

Analisis Multimodalitas pada Brosur Wisata di Bangkalan, Madura

Elsa Nabillah ¹⁾

Universitas Trunojoyo Madura

Jalan Raya Telang, Kamal, Bangkalan, Madura, Jawa Timur, Indonesia

Tri Pujiati ²⁾

Universitas Trunojoyo Madura

Jalan Raya Telang, Kamal, Bangkalan, Madura, Jawa Timur, Indonesia

Meria Zakiyah Alfisuma ³⁾

Universitas Trunojoyo Madura

Jalan Raya Telang, Kamal, Bangkalan, Madura, Jawa Timur, Indonesia

210511100074@student.trunojoyo.ac.id¹⁾, tri.pujiati@trunojoyo.ac.id²⁾,
meria.alfisuma@trunojoyo.ac.id³⁾

Abstract

This research aims to analyze multimodal elements in tourist brochures in Bangkalan, Madura, focusing on three main destinations: Martajasah Beach, Labuhan Marine Tourism Park, and Bangkalan Town Square. Tourist brochures as visual information documents have an important role in conveying information about tourist destinations to readers. This research uses a descriptive qualitative approach with multimodality analysis to evaluate how visual and textual elements work synergistically in tourist brochures. Through the analysis of tourist brochures from the three destinations, this research identifies and understands how multimodal elements, such as images, text, and graphic design, are used to convey information about each destination. The analysis showed that a combination of images, descriptive text and graphic design played an important role in conveying comprehensive and clear information about the characteristics and features of each destination. An informative brochure is able to provide a detailed and authentic description of the destination, as well as assist the reader in understanding and evaluating the various aspects of the place on offer. This research is expected to contribute to the development of multimodality theory and provide practical solutions in presenting clearer and more informative information.

Keywords: Madura, Multimodality Analysis, Tourist Brochure.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elemen-elemen multimodal dalam brosur wisata di Bangkalan, Madura, dengan fokus pada tiga destinasi utama: *Pantai Martajasah, Taman Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan*. Brosur wisata sebagai dokumen informasi visual memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi mengenai destinasi wisata kepada pembaca. Penelitian ini menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif* dengan *analisis multimodalitas* untuk mengevaluasi bagaimana elemen visual dan tekstual bekerja secara sinergis dalam brosur wisata. Melalui analisis terhadap brosur wisata dari ketiga destinasi tersebut, penelitian ini mengidentifikasi dan memahami cara elemen *multimodal*, seperti gambar, teks, dan desain grafis, digunakan untuk menyampaikan informasi tentang masing-masing destinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa kombinasi gambar, teks deskriptif, dan desain grafis berperan penting dalam menyampaikan informasi yang komprehensif dan jelas mengenai karakteristik dan

fitur dari setiap destinasi. *Brosur* yang informatif mampu memberikan gambaran yang mendetail dan autentik tentang destinasi tersebut, serta membantu pembaca dalam memahami dan mengevaluasi berbagai aspek dari tempat yang ditawarkan. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan teori *multimodalitas* dan memberikan solusi praktis dalam penyajian informasi yang lebih jelas dan informatif.

Kata Kunci: Analisis Multimodal, Brosur Wista, Madura.

PENDAHULUAN

Wisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya suatu daerah. Dalam konteks global, pariwisata telah menjadi industri yang menjanjikan, tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan daerah, tetapi juga untuk memperkenalkan dan melestarikan warisan budaya. Di Bangkalan, Madura, keindahan alam dan kekayaan budaya lokal menjadikannya sebagai destinasi wisata yang menarik dan strategis. Destinasi-destinasi seperti Pantai Martajasah dan Wisata Laut Labuhan menawarkan pesona alam yang menakjubkan, sementara Alun-Alun Kota Bangkalan merupakan pusat interaksi sosial dan budaya masyarakat. Seperti yang dinyatakan oleh (Cohen, 2016), “Wisata tidak hanya tentang pengalaman pribadi, tetapi juga tentang interaksi antara pengunjung dan budaya lokal.” Dengan demikian, pengunjung tidak hanya mencari pengalaman rekreasi, tetapi juga keterhubungan yang lebih dalam dengan budaya setempat. Dalam konteks ini, brosur wisata menjadi salah satu media promosi yang penting. Brosur berfungsi tidak hanya sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang menggabungkan berbagai elemen multimodal, seperti teks, gambar, warna, dan desain grafis (Furnama & Rosa, 2020). Ini menjadi kunci dalam menarik perhatian dan menciptakan daya tarik bagi wisatawan potensial.

