

Memahami Poster Lingkungan sebagai Bentuk Edukasi melalui Pendekatan Tindak Tutur dan Mode Komunikasi

Aziz Fauzi¹, Marrieta Moddies Swara², Widya Gusvita³, Aswandinata⁴, Surya Abdillah⁵

^{1,2,4,5}Universitas Islam Syekh-Yusuf, Indonesia

³Universitas Tangerang Raya, Indonesia

afauzi@unis.ac.id

Submit
18 Februari 2026

Review
21 Februari 2026

Publish
2 Maret 2026

Abstrak

Kampanye lingkungan semakin banyak dilakukan, namun efektivitasnya masih bergantung pada strategi komunikasi yang mampu membangun kesadaran moral publik. Selama ini, kajian poster lingkungan di Indonesia lebih banyak menyoroti aspek visual dan estetika desain, sementara analisis tentang bagaimana pesan ajakan dibangun melalui integrasi unsur verbal dan visual dari perspektif pragmatik masih terbatas. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana poster edukasi lingkungan membangun ajakan moral melalui strategi pragmatik multimodal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data berupa 16 poster yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tematik, dominasi unsur multimodal, dan keberadaan tindak tutur direktif. Jumlah tersebut dinilai memadai karena penelitian berorientasi pada kedalaman analisis dan keterulangan pola makna (data saturation), bukan generalisasi statistik; keenam belas poster telah menunjukkan konsistensi kategori direktif dan pola integrasi verbal-visual yang stabil. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi kategori tindak tutur direktif serta relasi antarsur verbal dan visual dalam membentuk daya ilokusi dan perlokusi. Hasil menunjukkan bahwa direktif ajakan kolektif paling dominan, diikuti oleh instruksional, larangan, peringatan, motivasional, dan regulatif-informatif. Temuan penting penelitian ini terletak pada pola konfigurasi multimodal yang berbeda pada tiap kategori: ajakan kolektif diperkuat visual kolaboratif dan warna harmonis, sedangkan larangan dan peringatan memanfaatkan kontras tipografi dan simbol urgensi untuk meningkatkan tekanan moral. Dengan demikian, kekuatan persuasif poster ditentukan oleh orkestrasi multimodal spesifik yang membangun solidaritas, kepatuhan, empati, atau rasa urgensi. Penelitian ini memperkaya kajian pragmatik multimodal dalam konteks komunikasi moral publik.

Kata Kunci: Pragmatik multimodal, poster edukasi lingkungan, strategi direktif, ajakan moral, komunikasi visual lingkungan

Abstract

Environmental campaigns are increasingly being carried out, but their effectiveness still depends on communication strategies that are able to build public moral awareness. So far, the study of environmental posters in Indonesia has focused more on the visual and aesthetic aspects of design, while the analysis of how the message of invitation is constructed through the integration of verbal and visual elements from a pragmatic perspective is still limited. Based on these conditions, this study aims to analyze how environmental education posters build moral invitations through multimodal pragmatic strategies. The study used a descriptive qualitative approach with data in the form of 16 posters that were purposively selected based on thematic criteria, the dominance of multimodal elements, and the existence of directive speech actions. This number is considered adequate because the research is oriented towards the depth of analysis and the repetition of meaning patterns (data saturation), not statistical generalization; The sixteen posters have demonstrated directive category consistency and a stable pattern of verbal-visual integration. The analysis was carried out by identifying the categories of directive speech actions and the relationship between verbal and visual elements in forming illocution and perlocution. The results showed that the collective invitation directive was the most dominant, followed by instructional, prohibition, warning, motivational, and regulative-informative. An important finding of this study lies in the different multimodal

configuration patterns in each category: collective invitations are reinforced by collaborative visuals and harmonious colors, while prohibitions and warnings utilize contrasting typography and symbols of urgency to increase moral pressure. Thus, the persuasive power of a poster is determined by a specific multimodal orchestration that builds solidarity, obedience, empathy, or a sense of urgency. This research enriches the study of multimodal pragmatics in the context of public moral communication.

Keywords: *Multimodal pragmatics, environmental education posters, directive strategies, moral appeals, environmental visual communication*

PENDAHULUAN

Masalah lingkungan di Indonesia, seperti peningkatan volume sampah dan degradasi kualitas ruang publik, tidak hanya berkaitan dengan regulasi teknis, tetapi juga dengan efektivitas komunikasi dalam membentuk kesadaran dan partisipasi masyarakat (Santosa, 2020; Wibowo, 2021). Dengan demikian, persoalan utamanya bukan semata kekurangan informasi lingkungan, melainkan bagaimana pesan ajakan moral dikonstruksi sehingga mampu mendorong tindakan kolektif secara persuasif. Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan berfungsi sebagai praktik sosial yang membangun orientasi nilai dan tanggung jawab publik.

