

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang “*A Multimodal Analysis of Uda and Uni Selection’ Poster Advertisement in Pesisir Selatan*” yang mana poster ini merupakan poster ajang pencarian bakat yang tujuannya untuk mempromosikan wisata. Analisis dalam penelitian ini difokuskan pada Fungsi Ideasional Halliday (2004) dalam menganalisis teks verbal dan Representasi oleh Kress dan van Leeuwen (2006) untuk menganalisis teks visual serta untuk mengidentifikasi struktur iklan poster menggunakan teori Cheong (2004). Tujuan dari penelitian ini untuk merepresentasikan makna elemen visual dan verbal, serta pesan promosi dalam poster multimodal. Penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif dan sumber datanya adalah tiga poster Pemilihan Uda Uni yang dipilih secara acak pada internet. Hasil analisis bahwa pada elemen verbal yang paling umum digunakan adalah Announcement (50%) dan elemen visual paling dominan digunakan adalah Display (37%) dan Emblem (37%). Pada elemen verbal sering direpresentasikan oleh Proses Relasional (83%), sedangkan pada elemen visual direpresentasikan oleh Aksi proses dan Reaksional proses (50%).

Kata Kunci: Multimodal, Poster, Visual, Verbal.