Analisis multimodalitas menjadi penting dalam memahami bagaimana elemen-elemen ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap daya tarik brosur wisata. Melalui pendekatan ini, kita dapat mengeksplorasi bagaimana berbagai mode komunikasi, baik visual maupun tekstual, dapat saling melengkapi untuk menyampaikan pesan yang efektif. Menurut (Kress & Leeuwen, 2006), “Analisis multimodalitas memungkinkan kita untuk memahami makna yang dihasilkan dari interaksi antara berbagai mode komunikasi.” Dalam konteks brosur wisata di Bangkalan, khususnya yang mempromosikan objek-objek wisata seperti Pantai Martajasah, Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan. Analisis ini dapat membantu kita memahami bagaimana elemen-elemen visual dan naratif disusun untuk menarik perhatian wisatawan. Hal ini juga mencakup pemahaman tentang bagaimana aspek-aspek budaya lokal ditransmisikan melalui desain dan konten brosur, yang bisa menciptakan ikatan emosional dengan pengunjung.

Brosur tidak hanya menyampaikan informasi mengenai destinasi, tetapi juga membangun citra tempat melalui representasi visual dan naratif. Citra yang dibangun oleh brosur dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. (Govers & Go, 2009) menekankan bahwa “Citra suatu tempat dapat

dipengaruhi secara signifikan oleh cara informasi disajikan kepada publik.” Dalam konteks promosi wisata, penggunaan gambar yang menarik, warna yang mencolok, dan teks yang informatif adalah beberapa strategi yang digunakan untuk menciptakan daya tarik yang kuat. Selain itu, representasi budaya lokal dan keunikan yang ditawarkan oleh masing-masing objek wisata juga menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa multimodalitas dalam promosi dapat meningkatkan pemahaman dan minat pengunjung terhadap suatu tempat (Kasni & Budiarta, 2021; Meilani & Sriyono, 2022). Oleh karena itu, dengan memahami elemen-elemen ini secara mendalam, kita dapat menggali bagaimana brosur mampu menampilkan nilai-nilai yang ada dan menarik minat wisatawan.

Lebih jauh, brosur dapat berfungsi sebagai jembatan antara informasi dan pengalaman yang akan diperoleh wisatawan. Dengan menyajikan informasi yang komprehensif dan menarik, brosur mampu mempersiapkan pengunjung untuk pengalaman yang lebih memuaskan. Sejalan dengan penelitian oleh (Gupta et al. 2021) mengenai pengaruh komunikasi visual, hal ini menunjukkan bahwa presentasi informasi yang baik tidak hanya menarik perhatian tetapi juga membangun ekspektasi yang positif terhadap pengalaman wisata yang akan datang. Dengan kata lain, brosur yang dirancang dengan baik dapat menciptakan keinginan yang kuat untuk mengunjungi suatu tempat.

Penelitian terkait multimodal pada brosur wisata yang menggunakan tiga bahasa memang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, meskipun fokus spesifiknya dapat bervariasi. Misalnya, penelitian oleh (Furnama & Rosa, 2020) dan (Kasni & Budiarta, 2021) mengkaji penggunaan elemen multimodal dalam brosur wisata, tetapi tidak selalu mengkhususkan pada penggunaan lebih dari satu bahasa. Di sisi lain, penelitian oleh (Meilani & Sriyono, 2022) juga membahas aspek multibahasa dalam konteks promosi wisata, meskipun tidak secara eksklusif pada brosur. Oleh karena itu, meskipun ada penelitian yang menyentuh aspek multibahasa dalam promosi wisata, fokus pada analisis multimodal dari brosur wisata yang menggunakan tiga bahasa secara bersamaan masih dapat dianggap sebagai area penelitian yang perlu lebih banyak dieksplorasi. Dengan demikian, penelitian ini berupaya untuk melengkapi penelitian terdahulu dengan menambahkan fokus pada konteks lokal Bangkalan, Madura, serta mengidentifikasi interaksi spesifik antara elemen-elemen visual dan naratif dalam brosur yang berkontribusi terhadap daya tarik destinasi wisata. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan bagaimana elemen-elemen visual dan tekstual dalam brosur dapat memengaruhi persepsi dan sikap pengunjung. Dengan menganalisis elemen-elemen ini, kita dapat mengevaluasi bagaimana brosur dapat meningkatkan daya tarik wisata yang diinginkan. Rumusan masalah ini mengidentifikasi dan memahami elemen-elemen multimodal seperti gambar, teks, dan desain grafis yang digunakan dalam brosur wisata untuk mempromosikan Pantai Martajasah, Taman Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis multimodalitas berdasarkan kerangka (Kress & Leeuwen, 2006). Dalam konteks ini, analisis multimodalitas digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana berbagai elemen komunikasi, termasuk teks, gambar, warna, dan desain grafis, bekerja sama dalam brosur wisata untuk membangun makna dan daya tarik. (Kress & Leeuwen, 2006) menyatakan, "Semua representasi melibatkan pemilihan dan penempatan elemen, yang menghasilkan makna tertentu melalui interaksi antara berbagai mode". Sumber data dalam penelitian ini mencakup brosur wisata yang dipublikasikan untuk Pantai Martajasah, Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan.