Poster edukasi lingkungan merupakan salah satu medium yang banyak digunakan dalam kampanye publik karena mampu menggabungkan bahasa, gambar, warna, dan tata letak dalam satu ruang komunikasi yang ringkas (Dallyono & Sukyadi, 2020; Anggoro, 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa makna dalam teks visual lahir dari relasi antarunsur multimodal yang bekerja secara simultan (Santosa, 2020). Namun, kajian poster di Indonesia masih didominasi oleh pendekatan visual-semiotik yang menekankan struktur tanda dan estetika desain (Wibowo, 2021; Pratiwi, 2020). Pendekatan tersebut efektif dalam membaca representasi simbolik, tetapi cenderung memosisikan poster sebagai objek tanda yang statis. Akibatnya, dimensi pragmatik bekerja sebagai tindakan komunikasi yang memiliki daya ilokusi dan perlokusi yang belum banyak dianalisis secara mendalam (Anggoro, 2022; Rahmawati & Hidayat, 2021).

Dalam kajian global, pendekatan multimodal berkembang melalui kerangka *social semiotics* yang memandang bahasa, gambar, warna, dan tata letak sebagai sumber daya semiotik yang membentuk makna dalam konteks sosial (Madella & Wharton, 2023; Sandler, 2022; Liu et al., 2024). Perspektif ini menekankan bahwa makna tidak terletak pada satu moda tunggal, tetapi pada orkestrasi antar moda. Sementara itu, dalam tradisi pragmatik, teori tindak tutur menjelaskan bahwa bahasa berfungsi melakukan tindakan melalui dimensi lokusi, ilokusi, dan perlokusi (Rahmawati & Hidayat, 2021). Integrasi kedua pendekatan ini membuka ruang analisis yang lebih komprehensif terhadap teks visual publik.

Dalam penelitian ini, pragmatik multimodal dipahami sebagai pendekatan yang menggabungkan analisis tindak tutur untuk mengidentifikasi fungsi direktif (ajakan, larangan, peringatan, dan instruksi) dengan analisis multimodal untuk menjelaskan bagaimana unsur visual memperkuat atau memodifikasi daya ilokusi tersebut. Dengan demikian, poster tidak hanya dibaca sebagai representasi visual, tetapi sebagai praktik komunikasi moral yang membangun posisi, relasi sosial, dan orientasi tindakan pembacaanya.

Berdasarkan celah teoretis tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana poster edukasi lingkungan membangun ajakan moral melalui strategi pragmatik multimodal. Secara teoretis, penelitian ini berupaya mengintegrasikan analisis pragmatik dan multimodal yang selama ini cenderung dipisahkan dalam kajian komunikasi visual (Dallyono & Sukyadi, 2020; Santosa, 2020). Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan desain poster yang tidak hanya estetis, tetapi juga efektif dalam membentuk kesadaran moral kolektif.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis pragmatik multimodal. Kerangka analisis mengintegrasikan teori tindak tutur (Austin, 1962) untuk mengidentifikasi bentuk dan daya ilokusi direktif, serta perspektif *social semiotics* (Kress, G., & V. L., 2001) untuk menganalisis fungsi representasional, interaksional, dan komposisional unsur visual. Data berupa 16 poster edukasi lingkungan yang dipublikasikan pada September–

