategi *salience*, yaitu untuk menarik perhatian awal secara visual dan membentuk persepsi hierarki informasi yang mengutamakan institusi.

Selain itu, *framing* visual juga mengalami perkembangan signifikan. Pada brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara 2020 dan 2021, informasi penting seperti program studi, jalur pendaftaran, dan kontak tidak dibedakan secara visual, melainkan diletakkan dalam satu blok. Namun mulai tahun 2022 hingga 2025, informasi dipecah menjadi beberapa blok dengan latar warna berbeda, masing-masing memiliki fungsi spesifik (data (44).IAE.KMP.B.22.G3). Strategi ini memperkuat prinsip *framing* dan memudahkan pembaca menavigasi informasi secara cepat, menunjukkan bahwa Universitas PGRI Wiranegara semakin menyadari pentingnya desain informasi dalam komunikasi visual.

Secara keseluruhan, strategi visual Universitas PGRI Wiranegara mencerminkan penyesuaian terhadap kebutuhan calon mahasiswa generasi digital melalui penyederhanaan informasi, visual inklusif, dan desain yang responsif terhadap estetika kontemporer. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, misalnya penelitian oleh Wijayanti dkk. (2023), yang fokus pada promosi budaya, atau Simbolon dkk. (2024) yang menelaah satu periode visual wisata, penelitian ini menunjukkan dimensi longitudinal yang lebih kompleks dalam konteks

pendidikan tinggi. Ini memperlihatkan bagaimana promosi institusional tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga menjadi alat komunikasi ideologi dan strategi adaptif dalam konteks persaingan pendidikan yang dinamis.

2. Bentuk Elemen Multimodal dalam Brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara.

Dalam kajian multimodal berdasarkan teori Kress dan Van Leeuwen (2006), setiap pesan visual mengandung elemen yang dapat dianalisis melalui tiga metafungsi utama: representasional, interaktif, dan komposisional. Setiap metafungsi ini memiliki bentuk elemen multimodal yang membentuk struktur dan makna komunikasi visual dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara. Berikut pemaparan bentuk elemen multimodal berdasarkan hasil temuan penelitian.

Analisis Metafungsi Representasional



Gambar 1: Brosur PMB 2020

Bentuk representasional mencerminkan bagaimana dunia realitas digambarkan melalui gambar atau ilustrasi. Dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara, elemen representasional didominasi oleh representasional naratif dan simbolik. Contoh utama terdapat dalam data (4).BM.RPS.B.20.G1 yang memperlihatkan foto sekelompok mahasiswa memegang piagam penghargaan di atas panggung. Elemen ini mewakili struktur naratif karena menggambarkan tindakan nyata (*actional process*) dalam suatu peristiwa. Tindakan memegang piagam menunjukkan keberhasilan konkret, sedangkan ekspresi wajah gembira serta komposisi panggung sebagai latar memperkuat suasana apresiatif dan formalitas acara.

Penggambaran ini tidak sekadar menampilkan aktivitas, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai yang diusung Universitas PGRI Wiranegara seperti penghargaan terhadap prestasi, pengembangan potensi mahasiswa, dan suasana akademik yang mendukung. Dalam konteks multimodal, citra semacam ini menjadi alat representasional simbolik dari tujuan institusi, yaitu sebagai wadah pembinaan generasi unggul. Visual ini juga memperkuat narasi Universitas PGRI Wiranegara sebagai institusi dengan ekosistem pendidikan yang aktif, dinamis, dan produktif.

Analisis Metafungsi Interaktif



Gambar 4 : Brosur PMB 2023/2024

Bentuk interaktif berkaitan dengan bagaimana visual menyapa atau berinteraksi dengan audiens. Ini dapat dianalisis melalui kontak visual, sudut pandang (*angle*), dan jarak sosial. Pada

data (13).BM.IAE.B.23/24.G4, ditemukan tokoh utama (mahasiswa) yang memandang langsung ke arah kamera, menandakan adanya demandyakni ajakan komunikasi langsung kepada pembaca. Kontak visual semacam ini membangun koneksi psikologis, karena menciptakan perasaan bahwa subjek gambar sedang berbicara langsung kepada pembaca.

Sudut pandang *frontal* serta posisi wajah yang tegak lurus memperkuat kesan kesetaraan antara subjek dan audiens. Sementara jarak sosial yang dekat (*close personal distance*) digunakan untuk menciptakan kedekatan emosional. Elemen ini berfungsi sebagai strategi persuasi visual untuk menyampaikan pesan bahwa Universitas PGRI Wiranegara adalah kampus yang inklusif, akrab, dan terbuka terhadap mahasiswa dari berbagai latar belakang.

