



## **Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers**

*"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"*

17-18 Oktober 2023

Purwokerto

**"Tema: 6 - Kebijakan, Rekayasa Sosial dan Pengembangan Perdesaan"**

### **ANALISIS MULTIMODAL PADA BROSUR KEGIATAN BUDAYA DESA WISATA NUSANTARA BANYUMAS**

**Lely Tri Wijayanti<sup>1</sup>, Kristianto Setiawan<sup>2</sup>, Indah Puspitasari<sup>3</sup>, Gigih Ariastuti  
Purwandari<sup>4</sup>, Eka Dyah Puspita Sari<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>**Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman**

<sup>2</sup>**Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman**

<sup>3</sup>**Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman**

<sup>4</sup>**Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman**

<sup>5</sup>**Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman**

#### **ABSTRAK**

Seiring dengan berkembangnya pariwisata di Indonesia, media promosi dari berbagai tempat wisata maupun kegiatan budaya semakin gencar dipublikasikan, salah satunya dalam bentuk brosur. Sebagai ujung tombak untuk menarik para wisatawan, brosur memiliki peranan penting untuk bisa menggambarkan dan menginformasikan mengenai tempat maupun kegiatan yang dipromosikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis multimodalitas yang ada di brosur kegiatan budaya yang dibuat oleh Desa Wisata Nusantara (Dewisnu) Banyumas. Teori yang digunakan untuk menganalisis brosur tersebut yaitu teori Multimodalitas dari Kress dan Leeuwen. Penelitian ini menganalisis aspek-aspek berupa teks, warna dan gambar pada lima brosur kegiatan yang telah dikumpulkan dari tahun 2022 hingga 2023. Temuan dari analisis tersebut memperlihatkan bagaimana berbagai kegiatan budaya di Banyumas direpresentasikan pada brosur yang telah dipublikasikan oleh Dewisnu Banyumas untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Kata kunci: multimodalitas, media promosi, brosur, Dewisnu Banyumas.

#### **PENDAHULUAN**

Pasca Pandemi Covid-19, industri Pariwisata di Indonesia mulai berangsur bergeliat. Berdasarkan data dari Kementerian Hukum dan HAM pada website Badan Pusat Statistik Indonesia, jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara mulai perlahan bertambah. Pada tahun 2021 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia sekitar 1.5 juta orang, sementara di tahun 2022, data menunjukkan bahwa jumlahnya naik tikali lipat lebih menjadi 5.8 juta orang. Dengan bertambahnya jumlah wisatawan mancanegara yang memasuki wilayah Indonesia, para pengelola tempat wisata berlomba-lomba mempromosikan tempat wisatanya untuk menarik sebanyak mungkin wisatawan. Berbagai platform media sosial baik Instagram, TikTok dan Facebook menjadi ajang untuk mempromosikan berbagai tempat wisata di Indonesia. Berbagai media promosi seperti booklet, flyer, poster dan brosur sering digunakan untuk mempromosikan tempat wisata melalui media sosial masing-masing.

Salah satu tujuan wisata yang sedang naik daun adalah Desa Wisata Nusantara. Di Banyumas, Desa Wisata Nusantara memiliki cabang tersebar di 30 provinsi dan salah satunya ada



## **Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers**

*"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"*  
17-18 Oktober 2023  
Purwokerto

---

di Kabupaten Banyumas, yang selanjutnya disebut Desa Wisata Nusantara Banyumas. Desa Wisata Nusantara Kabupaten Banyumas bertujuan mengembangkan inspirasi dan potensi diri dengan terarah, terukur dan berkesinambungan dalam kerangka berperan aktif bersama pemerintah dan akademisi membangun bidang kepariwisataan, UMKM, Ekonomi kreatif masyarakat dan kemasyarakatan khususnya di Kabupaten Banyumas. Dalam mempromosikan pariwisatanya, Dewisnu Banyumas menggelar berbagai kegiatan budaya yang dipromosikan dalam bentuk brosur.

Sebagai ujung tombak untuk menarik para wisatawan, brosur memiliki peranan penting untuk bisa menggambarkan dan menginformasikan mengenai tempat maupun kegiatan yang dipromosikan. Dalam penelitiannya mengenai Brosur Travel Hongkong, Ip (2020) mengungkapkan bahwa brosur tersebut memiliki bahasa yang hiperbolik dan gambar yang glamor yang belum tentu sesuai dengan kenyataannya. Sementara, Francesconi (2011) mengungkapkan bahwa pada brosur 'Malta, Gozo Comino' yang dibuat oleh Malta Tourism Authority mengandung nilai-nilai yang meliputi kekayaan budaya, keramah tamahan dan keberagaman dari penduduk Malta. Pada penelitian Furnama dan Rosa (2020) terhadap brosur wisata Maneh Island memiliki struktur generic yang terdiri dari *lead, display, emblem (verbal), announcement, enhancer, emblem (visual), tag & call, dan visit information*. Ketiga penelitian tersebut berhasil mengungkapkan berbagai identitas, tujuan serta budaya lokal masyarakat dengan menganalisis brosur dengan menggunakan metode analisis multimodal dari Kress dan Van Leeuwen (2006).