Desember 2025 melalui akun Instagram resmi instansi pemerintah dan lembaga pendidikan. Seluruh poster diarsipkan dalam bentuk tangkapan layar digital beserta konteks unggahannya. Pemilihan dilakukan secara purposive dengan kriteria: (1) memuat ajakan atau pengaturan perilaku lingkungan, (2) menampilkan integrasi verbal-visual yang dominan, dan (3) ditujukan kepada publik umum. Analisis dilakukan dalam empat tahap: (1) *coding* struktur linguistik direktif (imperatif, larangan, ajakan inklusif, pertanyaan retorik); (2) analisis visual berdasarkan fungsi representasional, interaksional, dan komposisional; (3) pemetaan relasi antara daya ilokusi dan konfigurasi visual; dan (4) interpretasi kontekstual sesuai latar publikasi. Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil identifikasi ilokusi linguistik dengan fungsi visualnya. Misalnya, teks larangan dianalisis apakah diperkuat oleh visual koersif (warna kontras, simbol larangan) atau dimitigasi melalui ilustrasi edukatif. Perbedaan interpretasi antarpemilihan diselesaikan melalui diskusi berbasis definisi operasional kategori yang telah dirumuskan sebelumnya hingga tercapai konsensus. Dengan prosedur ini, analisis diarahkan untuk menjelaskan secara sistematis bagaimana struktur bahasa dan konfigurasi visual bekerja bersama membangun ajakan moral dalam konteks komunikasi publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan penelitian mengenai strategi direktif dalam 16 poster edukasi lingkungan yang dipublikasikan pada September–Desember 2025 melalui akun sosial media Instagram. Poster-poster tersebut diunggah dalam konteks kampanye pengurangan sampah dan kebersihan lingkungan, sehingga memuat pesan ajakan, larangan, dan pengaturan perilaku yang ditujukan kepada masyarakat umum. Setiap poster dianalisis sebagai teks multimodal yang memadukan unsur verbal dan unsur visual. Hasil disajikan dengan mengklasifikasikan bentuk tindak tutur direktif, kemudian menjelaskan hubungan antara unsur verbal dan visual dalam membangun ajakan moral di ruang publik.

Tabel 1. Analisis Kategori poster dalam tabel dan presentase

Kategori Poster	Jumlah Poster	Persentase%
Direktif Ajakan kolektif	6	37,50%
Direktif Intruksional	4	25,00%
Direktif larangan	3	18,75%
Direktif peringatan	1	6,25%
Direktif motivasional	1	6,25%
Direktif Regulatif-Informatif	1	6,25%
Total	16	100%

Dari enam belas poster yang dikaji, hasil pengelompokan dalam Tabel 1 menunjukkan bahwa ajakan untuk bertindak secara kolektif merupakan kategori yang paling dominan. Sebanyak 6 poster (37,5%) menonjolkan pesan-pesan kebersamaan dan ajakan berpartisipasi bersama dalam upaya pelestarian lingkungan. Hal ini mengindikasikan bahwa kampanye edukasi lebih mengutamakan semangat gotong royong.

Kategori pesan direktif atau instruksional langsung menempati posisi kedua, dengan ditemukannya 4 poster (25%) yang berisi petunjuk tindakan spesifik. Angka ini merefleksikan kebutuhan untuk memberikan panduan yang jelas dan langsung dapat diterapkan. Sementara itu, jenis pesan lainnya seperti regulatif-informatif, peringatan, larangan, dan motivasi memiliki frekuensi kemunculan yang lebih rendah. Meskipun jumlahnya tidak banyak, setiap jenis pesan tersebut tetap berkontribusi dalam membentuk pendekatan moral yang beragam dan komprehensif dalam poster edukasi lingkungan.

Direktif Ajakan Kolektif

Poster pada data ini dapat dikategorikan sebagai tindak tutur direktif ajakan kolektif karena secara eksplisit mengundang partisipasi bersama dalam menjaga lingkungan. Kalimat “Mari Jaga Lingkungan untuk Generasi Mendatang” menggunakan penanda ajakan “mari” yang secara pragmatik berfungsi mengikutsertakan penutur dan mitra tutur dalam tindakan yang sama. Bentuk ini berbeda dari perintah satu arah, karena membangun kesan kebersamaan dan solidaritas. Menurut Lestari & Prabowo (2021) ajakan kolektif dalam media visual dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan identitas sosial audiens melalui kombinasi bahasa persuasif dan representasi visual yang bersifat komunal.

Sebagai direktif ajakan kolektif, strategi bahasa yang digunakan bersifat inklusif dan persuasif. Frasa tambahan seperti “Mari bersama menjaga bumi kita” memperkuat nuansa kolaboratif, sehingga pembaca merasa menjadi bagian dari gerakan bersama, bukan objek instruksi. Dalam konteks pragmatik, pendekatan ini efektif karena mengurangi jarak sosial antara penutur dan pembaca, serta menekankan nilai solidaritas sosial dan keberlanjutan antar-generasi. Ajakan ini bukan hanya bersifat praktis, tetapi juga bermuatan moral dan emosional.



Gambar 1. Poster edukasi lingkungan dengan strategi direktif ajakan kolektif

Secara visual, ilustrasi dua anak yang bekerja sama memasukkan sampah ke kantong daur ulang memperkuat makna kolektivitas. Representasi kerja sama secara langsung merefleksikan kata “mari” dalam teks. Latar alam yang hijau dan burung yang terbang menghadirkan simbol kelestarian dan harapan masa depan, selaras dengan frasa “untuk generasi mendatang.” Warna hijau yang dominan mempertegas makna ekologis, sementara ekspresi tokoh yang aktif dan harmonis membangun citra positif tindakan bersama. Dengan demikian, unsur visual berfungsi sebagai model konkret kolaborasi, menguatkan daya ajakan kolektif yang disampaikan secara verbal (Lagerstedt, E., & Thill, S; 2023).