Data dikumpulkan melalui analisis dokumen, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi elemen-elemen multimodal dalam brosur tersebut. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami elemen-elemen multimodal seperti gambar, teks, dan desain grafis yang digunakan dalam brosur wisata untuk mempromosikan Pantai Martajasah, Taman Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengeksplorasi dan mendeskripsikan bagaimana berbagai modalitas berfungsi secara sinergis dalam brosur, serta memahami dampaknya terhadap audiens. Pendekatan ini melibatkan analisis teks, gambar, tata letak, dan elemen desain untuk mengungkap bagaimana makna dibangun dan disampaikan melalui berbagai elemen multimodal.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori dari (Kress & Leeuwen, 2006) yang terdiri dari tiga cara: (1) *Representational Meaning* (makna representasi), (2) *Interpersonal Meaning* (makna interpersonal), dan (3) *Compositional Meaning* (makna komposisional). *Representational meaning* (Aspek ini menjelaskan bagaimana tanda dan gambar menyampaikan makna yang mencerminkan identitas budaya dan pengalaman sosial (Kress & van Leeuwen, 2006). Dalam poster wisata, penggunaan gambar alam dan simbol lokal memperkuat representasi tempat dan budaya yang ditawarkan.

Interpersonal meaning fokus pada hubungan antara pembuat teks dan audiens (Gee, 2014). Dalam konteks promosi, bahasa akrab dan elemen visual yang ceria menciptakan kedekatan emosional, mendorong audiens untuk merasa diundang dan tertarik untuk berkunjung. Terakhir, *compositional meaning* berkaitan dengan pengaturan elemen dalam suatu teks (Kress, 2010). Susunan yang efektif, seperti penempatan judul yang jelas dan penggunaan warna kontras, membantu audiens memahami informasi dan menarik perhatian mereka pada pesan utama. Pendekatan ini secara keseluruhan memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana makna dalam brosur wisata disampaikan dan diterima oleh audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kress dan van Leeuwen mengidentifikasi tiga jenis makna utama yang dapat dieksplorasi dalam analisis teks multimodal: *representational meaning*, *interpersonal meaning*, dan *compositional meaning*. Penelitian ini berupaya untuk melihat analisis multimodal pada brosur wisata di Bangkalan. Dalam penelitian kali ini, peneliti menganalisis 3 brosur wisata, yakni brosur Pantai Martajasah, Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan. Berikut pembahasan dari masing-masing hasil analisis brosur:

Analisis Multimodal pada Brosur Wisata Pantai Martajasah

Brosur Wisata Pantai Martajasah merupakan alat promosi yang sangat penting untuk menarik pengunjung dengan menyajikan informasi secara menarik dan informatif. Melalui analisis multimodal, penulis melihat bagaimana elemen-elemen seperti gambar, teks, dan desain grafis bekerja sama untuk menyampaikan pesan yang kuat. Gambar brosur yang menampilkan keasrian pantai tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menciptakan rasa kerinduan untuk berkunjung, sementara teks yang menyertainya memberikan informasi tentang aktivitas dan fasilitas yang tersedia. Desain grafis, dengan tata letak yang menarik dan penggunaan warna yang tepat, membantu audiens mengidentifikasi informasi penting dengan cepat. Dengan demikian, brosur ini tidak hanya menonjolkan keindahan Pantai Martajasah, tetapi juga menciptakan pengalaman yang menyeluruh bagi pengunjung, mendorong mereka untuk merencanakan kunjungan ke destinasi yang indah ini.

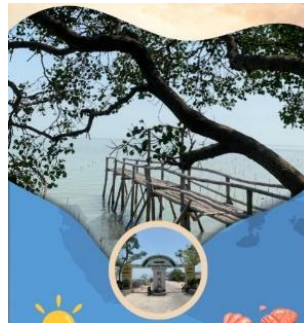


Gambar 1. Brosur Pantai Martajasah

Representational Meaning

Gambar-gambar yang ditampilkan dalam brosur, seperti keindahan pantai, hutan *mangrove*, dan pintu masuk, mewakili keindahan alam dan potensi rekreasi yang ditawarkan. Seperti yang terlihat pada gambar berikut:





Gambar 2. *Representational Meaning* pada Brosur Pantai Martajasah

Ini sejalan dengan pemikiran (Furnama dan Rosa, 2020), yang menekankan bahwa gambar dapat memberikan representasi visual yang kuat terhadap pengalaman wisata.

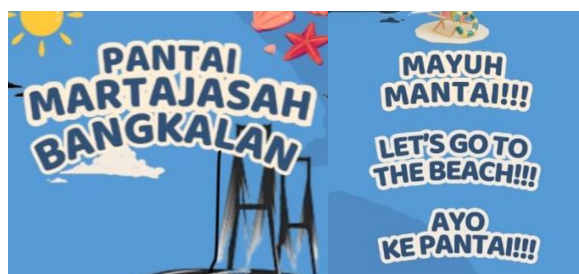


Gambar 3. *Representasi Visual* pada Brosur Pantai Martajasah

Kata-kata yang digunakan, seperti "sunset", "spot foto", dan "hutan mangrove" pada gambar di atas, memperkuat makna visual tersebut dan menciptakan gambaran yang jelas mengenai pengalaman yang dapat dinikmati pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa teks dan gambar bekerja secara sinergis untuk membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang objek wisata.