Dalam kajian Kress dan Van Leeuwen (2006), elemen interaktif semacam ini menjadi penting dalam media promosi karena membentuk orientasi interpersonal. Alih-alih sekadar menyampaikan informasi, visual tersebut membangun hubungan dua arah antara institusi dan calon mahasiswa sebagai audiens target.

Analisis Metafungsi Komposisional



Gambar 4 : Brosur PMB 2023/2024

Bentuk komposisional meliputi *information value* (nilai informasi berdasarkan posisi dalam layout), *salience* (penekanan visual), dan *framing* (pemisahan atau keterkaitan antar elemen). Salah satu contoh bentuk komposisional yang signifikan terdapat dalam data (30).T.KMP.B.23/24.G3, di mana informasi mengenai pendaftaran daring diletakkan pada sisi kanan atas brosur dengan warna latar kontras (biru elektrik), memperkuat nilai informasi sebagai bagian ideal dalam struktur kiri-kanan dan atas-bawah menurut teori Kress dan Van Leeuwen (2006).

Secara prinsip, sisi kanan atas memiliki peran "*ideal*" dalam struktur visual, tempat informasi penting dan tujuan umum diletakkan. Warna biru elektrik dengan *font* tebal menjadikan informasi tersebut lebih *salient* (menonjol) dibanding elemen lain. Sementara garis pemisah dan latar berwarna memberikan *framing* yang jelas terhadap informasi pendaftaran daring, sehingga mencegah kekacauan visual dan memperkuat keterbacaan.

Dengan memperhatikan nilai posisi, penekanan warna, dan batas informasi, desain ini menunjukkan bahwa penyusun brosur sadar akan pentingnya keterbacaan cepat dan keterarahan informasi. Transformasi bentuk komposisional seperti ini merupakan wujud konkret adaptasi terhadap kebutuhan komunikasi visual era digital yang mengutamakan efisiensi pemahaman.

Ketiga bentuk elemen multimodal ini menunjukkan bahwa strategi desain brosur Universitas PGRI Wiranegara tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan berdasarkan prinsip multimodalitas yang berlapis dan kompleks. Pemilihan gambar, arah pandang, serta tata letak visual mencerminkan strategi komunikasi visual yang dipikirkan secara menyeluruh, dengan tujuan utama membentuk citra, menarik minat, dan menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens target.

3. Interaksi Antar Elemen Multimodal dalam Brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara



Gambar 5: Brosur PMB 2025

Dalam analisis multimodal, kekuatan pesan visual tidak hanya terletak pada masing-masing elemen secara terpisah, melainkan pada bagaimana elemen-elemen tersebut representasional, interaktif, dan komposisional berinteraksi dan saling mendukung membentuk makna yang kohesif. Interaksi antar elemen multimodal inilah yang memungkinkan suatu pesan disampaikan secara utuh, efektif, dan bermakna bagi audiens. Kress dan Van Leeuwen (2006) menekankan bahwa keterpaduan antara elemen visual dan verbal dalam satu komposisi visual menjadi inti dari kekuatan komunikasi multimodal.

Salah satu contoh interaksi antar elemen yang paling representatif dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara adalah data (50).IAE.KMP.B.25.G7. Dalam data ini, terdapat gambar mahasiswa penyandang disabilitas yang ditampilkan di posisi tengah halaman dengan gestur mengangkat tangan sambil tersenyum ke arah kamera. Gambar tersebut merupakan representasional visual yang tidak hanya menampilkan keberagaman secara simbolik, tetapi juga menyampaikan pesan naratif tentang inklusivitas dan semangat. Secara interaktif, ekspresi wajah yang positif serta kontak visual langsung dengan kamera menciptakan efek komunikasi interpersonal antara tokoh dalam gambar dan audiens. Hal ini membangun kesan bahwa institusi tidak sekadar menampilkan keberagaman, tetapi juga menjalin hubungan emosional dengan pembaca.

Interaksi semakin diperkuat melalui elemen komposisional. Teks ajakan verbal "Bersama UNIWARA Semua Bisa Kuliah" diletakkan pada sisi kanan atas halaman dalam latar berwarna oranye terang, sebuah posisi yang menurut Kress dan Van Leeuwen (2006)termasuk dalam area nilai informasi 'ideal'. Penempatan ini bukan kebetulan, melainkan strategi visual yang disengaja untuk memastikan bahwa pesan utama langsung terlihat oleh pembaca. Warna kontras dan posisi dominan tersebut menciptakan salience, sehingga teks tersebut memiliki daya tarik visual tinggi, dan tidak terlewatkan dalam proses pemindaian visual oleh audiens.