Direktif instruksional

Poster pada jenis ini dapat dikategorikan sebagai tindak tutur “**direktif instruksional**” karena secara eksplisit memberikan petunjuk tindakan yang harus dilakukan pembaca. Kalimat “Jagalah Kebersihan” berbentuk imperatif yang mengandung dorongan normatif, sementara frasa “Buanglah Sampah Pada Tempatnya” merupakan instruksi yang lebih spesifik dan operasional. Secara pragmatik, daya ilokusi terletak pada fungsi mengarahkan perilaku konkret, bukan sekadar mengingatkan atau memperingatkan. Daya perlokusi yang diharapkan adalah kepatuhan langsung berupa kebiasaan membuang sampah sesuai tempatnya.

Sebagai direktif instruksional, pesan ini tidak mengandung ancaman atau sanksi, melainkan fokus pada kejelasan tindakan. Struktur bahasa yang sederhana dan langsung mengurangi ambiguitas, sehingga instruksi mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Secara implikatur, menjaga kebersihan dipresentasikan sebagai tanggung jawab bersama yang dapat dimulai dari tindakan kecil sehari-hari. Strategi ini efektif dalam konteks edukatif karena menekankan praktik, bukan hanya norma abstrak.



Gambar 2. Poster edukasi dengan strategi instruksional

Melalui penyajian visual langsung, pola ini memiliki fungsi praktis untuk mengurangi ambiguitas pesan dan meningkatkan kepatuhan audiens (Wang, R.-X., & Taabaldiev, K.; 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kombinasi ilustrasi prosedural dan kalimat imperatif yang disampaikan dapat meningkatkan pemahaman lintas kelompok usia dan mempercepat respons perilaku audiens (Wulandari & Kurniawan 2020). Selain itu, keberadaan hirarki visual yang terstruktur dengan baik membuat penyampaian pesan instruksional di ruang publik lebih efektif (Rahman 2022). Dengan demikian, unsur visual berfungsi sebagai demonstrasi tindakan, memperjelas dan menguatkan makna direktif instruksional dalam teks.

Direktif Larangan

Poster pada data ini merupakan tindak tutur “**direktif larangan**” karena secara eksplisit memerintahkan masyarakat untuk tidak melakukan tindakan tertentu, yakni membuang sampah di jalan. Kalimat “JANGAN LAGI BUANG SAMPAH DI JALAN” menggunakan bentuk imperatif negatif dengan penanda “jangan” sebagai marker ilokusi prohibitif. Penggunaan huruf kapital dan ukuran font besar memperkuat daya ilokusi sehingga pesan terasa tegas, mendesak, dan berotoritas. Dalam konteks pragmatik, penutur (pembuat poster) menempatkan diri sebagai otoritas yang mengatur perilaku publik, dengan harapan perlokusi berupa perubahan tindakan nyata dari masyarakat.

Namun, larangan tersebut tidak berdiri secara represif. Poster menghadirkan strategi mitigasi dengan memberikan solusi: layanan penjemputan sampah maksimal dua hari serta informasi waktu operasional. Secara pragmatik, ini menggabungkan fungsi kontrol dengan persuasi. Larangan diperhalus melalui tawaran alternatif sehingga resistensi sosial dapat diminimalkan. Implikasinya jelas: membuang sampah di jalan adalah tindakan yang melanggar norma kolektif, tetapi pemerintah menyediakan mekanisme yang memudahkan warga untuk bertindak benar. Selain itu, (Sari & Nugarah 2021) menjelaskan bahwa analisis wacana visual menemukan bahwa orang lebih suka larangan yang berisi informasi daripada larangan.



