



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Berita (*News Stories*) pada umumnya bertujuan untuk menciptakan pengalaman membaca yang mendalam (*immersive*) dengan membawa (*transporting*) pembacanya masuk ke dalam kejadian yang sedang diberitakan. Sepanjang sejarah, tujuan utama dari *storytelling* dalam jurnalistik tetap tidak berubah, yaitu untuk membenamkan pembaca ke dalam peristiwa dan situasi dunia nyata yang menggairahkan mereka "baik secara intelektual dan emosional" (Krieken, 2018, p. 2).

Perkembangan teknologi dalam dua dekade belakangan ini, semakin mendukung terciptanya media digital, yang bisa menjadi 'kendaraan' bagi terciptanya proses *immersive* dalam membaca sebuah berita. Prensky (2001, p. 1) berargumen bahwa perubahan itu ditandai dengan kemunculan dan penyebaran perangkat serta teknologi digital yang melesat, dan munculnya kelompok-kelompok yang disebut *digital native* (pribumi digital). Istilah *digital native* merujuk kepada situasi saat "permainan komputer, email, internet, telepon seluler dan pesan instan merupakan bagian integral dari hidup mereka (penggunanya)."

Nasrullah (2016, p. 2) menyatakan bahwa penanda dari ciri media baru itu bisa dilihat dari munculnya media siber atau dalam jaringan (daring). Koneksi antar jaringan melalui komputer atau lebih populer disebut dengan internet memberikan

pilihan bagi khalayak tidak hanya mencari dan mengonsumsi informasi semata, tetapi khalayak juga bisa memproduksi informasi itu. Internet juga mentransformasikan dirinya sebagai tempat penyimpanan (*archive*) virtual, sehingga khalayak bisa mengakses informasi yang dibutuhkan kapan pun dimana pun dan melalui perangkat apa pun.

Perkembangan di bidang teknologi, khususnya internet ini dilihat memberikan dampak pula pada dunia jurnalisme. Bradshaw (2018) menyatakan inkarnasi pertama jurnalisme *online* datang dalam bentuk papan buletin, buletin elektronik, dan layanan informasi berbayar. Sektor surat kabar misalnya, menjadi yang pertama mengalami dampak perubahan teknologi, dan menjadi yang pertama dalam mengembangkan inovasinya. Banyak majalah dan industri penyiaran lambat laun sudah mulai mengadopsi perubahan serupa, meskipun tertunda (p.7).

Bradshaw (2018) menyatakan bahwa mulai akhir tahun 1990-an, sebagian besar jurnalis piawai mendapatkan informasi online mereka bahkan jika mereka tidak bekerja di situs web (p.8). Organisasi surat kabar, TV, dan radio memiliki situs web yang dikelola oleh tim kecil dan disajikan sebagai bentuk representasi media mereka.

Menurut Flew (2014), era 2000-an barangkali merupakan masa-masa yang mengalami perubahan paling signifikan dalam sejarah industri penyedia berita. Para jurnalis dan produser berita berlomba-lomba menjadi pengadopsi awal (*early adopter*) perangkat dan teknologi digital yang dikembangkan untuk kebutuhan dunia jurnalisme (p.107). Perusahaan media raksasa seperti CNN, BBC dan The New York Times menjadi pionir dalam revolusi digital ini, dengan mendirikan situs

online mereka pada tahun 1996. Sejak saat itu, internet dipandang sebagai sumber informasi yang berharga dan berguna untuk pengecekan fakta, sekaligus sebagai media distribusi baru untuk konten berita. Tetapi dampak fenomena ini – atau yang disebut sebagai ‘seluruh ekosistem informasi’– tidak menjadi kenyataan, setidaknya sampai awal tahun 2000-an.

Enders dalam Bradshaw (2018, p. 23) mengatakan di antara tahun 2001-2010, jumlah sirkulasi surat kabar regional dan surat kabar nasional versi cetak menurun hingga hampir seperempatnya, sementara jumlah sirkulasi majalah konsumen dan koran nasional populer anjlok ke angka 17%. Sementara sirkulasi cetak menurun, pembaca online berkembang ke arah sebaliknya. Pada tahun 2014, *Guardian*, *Telegraph*, dan *Independent* sudah memiliki lebih banyak pembaca di media online daripada di media cetak.