Ketiga elemen visual representasional tokoh difabel, ekspresi dan kontak visual, serta tata letak teks dan warna saling terhubung secara fungsional dan semantik. Sinergi ini menjadikan pesan tentang inklusivitas terasa kuat, tidak hanya sebagai slogan, tetapi juga sebagai pengalaman visual yang membekas. Tanpa koordinasi antar elemen tersebut, pesan bisa menjadi lemah, kehilangan konteks, atau bahkan tidak terbaca dengan benar oleh audiens target.

Kohesi visual dan relasi antar elemen yang dibangun dalam contoh ini menunjukkan bahwa desain brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara tidak sekadar berfokus pada penyampaian informasi administratif, melainkan juga membentuk identitas institusi yang humanis dan inklusif. Strategi ini mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip multimodal, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi yang semakin kompetitif dan beragam.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa interaksi antar elemen multimodal menjadi indikator penting dalam keberhasilan komunikasi visual. Dalam konteks brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara, interaksi ini bukan hanya mendukung penyampaian pesan, tetapi juga membangun kredibilitas, kedekatan, dan keterlibatan emosional dengan audiens. Hal ini

memperkuat fungsi multimodalitas sebagai pendekatan strategis dalam promosi institusional yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif.

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan dalam tiga fokus utama, penelitian ini secara jelas dan sistematis menjawab seluruh rumusan masalah yang diajukan. Pertama, pada fokus mengenai bentuk transformasi, ditemukan bahwa brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara mengalami perkembangan signifikan dari segi isi, strategi visual, dan arah komunikasi. Transformasi representasional menunjukkan pergeseran dari penggambaran aktivitas nyata kampus ke arah simbolisasi nilai institusi seperti inklusivitas dan aksesibilitas. Transformasi interaktif menggambarkan evolusi cara institusi membangun kedekatan dan relasi dengan pembaca, dari pendekatan tatapan langsung menjadi strategi interaktif visual yang lebih halus dan terpola. Sementara itu, transformasi komposisional menunjukkan kemajuan dalam tata letak, nilai informasi, dan teknik pengaturan visual yang mendukung keterbacaan dan kejelasan struktur informasi. Ketiga bentuk transformasi ini membuktikan bahwa strategi multimodal dalam brosur tidak bersifat statis, melainkan dinamis dan responsif terhadap perubahan sosial, budaya, dan teknologi.

Kedua, pada fokus bentuk elemen multimodal, penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing metafungsi multimodal (representasional, interaktif, dan komposisional) diterapkan secara sadar dan terstruktur dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara. Elemen representasional meliputi foto, ilustrasi, dan simbol yang digunakan untuk membentuk citra institusional dan identitas kampus. Elemen interaktif terdiri atas gestur, arah pandangan, serta ajakan verbal yang menciptakan kedekatan dengan calon mahasiswa. Sedangkan elemen komposisional tampak melalui tata letak, *framing*, dan pengaturan salience untuk mengarahkan alur baca. Hal ini menunjukkan bahwa institusi secara strategis memanfaatkan berbagai mode semiotik untuk membangun komunikasi yang tidak hanya informatif tetapi juga persuasif dan membujuk.

Ketiga, fokus mengenai interaksi antar elemen mengungkap bahwa hubungan antara elemen visual dan verbal semakin terpadu dari tahun ke tahun. Interaksi representasionalonal tampak melalui penyandingan tokoh institusional dengan kutipan verbal yang memperkuat kredibilitas dan nilai-nilai universitas. Interaksi interaktif terlihat dalam kolaborasi antara tatapan visual dan penunjuk arah (seperti panah atau garis) untuk menuntun perhatian pembaca ke informasi penting. Sementara itu, interaksi komposisional diperlihatkan melalui konsistensi dalam penggunaan warna, batas, dan struktur tata letak untuk menyampaikan hirarki informasi yang jelas dan terarah. Dengan kata lain, setiap elemen tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja secara integratif membentuk kesatuan makna dan pengalaman visual yang utuh bagi audiens.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian multimodal dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Jika sebagian besar studi terdahulu menyoroti elemen visual dan verbal dalam satu periode atau satu brosur, penelitian ini memperluas cakupan dengan menyajikan pendekatan longitudinal. Pendekatan ini mampu mengungkap bagaimana strategi komunikasi multimodal institusi berkembang dan menyesuaikan diri terhadap tuntutan zaman, preferensi audiens, serta perkembangan teknologi desain grafis. Hal ini menjadi penting karena menunjukkan bahwa komunikasi visual tidak hanya bersifat artistik, tetapi juga memiliki fungsi institusional dan ideologis.