Meskipun beberapa peneliti sebelumnya telah banyak meneliti berbagai brosur dan makna yang terkandung di dalamnya, sampai saat ini belum ada penelitian yang menganalisis brosur kegiatan budaya di Banyumas menggunakan teori Multimodalitas dari Kress dan Leeuwen (2006). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis multimodalitas yang ada di brosur kegiatan budaya yang dibuat oleh Desa Wisata Nusantara (Dewisnu) Banyumas. Fokus dari penelitian ini yaitu menganalisis aspek multimodalitas berupa teks, gambar, dan warna.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Banyumas dengan subyek penelitian berupa brosur promosi UMKM yang terdapat di Kabupaten Banyumas. Penelitian ini dilaksanakan selama 12 bulan, dimulai dari tahap persiapan, pengambilan data, olah data. Peneliti mengumpulkan lima brosur kegiatan yang dibuat dan digunakan oleh Desa Wisata Nusantara Banyumas untuk mempromosikan kegiatan budaya dari tahun 2022 hingga 2023. Analisis multimodal dari Kress dan Van Leeuwen (2006) digunakan menganalisis aspek-aspek berupa teks, warna dan gambar. Teks dipilih menjadi salah satu aspek multimodal yang dianalisis untuk mengetahui pemilihan bahasa dan kata dalam mendukung fungsi teks dan menyampaikan pesan kepada pembaca. Yang kedua, analisis komposisi gambar yang membentuk fungsi tekstual yang dilihat dari *information value, salience dan framing*. Yang terakhir, kami menganalisis jenis dan saturasi warna yang digunakan sebagai simbol, serta untuk menarik perhatian pembaca.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Teks**

Hasil dari analisis teks yang digunakan pada brosur kegiatan budaya yang dibuat oleh Dewisnu, diperoleh tiga (3) aspek yang sangat menonjol yaitu dari bahasa, jenis informasi dan teks yang



## ***Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers***

*"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"*

*17-18 Oktober 2023*

*Purwokerto*

tojolan. Dari segi bahasa, kelima brosur tersebut menggunakan bahasa Inggris dan Indonesia. Adapun kata-kata yang digunakan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Hasil Analisis Teks Brosur Kegiatan Budaya Dewisnu

<b>Bahasa Indonesia</b>	<b>Bahasa Inggris</b>
Sarahsehan Kurikulum Pendidikan Seni dan Budaya	Cultural Food
Wisata Pertapan	Road to
Tarian Silat	Dance
Kirab Seni	Performance
Masak Mendoan Terpanjang	Street Food
Lagu	Traditional Sweets
Yang	Lantern Festival
Pentas Seni	Fire
Desa	Theatre
Selesai	Special Show
	Contact
	Campus
	Dance
	Day
	Coaching Clinic
	Collaboration
	Story Base on

Penggunaan dua bahasa tersebut menunjukkan bahwa Dewisnu tidak hanya menargetkan untuk menarik wisatawan lokal saja, melainkan juga mancanegara. Hal ini terlihat dari lebih banyaknya kata-kata yang menggunakan bahasa Inggris dari pada Bahasa Indonesia. Meskipun memiliki tujuan yang baik untuk menarik wisatawan mancanegara, beberapa penggunaan bahasa Inggris pada poster belum sepenuhnya memenuhi kaidah tata bahasa Bahasa Inggris. Salah satu contohnya yaitu "story base on" yang seharusnya "story based on" dan "Cultural and Food" yang seharusnya "Culture and Food". Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan Bahasa Inggris yang digunakan belum maksimal. Selain dari aspek bahasa, semua brosur yang diteliti memiliki kemiripan dari sisi jenis informasi yang disajikan. Diantara jenis informasi tersebut meliputi tempat/lokasi, tanggal, bulan, waktu, nama aktivitas, tema kegiatan, nama kesenian, asal kesenian, nama makanan. Berdasarkan jenis informasi yang dicantumkan, dapat terlihat diversitas kesenian yang akan ditampilkan pada kegiatan kebudayaan yang diselenggarakan oleh Dewisnu Banyumas, seperti halnya makanan dan aktivitas lainnya seperti workshop dan lain-lain. Hal ini semakin memperkuat bahwa Dewisnu Banyumas berusaha menyediakan berbagai macam kegiatan untuk menarik para wisatawan dalam rangkaian kegiatan kebudayaan yang diselenggarakan.