Melihat pernyataan ini, maka tidak mengherankan, jika dewasa ini kita dihadapkan dengan pertumbuhan media-media berita online yang kian menjamur. Menurut Devega (2017, Oktober 18), saat ini sudah ada kurang lebih 43 ribu media online di Indonesia. Media-media baru ini berlomba-lomba menyajikan konten yang beragam, untuk menjawab *demand* pembaca yang kini mencapai 143,26 juta jiwa (para. 1).

Jurnalisme online – yang biasanya dikenal dengan format berita yang terfragmentasi, dan difasilitasi oleh kemungkinan menggunakan bahasa *hypertext* dan tautan *hypermedia* – dalam beberapa tahun terakhir, menyertakan narasi teks jurnalistik yang lebih mendalam ke dalam formatnya. Format yang dikenal sebagai *longform* ini, kemudian diadaptasi menjadi format berita web, dalam format

hypermedia jurnalistik, di situs web khusus, atau dalam jurnalistik tradisional (Longhi, Kerley, 2015 p. 105). Fischer, dalam Longhi & Kerley (2015 p. 105) mendefinisikan *longform* sebagai:

- a. Tingkat pelaporan mendalam yang melampaui standar sehari-hari produksi
- b. Cerita naratif yang disajikan dalam cara yang menarik, seringkali dibarengi dengan mode semiotik untuk menyempurnakan karya ini.

Jacobson, Marino, dan Gutsche (dalam Hiipala 2016, p. 1) menggambarkan *longform* sebagai genre yang muncul pada era jurnalistik digital, berupaya memikat pembacanya dengan menggabungkan teks, foto, *looping video*, peta dinamis, dan visualisasi data menjadi satu kesatuan yang utuh. Sebagai sebuah genre, *longform* memamerkan beberapa fitur baru: navigasi yang disederhanakan dan *user interface*, bersama dengan transisi yang mulus antara konten multimedia, yang mampu memperdalam interaksi pembaca dengan berita *longform*. Melihat hal ini, peneliti ingin menekankan bahwa mode semiotik adalah intisari dari struktur narasi sebuah artikel *longform* digital.

Menurut Hiipala (2016, p. 1), jurnalistik *longform*, yang mengintegrasikan teks dan multimedia secara *seamless*, semakin diakui sebagai cara untuk memperkuat penuturan cerita dalam sebuah karya jurnalistik digital. Genre jurnalistik *longform* naratif saat ini telah lazim dipraktikkan oleh jurnalis di seluruh dunia. Ketertarikan pada genre ini, dijelaskan oleh pasar yang sangat kompetitif, ditandai dengan akses 24/7 ke berita online gratis, yang telah memaksa jurnalis dan editor untuk mencari

cara untuk menarik perhatian audiens secara personal (Krieken, 2018, p. 2). Strategi ini sangat penting bagi tren jurnalisme saat ini, seiring munculnya gerakan "*Slow Journalism*," di mana penelitian yang mendalam atau *in-depth*, menjadi dasar bagi proses penyampaian cerita dalam berita yang berkualitas tinggi.

Bradshaw (2018, p. 282) menyatakan format jurnalisme *longform* dan *immersive* interaktif kini menawarkan opsi untuk 'menggali cerita lebih dalam' yang bukan lagi disampaikan hanya lewat galeri foto, video atau audio, yang sudah sering ditemukan dalam artikel *web* biasa. Fitur menonjol lainnya terkait artikel *longform* adalah penggunaan video *looping* dan transisi halus antar konten verbal dan visual. Menggabungkan *interface* pengguna yang minimal dengan fitur-fitur visual yang disebutkan di atas menghasilkan apa yang digambarkan oleh Dowling dan Vogan (dalam Hiipala, 2016, p. 1) sebagai efek "sinematik".