Interpersonal Meaning

Aspek *interpersonal* dalam brosur sangat menonjol melalui penggunaan tata letak yang ceria dan bahasa yang inklusif. *Font* yang digunakan, bersama dengan warna-warna cerah, menciptakan suasana yang menyenangkan dan mengundang.



Gambar 4. *Interpersonal Meaning* pada Brosur Pantai Martajasah

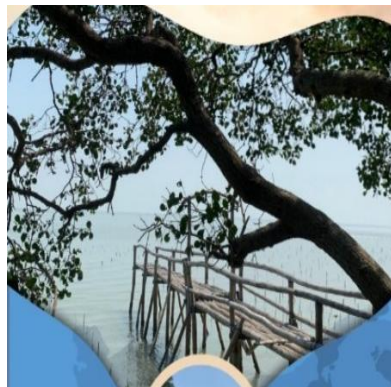
Penggunaan tiga bahasa yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Madura, menunjukkan upaya untuk menjangkau berbagai audiens, baik lokal maupun internasional. Ini menggarisbawahi pandangan (Kasni dan Budiarta, 2021) tentang pentingnya komunikasi lintas budaya dalam promosi pariwisata. Kalimat ajakan yang menggunakan frasa seperti "Let's go to the beach!!!", "Ayo ke

pantai!!!", dan "Mayuh mantai!!!" secara langsung mengundang pembaca untuk berkunjung, menciptakan rasa keterhubungan dan keterlibatan.

Selain itu, keberadaan kode *QR* dalam brosur merupakan elemen yang sangat relevan dalam konteks *interpersonal*. Kode *QR* ini memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk menemukan lokasi pantai dengan cepat dan efisien. Dengan memindai kode *QR*, pengunjung dapat langsung mengakses peta atau informasi lebih lanjut tentang Pantai Martajasah.

Hal ini sejalan dengan prinsip multimodalitas yang diungkapkan oleh Kress dan van Leeuwen, di mana elemen-elemen dalam komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi tetapi juga untuk membangun interaksi yang lebih mendalam dengan audiens.

Compositional Meaning



Gambar 5. *Compositional Meaning* pada Brosur Pantai Martajasah

Dari sudut pandang komposisional, hierarki visual yang jelas terlihat di brosur ini. Gambar pantai yang besar dan terletak di tengah menciptakan titik fokus utama, menegaskan bahwa pantai adalah daya tarik yang paling penting. Kontras antara warna biru laut dan pasir putih tidak hanya menyegarkan tetapi juga menarik perhatian, sesuai dengan prinsip yang dijelaskan oleh (Xu, et.al, 2023) bahwa penggunaan kontras yang efektif dapat menciptakan titik fokus dalam desain. Progresi tata letak teks dari atas ke bawah memberikan kesan teratur dan mudah diikuti, yang memudahkan pembaca dalam menyerap informasi.

Analisis Multimodal pada Brosur Taman Wisata Laut Labuhan

Dalam analisis multimodal brosur Taman Wisata Laut Labuhan, penulis mengeksplorasi bagaimana elemen-elemen visual dan tekstual bekerja sama untuk menciptakan daya tarik yang efektif bagi pengunjung. Brosur ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media yang menyampaikan pengalaman dan keindahan alam secara menyeluruh. Dengan memadukan gambar menawan, teks informatif, dan desain yang menarik, brosur ini berusaha menggugah minat audiens dan menciptakan kesan positif terhadap destinasi wisata yang ditawarkan. Melalui pendekatan ini, kita dapat memahami bagaimana makna dibangun dan disampaikan, serta dampaknya terhadap persepsi pengunjung.



Gambar 6. Brosur Taman Wisata Laut Labuhan

Representational Meaning

Gambar-gambar yang menghiasi brosur, seperti pantai yang memesona, hutan mangrove yang rimbun, dan beragam aktivitas rekreasi, dengan jelas merepresentasikan keindahan alam Taman Wisata Laut Labuhan. Elemen visual ini menggambarkan tempat yang sempurna untuk bersantai dan menikmati keindahan alam terbuka, menarik perhatian pengunjung untuk datang.

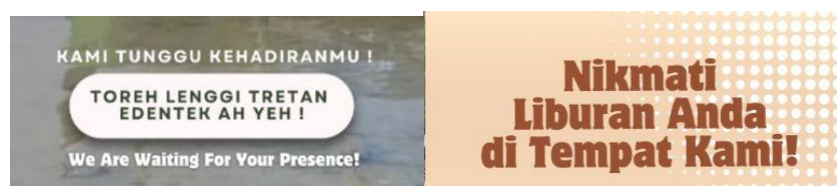


Gambar 7. *Representational Meaning* pada Brosur Taman Wisata Laut Labuhan

Teks yang digunakan, seperti "hutan mangrove," "spot foto," dan "camping", semakin memperkuat representasi visual dengan memberikan gambaran tentang pesona alam serta beragam aktivitas menarik yang dapat dilakukan, menciptakan imaji yang komprehensif tentang daya tarik tempat ini. Seperti yang diungkapkan oleh (Kress dan van Leeuwen, 2006), "makna representasional dalam teks multimodal sangat dipengaruhi oleh bagaimana gambar dan teks saling melengkapi."