Secara praktis, temuan ini dapat dimanfaatkan oleh institusi pendidikan tinggi lain dalam merancang strategi komunikasi visual mereka. Brosur PMB Universita PGRI Wiranegara, sebagai wajah utama promosi institusi, perlu dirancang dengan mempertimbangkan keseimbangan antara isi informatif, pendekatan persuasif, dan struktur visual yang komunikatif. Integrasi elemen multimodal yang efektif akan memperbesar peluang institusi dalam menarik minat calon mahasiswa dan membangun citra positif di mata publik. Penelitian ini juga membuka ruang bagi pengembangan desain berbasis teori multimodal dalam media promosi lainnya seperti video kampus, media sosial, dan laman web institusi.

Dengan demikian, jawaban atas ketiga rumusan masalah telah terpenuhi secara analitis dan teoretis. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pemahaman akademik tentang multimodalitas, tetapi juga menawarkan landasan praktis dan strategis untuk pengembangan media promosi pendidikan yang lebih adaptif, inklusif, dan efektif.

Singkatan dan Akronim

Penulisan singkatan dan akronim dalam artikel ini mengacu pada Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) yang dikeluarkan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. Singkatan nama institusi atau istilah yang telah umum dikenal ditulis dengan huruf kapital tanpa titik, seperti UNIWARA (Universitas PGRI Wiranegara), PMB (Penerimaan Mahasiswa Baru), dan PUEBI (Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia).

Sementara itu, akronim teknis yang bersifat khusus dalam konteks penelitian multimodal, seperti RPS (Representasional), IAE (Interaksi Antar Elemen), INT (Interaktif), dan KMP (Komposisional), dijelaskan kepanjangannya saat pertama kali disebutkan dalam artikel. Akronim tersebut digunakan secara sistematis dalam penandaan data penelitian, sesuai dengan instrumen analisis berbasis teori Kress dan Van Leeuwen (2006).

Penyesuaian ini dilakukan agar pembaca tetap memperoleh kejelasan terminologi tanpa mengulang-ulang bentuk panjang dari istilah yang digunakan secara konsisten sepanjang naskah. Dengan demikian, penulisan singkatan dan akronim dalam artikel ini bersifat komunikatif, sistematis, dan tetap berada dalam koridor kebakuan bahasa ilmiah.

Kutipan dan Acuan

Menurut Kress dan van Leeuwen (2006), komunikasi tidak hanya terjadi melalui bahasa verbal, tetapi melalui berbagai *semiotic resources* seperti gambar, warna, tata letak, dan tipografi. Semua mode tersebut bekerja secara paralel untuk membentuk makna secara terpadu dalam teks multimodal.

Dalam *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Kress dan van Leeuwen (2006) menjelaskan bahwa setiap mode visual memiliki "gramatika" tersendiri yang dapat dianalisis untuk memahami bagaimana suatu makna dikonstruksi secara sosial dan budaya dalam suatu teks visual.

Kress dan van Leeuwen (2006) membagi analisis multimodal ke dalam tiga metafungsi, yaitu representasional, interaksional, dan komposisional. Metafungsi representasional berkaitan dengan apa yang direpresentasikan; interaksional terkait dengan hubungan antara pembuat dan penerima pesan; sedangkan komposisional mencakup bagaimana elemen-elemen visual diatur untuk menciptakan struktur dan hierarki informasi.

D. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi multimodal dalam brosur PMB Universitas PGRI Wiranegara mengalami perubahan signifikan dari tahun ke tahun. Secara umum, terjadi pergeseran dari pendekatan informatif menuju strategi persuasif dan identitatif yang lebih adaptif terhadap tuntutan era digital.

Pertama, transformasi representasional mencerminkan peralihan dari visualisasi aktivitas nyata mahasiswa ke simbolisasi identitas institusional, yang menunjukkan upaya penguatan citra formal universitas. Kedua, aspek interaksional memperlihatkan peningkatan intensitas ajakan visual melalui penggunaan kontak mata langsung, sudut pandang frontal, dan jarak sosial dekat yang menciptakan kedekatan emosional. Ketiga, transformasi komposisional tampak pada struktur layout yang semakin strategis, dengan penekanan salience dan framing untuk memperjelas hierarki informasi.

