

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana unsur-unsur multimodal dalam iklan billboard Tide menciptakan makna dan menyampaikan pesan persuasif kepada audiens. Iklan billboard merupakan salah satu media strategis yang digunakan untuk media iklan karena memiliki visual yang kuat dan lokasi yang strategis, sehingga memungkinkan penyampaian pesan secara cepat. Dengan menggunakan kerangka kerja multimodal, penelitian ini menganalisis bagaimana pesan dan makna terbentuk melalui iklan billboard yang mereka buat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami elemen visual dan tekstual yang bekerja sama membentuk makna. Data diperoleh dari tangkapan layar iklan billboard Tide yang diposting di akun Instagram @tide.india, @prannayjoshi, dan @letsblinkit yang kemudian dianalisis untuk meneliti teks dan gambar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi elemen visual dan verbal dalam iklan tersebut menciptakan pesan yang persuasif dan membangun koneksi dengan audiens melalui konteks budaya, seperti festival Holi di India. Selain itu, iklan tersebut memanfaatkan strategi komunikasi tidak langsung dengan menonjolkan manfaat produk melalui simbol, visual, dan elemen verbal yang menarik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan elemen multimodal dapat meningkatkan daya tarik iklan dan memperkuat penyampaian pesan, sehingga memudahkan audiens untuk memahaminya.

Kata kunci: *analisis multimodal, iklan billboard, konteks budaya, pesan persuasif, strategi komunikasi*

ABSTRACT

This study explores how multimodal elements in Tide billboard advertisements create meanings and deliver persuasive messages to audiences. Billboard advertisements are one of the strategic media used for advertising because they have strong visuals and strategic locations, allowing them to convey messages quickly. Using multimodal framework, this study analyzes how messages and meanings are formed by the billboard advertisements they created. This study uses a qualitative approach to understand the visual and textual elements that work together to form meaning. The data was obtained from screenshots of Tide billboard advertisements posted on the Instagram accounts @tide.india, @prannayjoshi, and @letsblinkit which were then analyzed in order to examine the text and image. The results of the study show that the combination of visual and verbal elements in the advertisements creates a persuasive message and builds a connection with the audience through cultural contexts, such as the Holi festival in India. Furthermore, the advertisements utilize indirect communication strategies by highlighting product benefits through engaging symbols, visuals, and verbal elements. This study concludes that the use of multimodal elements can enhance the appeal of advertisements and strengthen message delivery, making it easier for the audience to understand.

Keywords: *billboard advertising, communication strategy, cultural context, multimodal analysis, persuasive message*