Interpersonal Meaning

Tata letak brosur memanfaatkan font yang ceria dan palet warna yang cerah, menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan mengundang.



Gambar 8. *Interpersonal Meaning* pada Brosur Taman Wisata Laut Labuhan

Kalimat-kalimat imperatif seperti "Nikmati Liburan Anda di Tempat Kami!" dan "Kami Tunggu Kehadiranmu!" (dengan menggunakan 3 bahasa) secara langsung mengajak pembaca untuk menjelajahi lokasi ini, membangun hubungan yang lebih personal dengan audiens. Kehadiran kode QR menandakan bahwa produsen brosur ingin memudahkan pengunjung dalam mengakses informasi lebih lanjut.

Sementara gaya bahasa yang santai dan akrab, seperti "Toreh Tretan!", memberikan kesan ramah dan mudah didekati, sehingga menciptakan kedekatan antara produsen dan calon pengunjung. Menurut (Furnama dan Rosa, 2020), "interaksi antara elemen visual dan teks dapat menciptakan hubungan yang lebih intim antara produsen dan konsumen."

Compositional Meaning

Dalam aspek komposisi, brosur ini menampilkan hierarki yang jelas, dengan gambar pantai yang megah ditempatkan di bagian background 2 sisi poster sebagai fokus utama, menegaskan bahwa pantai adalah daya tarik unggulan dari Taman Wisata Laut Labuhan. Kontras yang dihadirkan antara warna krem yang lembut dan pemandangan wisata yang segar tidak hanya menciptakan kesan menyegarkan tetapi juga memikat perhatian pembaca. Progresi tata letak teks yang mengalir dari atas ke bawah memberikan kesan teratur dan mudah diikuti, sementara pembagian ruang menjadi tiga bagian (kiri, tengah, kanan) menyajikan informasi dengan cara yang terstruktur dan sistematis, sehingga memudahkan pembaca dalam menyerap segala informasi yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Govers & Go, 2009) bahwa "struktur visual yang baik dapat meningkatkan daya tarik informasi yang disajikan."

Analisis Multimodal pada Brosur Alun-Alun Bangkalan

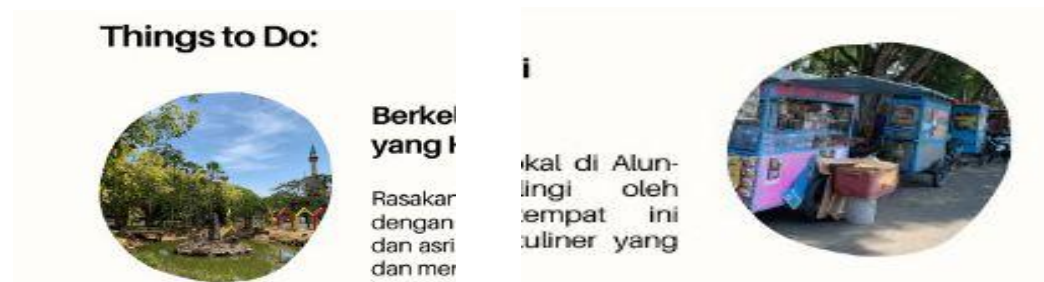
Dalam analisis multimodal brosur Alun-Alun Kota Bangkalan, peneliti mengeksplorasi bagaimana berbagai elemen, seperti gambar, teks, dan desain, saling berinteraksi untuk menarik perhatian pengunjung. Brosur ini tidak hanya menampilkan alun-alun sebagai pusat kehidupan masyarakat, tetapi juga menciptakan nuansa sosial dan budaya yang kental. Melalui pilihan bahasa yang akrab dan visual yang menggugah, brosur ini berupaya mengundang audiens untuk merasakan kehangatan dan keunikan lokasi. Analisis ini akan mengungkap bagaimana elemen-elemen tersebut berkombinasi dengan baik.



Gambar 9. Brosur Alun-Alun Bangkalan

Representational Meaning

Poster wisata Alun-Alun Bangkalan secara visual merepresentasikan tempat ini sebagai lokasi yang asri, hijau, dan penuh aktivitas. Gambar taman yang indah, dengan pepohonan rindang dan bunga berwarna-warni, menciptakan suasana yang segar dan ramah.



Gambar 10. *Representational Meaning* pada Brosur Alun-Alun Bangkalan

Selain itu, keberadaan pedagang kaki lima yang menawarkan kuliner lokal menambah daya tarik, mengundang pengunjung untuk merasakan cita rasa khas daerah tersebut. Aktivitas panjat tebing yang ditampilkan juga menggambarkan dinamika dan keberagaman pengalaman yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Semua elemen ini memberikan gambaran jelas tentang pengalaman yang bisa didapatkan pengunjung.