Selain itu, interaksi antar elemen multimodal—baik visual maupun verbal—teridentifikasi bekerja secara terpadu untuk membentuk pesan yang kohesif, efektif, dan bermakna. Hal ini menunjukkan bahwa brosur tidak hanya berfungsi sebagai media informasi administratif, tetapi

juga sebagai instrumen ideologis yang membangun citra dan relasi dengan audiens secara visual dan emosional.

Penelitian ini memperluas cakupan kajian multimodal dengan pendekatan longitudinal dalam konteks pendidikan tinggi, serta menegaskan bahwa multimodalitas merupakan strategi komunikasi visual yang berlapis dan strategis.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dipaparkan, disarankan agar institusi pendidikan tinggi, khususnya Universitas PGRI Wiranegara, secara konsisten mengembangkan strategi komunikasi visual yang responsif terhadap perkembangan era digital dan dinamika kebutuhan audiens. Brosur PMB sebagai wajah utama institusi perlu dirancang dengan pendekatan multimodal yang tidak hanya menyampaikan informasi administratif, tetapi juga membangun relasi emosional dan citra institusional yang kuat. Pemanfaatan elemen representasional, interaktif, dan komposisional harus dipadukan secara integratif untuk menciptakan pesan yang kohesif dan efektif.

Selain itu, penelitian ini membuka peluang bagi akademisi dan peneliti dalam bidang pendidikan bahasa, komunikasi visual, maupun desain grafis untuk melakukan studi lanjutan dengan objek dan media promosi yang lebih beragam, seperti video promosi kampus, laman web institusi, atau media sosial. Pendekatan multimodal yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat diperluas untuk mengembangkan model analisis baru yang lebih kontekstual terhadap media digital saat ini.

Secara praktis, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi tim desain, humas, maupun pengelola promosi institusi pendidikan dalam merancang materi promosi berbasis prinsip multimodalitas. Integrasi visual dan verbal yang selaras akan meningkatkan efektivitas komunikasi serta memperkuat daya tarik institusi di mata calon mahasiswa. Dengan demikian, pemanfaatan multimodalitas tidak hanya menjadi pilihan estetika, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang strategis, inklusif, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Daftar Rujukan

Al Ghazali, F. (2017). Awareness of Critical Discourse Analysis Underpins Learners' Sociolinguistic Competence and Language Use. *Eurasian Journal of Applied Linguistics*, *3*(2), 349–366. https://doi.org/10.32601/ejal.461043

Eva, N. (2022). FEMININITAS DALAM DESAIN KONTEN INSTAGRAM @DOA.INDONESIA: ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN JUDITH WILLIAMSON. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, *4*(3), 1–20. https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i3.133

Haque-Fawzi, D. M. G. (t.t.). *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*.

Hartini, W., & Putri, Y. R. (2022). *Marketing Communication Analysis Blishful Indonesia Through Typical Person Endorsers On Tiktok Social Media*.

Kress, G., & Leeuwen, T. van. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2e éd). Routledge.

Meriantini, N. L. (2023). Multimodal Analysis of Mie Sedaap Advertising. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris Undiksha*, *11*(1), 91–96. https://doi.org/10.23887/jpbi.v11i1.63840

Messaris, P. (1994). *Visual "literacy": Image, mind, and reality*. Westview Press.

Mullen, J. (t.t.). *Review of Philip Tagg "'Music's Meanings'", New York, Mass Media Music Scholar's Press*.

Pennock-Speck, B., & Saz-Rubio, M. M. del (Ed.). (2013). *The multimodal analysis of television commercials* (Edición digital). Publicacions de la Universitat de Valéncia.

Tinarbuko, S. (2017). Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat. *Panggung*, *26*(2). https://doi.org/10.26742/panggung.v26i2.175

Utomo, S. (2023). Digital Media of Aliansi Laki-Laki Baru in Design Studies: Building a New Image of Men (?). *VCD*, *8*(2). https://doi.org/10.37715/vcd.v8i2.4209

W, S. W., Yunandhityo, R. A., & Ghifari, F. (2023). Model Produksi Konten TikTok untuk Promosi Produk @silverfank. *Jurnal Audiens*, *4*(3), 371–382. https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.56

Wong, M. (2019). *Multimodal Communication: A social semiotic approach to text and image in print and digital media*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-15428-8