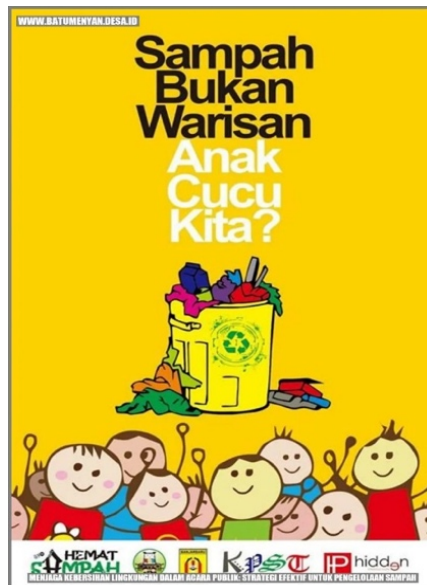
Gambar 3. Poster edukasi dengan startegi larangan

Secara visual, ilustrasi anak yang memungut sampah berperan memperkuat makna larangan melalui efek emosional dan moral. Representasi ini menampilkan dampak nyata perilaku membuang sampah sembarangan terhadap generasi berikutnya. Dominasi warna hijau dan biru melambangkan kebersihan lingkungan, sementara penekanan warna pada informasi penting menandakan urgensi. Dengan demikian, unsur visual berfungsi sebagai penguat daya perlokusi: tidak hanya memerintah secara verbal, tetapi juga membangun empati dan kesadaran kolektif agar larangan tersebut benar-benar dipatuhi. Sejalan dengan itu, penggunaan simbol dalam komunikasi membuat pesan lebih mudah dibaca dan di pahami (Putra, 2024; Wang, H., 2022).

Direktif Peringatan

Poster tersebut dapat dikategorikan sebagai tindak tutur “**direktif peringatan**” karena mengandung maksud untuk mengingatkan. Kalimat “Sampah Bukan Warisan Anak Cucu Kita?” berbentuk interogatif retorik, tetapi secara pragmatik berfungsi sebagai peringatan. Penutur tidak benar-benar meminta jawaban, melainkan mengarahkan mitra tutur untuk menyadari dampak jangka panjang dari perilaku saat ini. Daya ilokusi terletak pada implikatur bahwa jika sampah tidak dikelola dengan baik, generasi mendatang akan menanggung akibatnya. Dengan demikian, peringatan ini bersifat preventif dan normatif, menekan kesadaran moral kolektif.

Strategi retorik berupa pertanyaan membuat pembaca terlibat secara kognitif dan emosional. Dalam konteks sosial, penutur memposisikan diri sebagai pengingat tanggung jawab antar-generasi. Implikturnya kuat: membiarkan sampah menumpuk sama dengan mewariskan masalah kepada anak cucu. Dengan demikian, daya perlokusi yang diharapkan adalah munculnya kesadaran dan perubahan perilaku sebelum dampak buruk benar-benar terjadi.



Gambar 4. Poster edukasi dengan strategi direktif peringatan.

Secara visual, latar kuning mencolok berfungsi menarik perhatian dan menandakan urgensi. Ilustrasi tempat sampah yang penuh melambangkan akumulasi masalah lingkungan, sementara gambar anak-anak di bagian bawah memperkuat makna generasional yang menjadi fokus pesan. Representasi anak dengan ekspresi ceria justru menciptakan kontras dengan realitas sampah, sehingga menimbulkan efek ironi: kebahagiaan mereka terancam jika orang dewasa tidak bertanggung jawab. Dengan demikian, unsur visual berperan sebagai penguat daya peringatan, menjembatani pesan verbal dengan dampak emosional yang lebih mendalam (Salvato, G.; 2022). Ketika didukung dengan kontras visual, pertanyaan retorik dalam kampanye lingkungan yang efektif memicu keterlibatan emosional dan keinginan untuk bertindak (Amalia & Hidayat, 2022). Teks berukuran besar ditempatkan di area fokus juga meningkatkan daya tarik awal dan retensi pesan (Nugroho, 2023).

Direktif Motivasional

Poster pada data ini dapat dikategorikan sebagai tindak tutur “**direktif motivasional**” karena bertujuan mendorong pembaca untuk melakukan tindakan positif, yakni menjaga kebersihan lingkungan. Kalimat “Menjaga Kebersihan, Menjaga Kehidupan” berbentuk deklaratif, tetapi secara pragmatik berfungsi sebagai ajakan persuasif. Tidak ada perintah langsung, namun terdapat dorongan normatif yang menghubungkan tindakan menjaga kebersihan dengan nilai yang lebih besar, yaitu keberlangsungan hidup. Tambahan kalimat “Mulai dari diri sendiri untuk lingkungan sehat dan masa depan yang lebih baik” mempertegas orientasi personal sekaligus kolektif, sehingga daya perlokusi yang diharapkan adalah munculnya kesadaran dan aksi nyata dari individu.



Gambar 5. Poster edukasi dengan strategi direktif motivasional.