Penggunaan bahasa Madura, seperti "Toreh ka Alun-Alun Bangkalan Tretan!" (Mari ke Alun-Alun Bangkalan Kawan), tidak hanya menonjolkan keaslian budaya lokal, tetapi juga mengundang kedekatan emosional dengan calon pengunjung. Sejalan dengan penelitian oleh Furnama dan Rosa (2020), yang menekankan pentingnya representasi budaya dalam promosi wisata melalui multimodalitas, poster ini berhasil menunjukkan identitas dan keunikan Bangkalan dengan cara yang menarik dan relevan.

Interpersonal Meaning

Dari sudut pandang interpersonal, poster ini mengajak pembaca dengan semangat yang penuh antusiasme. Penggunaan kata "Tretan!" dan "Ayo Kunjungi!" secara langsung mengundang pembaca untuk berpartisipasi dalam pengalaman yang ditawarkan Alun-Alun Bangkalan. Pesan yang disampaikan terasa akrab dan bersahabat, menciptakan kesan bahwa tempat ini adalah milik bersama, yang dapat dinikmati oleh siapa saja. Penawaran berbagai aktivitas menarik, seperti berkeliling taman, menikmati kuliner, atau mencoba panjat tebing, memperkuat ajakan tersebut. Bahasa yang santai dan gambar-gambar ceria menciptakan kesan informal, membangun hubungan hangat antara poster dan pembaca. Melalui pendekatan ini, poster tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menciptakan koneksi emosional yang mendorong tindakan untuk mengunjungi tempat tersebut. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Kasni & Budiarta, 2021), yang menyoroti bagaimana

bahasa dan visual dalam promosi pariwisata dapat membangun hubungan emosional yang kuat, terutama di tengah tantangan seperti pandemi.

Compositional Meaning

Dari segi komposisi, poster ini menyusun elemen-elemen visual seperti gambar, teks, dan logo secara harmonis untuk menarik perhatian pembaca. Penggunaan warna-warna cerah dan kontras yang mencolok tidak hanya membuat poster terlihat menonjol, tetapi juga menciptakan suasana yang menyenangkan dan energik.



Gambar 11. *Compositional Meaning* pada Brosur Alun-Alun Bangkalan

Judul "Alun-Alun Bangkalan" ditempatkan di posisi yang strategis bersamaan dengan gambar di atasnya menunjukkan bahwa ini adalah fokus utama poster, yang mengundang rasa ingin tahu lebih lanjut. Keterhubungan antara gambar-gambar dan teks saling melengkapi, memberikan informasi yang jelas dan menarik tentang Alun-Alun. Komposisi yang efektif ini berkontribusi pada daya tarik keseluruhan dari poster, menjadikannya alat promosi yang kuat. Menurut (Giannakos & Cukurova, 2023), penggunaan elemen visual dan teks yang harmonis adalah kunci dalam menciptakan materi promosi yang efektif. Dalam hal ini, poster Alun-Alun Bangkalan berhasil menggabungkan elemen-elemen tersebut untuk menarik perhatian dan mengajak pembaca untuk menjelajahi keindahan dan aktivitas yang ditawarkan.

Pembahasan

Berdasarkan analisis multimodal yang dilakukan terhadap brosur wisata Pantai Martajasah, Taman Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan, dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen multimodal dalam brosur ini secara efektif berkontribusi terhadap daya tarik wisatawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi antara gambar, teks, dan desain grafis berfungsi tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman emosional yang dapat memotivasi audiens untuk mengunjungi destinasi tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa elemen visual dan naratif saling melengkapi dalam menciptakan citra yang menarik bagi wisatawan (Furnama & Rosa, 2020; Kasni & Budiarta, 2021).

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa representasi budaya lokal, melalui penggunaan bahasa Madura dalam brosur, memperkuat ikatan emosional dengan calon pengunjung. Hal ini menegaskan pentingnya konteks lokal dalam promosi pariwisata, yang juga telah diangkat dalam penelitian oleh (Meilani & Sriyono, 2022). Brosur-brosur ini berhasil menampilkan identitas budaya Bangkalan dengan cara yang mengundang, menciptakan rasa keterhubungan yang lebih dalam antara pengunjung dan tempat yang mereka kunjungi. Dengan demikian, penggunaan bahasa yang inklusif dan elemen visual yang menarik berperan penting dalam menjembatani interaksi antara pengunjung dan budaya lokal.