## 2. Gambar



Gambar 1. Gambar Penari pada Brosur Kegiatan Budaya Dewisnu Banyumas

Dari berbagai gambar yang digunakan pada brosur, gambar yang paling banyak muncul adalah gambar penari. Gambar penari tersebut menggambarkan jenis tarian yang akan ditampilkan pada kegiatan budaya yang dipromosikan yaitu tari Ronggeng dan Lengger yang merupakan budaya lokal khas dari Banyumas. Kedua tarian tersebut merupakan tarian tradisional yang sudah ada di wilayah Banyumas sejak pengaruh Hindu-Budha masuk ke Indonesia. Menurut Pratiwi (2018), pada awalnya penari Lengger merupakan laki-laki yang menggunakan pakaian dan riasan perempuan, namun saat ini penari lengger didominasi oleh perempuan karena dianggap lebih luwes. Di sisi lain, seniman lengger lanang atau lengger penari laki-laki masih ada meskipun jumlahnya tidak sebanyak penari lengger perempuan. Dominasi gambar penari ini menunjukkan bahwa salah satu kesenian yang diunggulkan dan dipromosikan oleh Dewisnu adalah tari Ronggeng dan Lengger.



Gambar 2. Gambar selain Penari pada Brosur Kegiatan Budaya Dewisnu Banyumas

Selain gambar penari, terdapat beberapa gambar lain yang juga ditampilkan pada brosur. Gambar-gambar tersebut meliputi makanan tradisional, pengisi acara, musik dan logo instansi penyelenggara. Meskipun jumlahnya tidak sebanyak gambar penari, gambar-gambar tersebut dimasukkan dalam brosur untuk memberikan informasi lebih detail terkait dengan jenis makanan



## **Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers**

*"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"*  
17-18 Oktober 2023  
Purwokerto

---

tradisional, musik serta pihak yang menjadi pengisi acara maupun penyelenggara. Sehingga pembaca tidak hanya mendapatkan informasi terkait kegiatan dari tulisan yang ada pada brosur, tetapi pembaca juga mendapatkan informasi yang lebih lengkap dengan gambar yang digunakan pada brosur.

### **3. Warna**

Aspek multimodal ketiga yang menjadi fokus analisis adalah Warna. Analisis warna dari brosur Dewisnu dibagi menjadi tiga aspek yang terdiri dari warna tulisan, warna *highlight*, dan warna latar belakang dari brosur. Untuk tulisan, warna yang digunakan adalah putih, kuning, hitam, biru dan merah. Sementara, *highlight* tulisan menggunakan warna kuning dan coklat. Sementara pada *background*, tiga warna yang digunakan meliputi warna biru, kuning dan hitam. Dari analisis warna yang digunakan pada brosur dari segi tulisan, *highlight* dan *background*, terdapat satu kesamaan warna yang digunakan yaitu warna kuning (lihat Gambar 2.).



Gambar 2. Warna pada Brosur Kegiatan Budaya Dewisnu Banyumas

Dominasi warna kuning keemasan pada brosur kegiatan budaya Dewisnu Banyumas menunjukkan sikap warga Banyumas terhadap budaya Banyumas. Warna kuning keemasan melambangkan cahaya sehingga identik dengan sesuatu yang berharga. Dengan paduan background gelap, kontras yang ditimbulkan dari *highlight* maupun tulisan berwarna warna kuning diharapkan dapat menarik atensi pembaca untuk mengikuti alur bacaan sehingga pesan yang dituliskan dapat tersampaikan dengan baik kepada pembaca seperti halnya analisis oleh Van Leeuwen pada brosur jual beli mobil (2015).

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini telah menganalisis multimodal pada aspek semiotik berupa teks, gambar dan warna pada brosur kegiatan budaya yang diolah Desa Wisata Nusantara Banyumas. Setelah meneliti aspek-aspek multimodal berupa teks, gambar dan warna, penelitian ini berhasil mengungkap bagaimana identitas dan budaya di Banyumas direpresentasikan sebagai masyarakat yang sangat bangga dengan budaya lokal serta keinginan untuk memperkenalkan budaya tersebut ke wisatawan lokal maupun mancanegara, meskipun masih diperlukan pendampingan dalam Bahasa Inggris.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas pembiayaan penelitian ini melalui Hibah Penelitian Riset Peningkatan



## ***Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers***

*"Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan XIII"*

*17-18 Oktober 2023*

*Purwokerto*

---

Kompetensi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Francesconi, S. (2011). Images and writing in tourist brochures, *Journal of Tourism and Cultural Change* (9) 4: 341-356, DOI: 10.1080/14766825.2011.634914

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.

Indonesia. Badan Pusat Statistik. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Kunjungan), 2021-2022. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>

Ip, J. Y. L. (2008). Analyzing tourism discourse: A case study of a Hong Kong travel brochure. *LCOM papers*, 1, 1-19.

Jalilifar, A., & Moradi, Y. (2019). Tourism discourse revisited: an analysis of evaluative strategies in tourist brochures from a systemic functional linguistics perspective. *Journal of English studies*, (17), 211-232.

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

Pratiwi, E. (2018). Dinamika Kesenian lengger Banyumas pada Tahun 1965-1998. *Risalah*, 5(4).

Suprakisno. (2015). Analisis multimodal iklan "Indomie". *Jurnal Bahas Unimed*, 26(1), 25-26.

Van Leeuwen, T. (2015). Multimodality. (Tannen et. al. Eds.) *The handbook of discourse analysis*, 447-465.