Sebagai direktif motivasional, strategi yang digunakan bukan tekanan atau larangan, melainkan penanaman nilai dan inspirasi. Penutur memosisikan pembaca sebagai agen perubahan, bukan sebagai pelanggar aturan. Ini menciptakan efek psikologis yang lebih positif karena tindakan menjaga kebersihan dipresentasikan sebagai kontribusi terhadap masa depan. Secara pragmatik, pendekatan ini memperkuat keterlibatan emosional dan rasa tanggung jawab personal, sehingga pesan tidak terasa memaksa, melainkan mengajak.

Secara visual, ilustrasi orang-orang yang sedang memungut sampah memperkuat pesan ajakan dengan menghadirkan contoh konkret tindakan yang diharapkan. Kehadiran latar sekolah dan pepohonan hijau menegaskan konteks pendidikan dan lingkungan yang sehat sebagai ruang hidup bersama. Warna hijau dan biru mendominasi, melambangkan kesegaran, alam, dan harmoni. Representasi individu yang aktif membersihkan sampah membangun model perilaku. Dengan demikian, unsur visual dan verbal saling mendukung dalam membangun motivasi kolektif untuk menjaga kebersihan sebagai bagian dari menjaga kehidupan. Menurut studi lain, framing positif menurunkan resistensi audiens dan meningkatkan penerimaan pesan prolingkungan (Fitriani & Saputra, 2020). Visual yang menyenangkan memperkuat asosiasi manfaat personal dan sosial, mendorong kepatuhan berdasarkan motivasi intrinsik (Yuliana, 2024).

Direktif Regulatif-Informatif

Poster pada data ini dapat dikategorikan sebagai tindak tutur “**direktif regulatif-informatif**” karena memadukan unsur pengaturan (regulatif) dan pemberian informasi (informatif). Secara regulatif, kalimat “Jagalah Kebersihan Lingkungan” dan “Kurangi Plastik, Lestarkan Bumi” berbentuk imperatif yang mengarahkan perilaku pembaca agar bertindak sesuai norma kebersihan dan kelestarian lingkungan. Kehadiran rujukan peraturan (Perbup) di bagian atas memperkuat legitimasi institusional, sehingga daya ilokusi tidak hanya bersifat ajakan moral, tetapi juga mengandung otoritas hukum. Penataan hierarkis yang menempatkan ajakan di area utama dan regulasi sebagai pendukung terbukti efektif dalam komunikasi kebijakan visual (Prasetyo, 2022). Selain itu, partisipasi regulasi dalam poster publik meningkatkan efektivitas pesan dan meningkatkan kepercayaan audiens (Kusuma & Anwar, 2021).

Dalam kerangka pragmatik, penutur (otoritas pemerintah/instansi) memosisikan diri sebagai pembuat norma sekaligus penyedia edukasi. Implikasinya adalah bahwa menjaga kebersihan bukan sekadar pilihan pribadi, melainkan kewajiban sosial yang diatur dan didukung oleh kebijakan. Dengan menggabungkan regulasi dan edukasi, poster ini membangun daya perlokusi yang lebih kuat: pembaca diharapkan tidak hanya memahami aturan, tetapi juga mengetahui cara konkret untuk mematuhi.



Gambar 6. Poster edukasi dengan strategi direktif regulatif-informatif.

Secara visual, karakter bumi yang tersenyum dan memegang tanaman berfungsi sebagai personifikasi yang membangun kedekatan emosional. Representasi ini melembutkan kesan regulatif agar tidak terasa kaku atau mengancam. Ikon-ikon visual di sekelilingnya (tempat sampah terpilah, simbol daur ulang, larangan plastik, dan ilustrasi kompos) berperan sebagai penguat aspek informatif, karena menerjemahkan teks menjadi petunjuk visual yang mudah dipahami. Warna hijau dan biru mendominasi, melambangkan alam dan keberlanjutan,

sementara tata letak yang simetris menciptakan kesan keteraturan yang selaras dengan pesan regulatif. Dengan demikian, unsur visual tidak hanya memperindah, tetapi juga memperjelas norma dan prosedur yang ingin ditegakkan, sehingga memperkuat fungsi direktif regulatif-informatif secara keseluruhan. Mode komunikasi tersebut tidak hanya memperindah estetika gambar, tetapi memberikan pemahaman mendalam terhadap isi teks (Re, L. L., 2021; Liu, H., dkk, 2024).