Lebih lanjut, pendekatan analisis komposisional yang diambil menunjukkan bahwa susunan elemen dalam brosur sangat memengaruhi cara informasi diterima oleh audiens. Tata letak yang jelas dan penggunaan warna kontras dalam brosur, seperti yang terlihat pada brosur Taman Wisata Laut Labuhan, menciptakan daya tarik visual yang kuat dan membantu audiens dalam memahami informasi secara cepat. Penemuan ini konsisten dengan pandangan (Govers & Go, 2009) yang menyatakan bahwa struktur visual yang baik dapat meningkatkan daya tarik informasi yang disajikan. Dengan demikian, aspek komposisional dalam brosur ini tidak hanya mendukung tetapi juga memperkuat pesan promosi yang ingin disampaikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesamaan dengan penelitian sebelumnya mengenai penggunaan multimodal dalam promosi wisata, fokus khusus pada brosur yang menggabungkan elemen-elemen lokal, penggunaan multibahasa, dan desain yang menarik memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami daya tarik destinasi wisata. Penelitian ini menyoroti pentingnya elemen-elemen visual dan tekstual dalam menciptakan citra yang memikat, serta bagaimana interaksi antara berbagai modalitas dapat memperkuat pengalaman wisata. Dengan demikian, temuan ini tidak hanya menambah wawasan dalam literatur yang ada, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pengembang dan pemasar pariwisata di Bangkalan, Madura. Memahami dan mengintegrasikan aspek-aspek ini dalam strategi promosi dapat membantu menciptakan materi yang lebih menarik dan efektif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan mendukung pelestarian budaya serta pengembangan ekonomi lokal.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen multimodal dalam brosur wisata Pantai Martajasah, Taman Wisata Laut Labuhan, dan Alun-Alun Kota Bangkalan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kombinasi antara gambar, teks, dan desain grafis tidak hanya menyampaikan informasi yang jelas dan komprehensif, tetapi juga menciptakan daya tarik emosional yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Dengan menggunakan pendekatan multimodal, brosur-brosur ini berhasil mempresentasikan identitas budaya dan keindahan alam yang khas dari masing-masing lokasi.



Selanjutnya, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya penggunaan bahasa yang inklusif dan desain yang menarik untuk menjangkau berbagai audiens, baik lokal maupun internasional. Kehadiran elemen-elemen seperti kode QR dalam brosur menandakan kemajuan dalam akses informasi, yang dapat meningkatkan pengalaman pengunjung. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana elemen visual dan tekstual saling melengkapi untuk membangun makna yang lebih mendalam, sesuai dengan teori multimodalitas yang dikemukakan oleh Kress dan van Leeuwen. Di dalam ketiga brosur tersebut juga terdapat elemen khas Madura, seperti gambar animasi Jembatan Suramadu pada brosur Pantai Martajasah, gambar animasi Sakera Marlina pada brosur Taman Wisata Laut Labuhan, dan gambar animasi orang yang mengenakan baju Sakera pada brosur Alun-Alun Kota Bangkalan. Elemen-elemen ini menambahkan kesan otentik dan memperkuat identitas budaya lokal, yang membuat brosur semakin menarik dan relevan bagi wisatawan. Selain itu, brosur ini juga menggunakan tiga bahasa (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Madura), sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan pengunjung dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh semua orang, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri.

Prospek pengembangan dari hasil penelitian ini mencakup eksplorasi lebih lanjut mengenai penggunaan multimodalitas dalam media promosi wisata lainnya, termasuk platform digital. Aplikasi lebih jauh dari hasil penelitian ini dapat mencakup pengembangan strategi promosi yang lebih efektif dan inovatif, dengan memanfaatkan teknologi terbaru dalam penyajian informasi wisata. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai persepsi dan respons audiens terhadap berbagai elemen multimodal dalam brosur wisata, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pengembangan industri pariwisata, khususnya di kawasan lokal seperti Bangkalan, Madura.

REFERENSI

- Akkus, C., Chu, L., Djakovic, V., Jauch-Walser, S., Koch, P., Loss, G., ... & Aßenmacher, M. (2023). Multimodal deep learning. *arXiv preprint arXiv:2301.04856*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2301.04856>
- Bouchey, B., Castek, J., & Thygeson, J. (2021). Multimodal learning. *Innovative Learning Environments in STEM Higher Education: Opportunities, Challenges, and Looking Forward*, 35-54. *Innovative Learning Environments in STEM Higher Education*. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-030-58948-6_3
- Budijanto, J. B., & Setyaningsih, Y. (2022). Dimensi-dimensi autentik multimodalitas sosial-semiotik pembelajaran afiksasi dalam morfologi kontekstual. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 8(2), 238-254. <https://doi.org/10.22219/kembara.v8i2.21743>