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa poster edukasi lingkungan tidak sekadar berfungsi sebagai media informasi, tetapi sebagai instrumen komunikasi persuasif yang membangun ajakan moral melalui strategi pragmatik multimodal. Analisis terhadap 16 poster memperlihatkan bahwa bentuk direktif ajakan kolektif merupakan kategori yang paling dominan, diikuti oleh direktif instruksional, larangan, peringatan, motivasional, serta regulatif-informatif. Dominasi ajakan kolektif mengindikasikan bahwa kampanye lingkungan cenderung membangun solidaritas sosial dan partisipasi bersama sebagai strategi utama dalam membentuk kesadaran ekologis. Secara pragmatik, setiap kategori direktif memiliki daya ilokusi dan implikatur yang berbeda, namun seluruhnya diarahkan pada pembentukan tanggung jawab moral publik terhadap lingkungan. Unsur verbal seperti kalimat imperatif, ajakan inklusif, dan pertanyaan retorik bekerja secara simultan dengan unsur visual; warna, ilustrasi, simbol, dan komposisi dalam memperkuat daya perlokusi pesan. Dengan demikian, makna ajakan moral tidak hanya dibangun melalui teks, tetapi melalui integrasi sistematis antara moda visual dan verbal. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pragmatik multimodal efektif untuk mengungkap bagaimana teks visual publik berfungsi sebagai praktik sosial yang membentuk nilai dan perilaku kolektif. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi lingkungan dan analisis wacana multimodal. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam merancang poster edukasi yang lebih strategis, persuasif, dan responsif terhadap pembentukan kesadaran moral masyarakat.

SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa poster edukasi lingkungan bekerja bukan hanya sebagai media informasi, tetapi sebagai tindakan komunikatif multimodal yang membangun posisi moral tertentu bagi pembacanya. Integrasi antara teori tindak tutur dan analisis multimodal memungkinkan identifikasi yang lebih presisi terhadap bagaimana daya ilokusi direktif tidak hanya dihasilkan oleh struktur linguistik, tetapi juga dikonstruksi dan dimodulasi oleh konfigurasi visual. Dengan demikian, pendekatan pragmatik multimodal tidak sekadar menggabungkan dua perspektif, melainkan membuka cara baca baru terhadap poster sebagai praktik sosial yang melakukan tindakan moral melalui orkestrasi verbal-visual. Temuan penting penelitian ini menunjukkan adanya ketegangan produktif antara regulasi dan persuasi dalam kampanye lingkungan. Di satu sisi, beberapa poster menampilkan legitimasi regulatif melalui rujukan kebijakan dan bentuk larangan tegas; di sisi lain, visualisasi kolaboratif dan framing motivasional digunakan untuk memitigasi kesan koersif dan membangun solidaritas. Ketegangan ini memperlihatkan bahwa komunikasi lingkungan publik bergerak di antara dua strategi: mengatur perilaku melalui otoritas dan membujuk melalui identifikasi moral. Efektivitas pesan justru terletak pada kemampuan mengelola keseimbangan tersebut. Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan pragmatik multimodal memberikan kontribusi baru dengan menjelaskan relasi sistematis antara daya ilokusi dan fungsi visual dalam satu kerangka analitis terpadu. Pendekatan ini memperluas kajian komunikasi lingkungan dengan menempatkan poster sebagai praktik diskursif yang membentuk norma dan tanggung jawab kolektif. Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa desain poster yang efektif tidak hanya memerlukan kejelasan pesan, tetapi juga pengelolaan relasi antara otoritas regulatif dan persuasi moral secara strategis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kerja sama selama penelitian ini berlangsung. Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada instansi dan sekolah yang telah memberikan izin serta fasilitas untuk pengumpulan data, serta kepada narasumber yang bersedia meluangkan waktu dan berbagi

informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dukungan dan partisipasi semua pihak sangat membantu kelancaran penelitian hingga dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R., & Hidayat, D. (2022). Strategi pertanyaan retorik dalam kampanye lingkungan berbasis visual. *Bahtera*, 21(2), 155–168. <https://doi.org/10.26499/bhtera.v21i2.398>
- Anggoro, A. D. (2022). Praktik komunikasi visual dalam kampanye sosial di media publik. *Humaniora*, 34(2), 145–156. <https://doi.org/10.22146/jh.v34i2.69845>
- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press.
- Dallyono, R., & Sukyadi, D. (2020). Multimodal analysis of visual texts in public communication. *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, 10(2), 403–414. <https://doi.org/10.17509/ijal.v10i2.28605>
- Fitriani, N., & Saputra, R. (2020). Framing positif dalam komunikasi lingkungan visual. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 41–53.
- Kress, G., & V. L. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold.
- Kusuma, A., & Anwar, M. (2021). Legitimasi regulasi dalam komunikasi visual kebijakan publik. *Jurnal Ilmu Sosial*, 18(2), 201–214.
- Kusumaningrum, D. (2022). Analisis multimodal dalam kajian wacana visual. *Metalingua*, 20(2), 137–148. <https://doi.org/10.26499/metalingua.v20i2.567>
- Lagerstedt, E., & Thill, S. (2023). Multiple Roles of Multimodality Among Interacting Agents. *ACM Transactions on Human-Robot Interaction*, 12(2). <https://doi.org/10.1145/3549955>
- Lestari, P., & Prabowo, A. (2021). Solidaritas kolektif dalam poster edukasi lingkungan. *Ranah*, 10(2), 92–104. <https://doi.org/10.26499/rnh.v10i2.2894>
- Lestari, P., & Sari, I. M. (2020). Teknik observasi dan dokumentasi dalam penelitian berbasis teks visual. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 9(2), 210–221.
- Liu, H., Liu, L., & Li, H. (2024). Multimodal Discourse Studies in the International Academic Community (1997–2023): A Bibliometric Analysis. *SAGE Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241305454>
- Madella, P., & Wharton, T. (2023). Nonverbal Communication and Context: Multimodality in Interaction. In *The Cambridge Handbook of Language in Context* (pp. 419–435). <https://doi.org/10.1017/9781108989275.020>
- Nugroho, B. (2023). Daya tarik visual dan retensi pesan dalam poster publik. *Aksara*, 35(2), 119–131. <https://doi.org/10.29255/aksara.v35i2.1120>
- Prasetyo, H. (2022). Hierarki visual dalam komunikasi kebijakan. *Wacana*, 24(1), 88–101. <https://doi.org/10.17510/wacana.v24i1.1045>
- Putra, I. (2024). Simbol dan warna peringatan dalam wacana visual. *Lingua*, 20(1), 59–72. <https://doi.org/10.30957/lingua.v20i1.987>
- Putri, A. R., & Nugroho, S. (2021). Pendekatan kualitatif deskriptif dalam penelitian bahasa dan budaya. *Diglosia*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v5i1.189>
- Rahman, F. (2022). Efektivitas pesan instruksional berbasis visual. *Diglosia*, 6(2), 145–157. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i2.425>
- Rahman, F. (2023). Keabsahan data dalam penelitian wacana multimodal. *Aksara*, 35(1), 89–101. <https://doi.org/10.29255/aksara.v35i1.987>
- Rahmawati, D., & Hidayat, R. (2021). Pesan persuasif dalam media kampanye lingkungan. *Wacana*, 22(1), 67–80. <https://doi.org/10.17510/wacana.v22i1.987>
- Re, L. L. (2021). Prosody and gestures to modelling multimodal interaction: Constructing an Italian pilot corpus. *Italian Journal of Computational Linguistics*, 7(1–2), 33–44. <https://doi.org/10.4000/ijcol.819>
- Salvato, G. (2022). The pragmatics of L2 gestures in beginners' classes of Italian. *Instructed Second Language Acquisition*, 6(1), 81–108. <https://doi.org/10.1558/isla.21106>
- Sandler, W. (2022). Redefining Multimodality. *Frontiers in Communication*, 6. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.758993>
- Santosa, R. (2020). Analisis wacana multimodal dalam konteks sosial. *Humaniora*, 32(3), 289–300. <https://doi.org/10.22146/jh.v32i3.56789>

- Sari, D., & Nugraha, R. (2021). Larangan informatif dalam poster layanan publik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 16(2), 173–186. <https://doi.org/10.24114/bss.v16i2.28745>
- Wang, Huan. (2022). International English Learners' Perspectives on Multimodal Composing and Identity Representation Via Multimodal Texts. *SAGE Open*, 12(2), 21582440221103530. <https://doi.org/10.1177/21582440221103526>
- Wang, R.-X., & Taabaldiev, K. (2025). Exploring the Dynamics of Multimodal Discourse in Social Media News: Addressing Research Gaps in Interaction, Affordances, and Temporal Patterns. *Forum for Linguistic Studies*, 7(5), 470–482. <https://doi.org/10.30564/fls.v7i5.8542>
- Wibowo, A. (2021). Desain komunikasi visual sebagai praktik sosial. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.35138/wimba.v12i1.456>
- Yuliana, E. (2024). Motivasi intrinsik dalam kampanye lingkungan visual. *Humaniora*, 36(1), 41–53. <https://doi.org/10.22146/jh.v36i1.81234>