- Budijanto, J. B., Setyaningsih, Y., & Rahardi, R. K. (2022). Urgensi pengembangan bahan ajar morfologi kontekstual berbasis multimodalitas. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 18(1), 47-55. <https://doi.org/10.25134/fon.v18i1.4837>
- Cao, R., Ling, Y., Meng, J., Jiang, A., Luo, R., He, Q., ... & Zhang, G. (2023). SMDB: a spatial multimodal data browser. *Nucleic Acids Research*, 51(W1), W553-W559. <https://doi.org/10.1093/nar/gkad413>
- Cukurova, M., Giannakos, M., & Martinez-Maldonado, R. (2020). The promise and challenges of multimodal learning analytics. *British Journal of Educational Technology*, 51(5), 1441-1449. https://discovery.ucl.ac.uk/id/eprint/10106543/1/Accepted_MMLA%20paper.pdf
- Furnama, S., & Rosa, R. N. (2020). A multimodal analysis of tourism brochures for advertising tourist attraction in Mandeh island, West Sumatra. *English Language and Literature*, 9(4), 446-457. <https://doi.org/10.24036/ell.v9i4.110075>
- Giannakos, M., & Cukurova, M. (2023). The role of learning theory in multimodal learning analytics. *British Journal of Educational Technology*, 54(5), 1246-1267. <https://doi.org/10.1111/bjet.13320>
- Gupta, V., Jain, N., Katariya, P., Kumar, A., Mohan, S., Ahmadian, A., & Ferrara, M. (2021). An emotion care model using multimodal textual analysis on COVID-19. *Chaos, Solitons & Fractals*, 144, 110708. <https://doi.org/10.1016/j.chaos.2021.110708>
- Hao, Y., Hao, S., Andersen-Nissen, E., Mauck, W. M., Zheng, S., Butler, A., ... & Satija, R. (2021). Integrated analysis of multimodal single-cell data. *Cell*, 184(13), 3573-3587. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2021.04.048>
- Iswatiningsih, D., & Pangesti, F. (2021). Ekspresi remaja milenial melalui penggunaan bahasa gaul di media sosial. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 7(2), 476-489. <https://doi.org/10.22219/kembara.v7i2.18301>
- Kasni, N. W., & Budiarta, I. W. (2021). The multimodal forms of tourism promotional discourse in the age COVID-19. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 7(6), 422-440. <https://doi.org/10.21744/ijllc.v7n6.1945>
- Luca, I. S. (2020). A multimodal discourse analysis in media. *Romanian Journal of English Studies*, 17(1), 74-80. <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.1515/rjes-2020-0009>
- Lubis, I. R., Tambunan, A. R. S., & Husein, R. (2024). Multimodality of School Brochure. *JELL (Journal of English Language and Literature)*, 9(01), 149-158. <https://doi.org/10.37110/jell.v9i01.199>

- Meilani, G. T., & Sriyono, S. (2022). Persepsi Pembaca Pada Brosur Pariwisata Di Kabupaten Bangkalan. *Journal of Social, Culture, and Language*, 1(1), 36-41. <https://doi.org/10.21107/jscl.v1i1.25720>
- Pujiati, T., & Alfisuma, M. Z. (2024). Makna Tanda pada Poster Digital sebagai Media Promosi Wisata: Pendekatan Semiotika Saussure. *Indonesian Language Education and Literature*, 9(2), 315-327. <http://dx.doi.org/10.24235/ileal.v9i2.15297>
- Pujiati, T., Alfisuma, M. Z., & Arjulayana, A. (2024). Sociopragmatic Study On Instagram Captions As A Media For Tourism Promotion In Bangkalan. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 17(2). <https://doi.org/10.21107/pamator.v17i2.24808>
- Qiang, W., Ren, K., Wu, Y., Zou, D., & Jin, H. (2024). DeepFPD: Browser Fingerprinting Detection via Deep Learning With Multimodal Learning and Attention. *IEEE Transactions on Reliability*. <https://doi.org/10.1109/TR.2024.3355233>
- Saputri, N. L. (2021). A Multimodal Analysis of English Courses' Printed Advertisement at South Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(7), 71-77. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5653278>
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). Pentingnya website sebagai media informasi destinasi wisata di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1-17.
- Utomo, S. R. H., & Maharani, S. A. (2021). Analisis Multimodalitas Hegemonik Maskulinitas dalam Komik Digital tentang Larangan Mudik pada Feed Instagram Akun @Jokowi. *Prosiding SNADES 2021 - Kebangkitan Desain & New Media: Membangun Indonesia di Era Pandemi*, 78-91
- Wijayanti, L. T., Setiawan, K., Puspitasari, I., Ariastuti, G., & Purwandari, E. D. P. S. (2023). Analisis Multimodal Pada Brosur Kegiatan Budaya Desa Wisata Nusantara Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"*, 177-182.
- Widodo, T. (2023). The Influence of Social Media Marketing on Consumer Brand Engagement (Adidas Study on Tiktok Application in Bandung City). *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(6), 1169-1182. <https://doi.org/10.35877/454RI.qems2095>
- Xu, P., Zhu, X., & Clifton, D. A. (2023). Multimodal learning with transformers: A survey. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, 45(10), 12113-12132. <https://doi.org/10.1109/TPAMI.2023.3275156>
- Zhu, X., Zhang, Y., Wang, Y., Tian, D., Belmont, A. S., Swedlow, J. R., & Ma, J. (2022). Nucleome browser: an integrative and multimodal data navigation platform for 4D nucleome. *Nature methods*, 19(8), 911-913. <https://www.nature.com/articles/s41592-022-01559-3>