Merujuk kepada pernyataan sebelumnya, bahwa tujuan utama dari *storytelling* dalam jurnalistik tetap tidak berubah, yaitu untuk membenamkan (*immersed*) pembaca ke dalam peristiwa dan situasi dunia nyata yang menggairahkan mereka "baik secara intelektual dan emosional" (Krieken, 2018, p. 2). Peneliti ingin mengaitkan bagaimana penggunaan serta penyusunan elemen-mode semiotik dalam sebuah berita *longform* digital dapat menimbulkan pengalaman *immersive* bagi pembaca. Seperti yang dinyatakan Pincus, Wojcieszak & Boomgarden (2016, p. 8):

"Multimedia articles are typically quite long, contain multiple elements that guide users through a coherent story, and engage

users with visuals, videos, and graphics. Therefore, transportation is directly relevant to multimedia journalism, which may transport viewers into the story to a greater extent than the other journalistic formats.”

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa teori *Narrative Transportation* – yang akan menjelaskan tentang pengalaman *immersive* – secara langsung relevan dengan karya jurnalistik yang mengandung unsur multimedia, yang mampu membawa pembaca ke dalam level pemahaman cerita yang lebih dalam, daripada format jurnalistik lainnya. Artikel multimedia ini, biasanya cukup panjang, mengandung beberapa elemen yang tergabung hingga membentuk suatu susunan cerita yang padu dan melibatkan penggunaan visual, video, serta grafik.

Pengalaman *immersive* sendiri, atau yang dirujuk sebagai *Narrative Transportation* oleh Green dan Brock dan Kaufman (2004), didefinisikan sebagai ‘tenggelamnya’ pembaca ke dalam dunia narasi dan terjadi ketika konsumen media lupa waktu, gagal mengamati peristiwa yang terjadi di sekitar mereka, dan merasa mereka benar-benar tenggelam dalam dunia narasi (p. 247). Kebanyakan orang merasakan sensasi “tersesat dalam sebuah buku”. Seakan benar-benar terhanyut ke dunia dalam sebuah cerita, sehingga mereka melupakan dunia di sekitar mereka. Para pembaca ini terbawa (*transported*) ke dalam narasi. Alih-alih terlibat dengan aktivitas di lingkungan fisik di sekitar mereka, pembaca yang terbawa dalam narasi, justru terfokus pada aktivitas di dalam cerita yang sedang mereka konsumsi. Pembaca ini bereaksi secara emosional terhadap peristiwa yang hanya digambarkan dengan kata-kata pada sebuah halaman.

Efek *immersive* dalam narasi ini nantinya akan dijelaskan dengan teori *Narrative Transportation* atau *Transportation*. Teori ini muncul dalam konteks narasi yang lebih panjang - kebanyakan fiksi - seperti novel, acara televisi, atau film dan menyatakan bahwa konten tersebut meng-*engage* audiensnya yang memungkinkan mereka untuk terbawa (*transported*) ke dalam dalam narasi. Konsep transportasi juga telah diterapkan pada format yang berbeda, seperti pesan pendek atau iklan kesehatan. Konsep serupa juga telah diterapkan ke dalam format berita. (Pincus, Wojcieszak, & Boomgarden, 2016, p. 7)

Lanskap media yang telah berubah secara drastis, terutama dengan perkembangan Internet, yang menyebabkan menjamurnya media-media online, memunculkan sumber daya untuk menghasilkan cerita jurnalistik tidak hanya mencakup teks dan gambar, tetapi juga animasi audio, video, dan grafik. Ketika format-format ini digabungkan, maka terciptalah *multimedia stories* (Krieken, 2018, p. 2). Jacobson, Marino, & Gutsche (2015, p. 2) menyatakan sebuah cerita multimedia *longform* pertama, pada tahun 2012 berjudul “*Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek*” muncul di situs web The New York Times. Artikel tersebut merupakan cerita multimedia pertama dan dijadikan sebagai tolok ukur populer dari model jurnalisme online yang berhasil mengintegrasikan berbagai mode semiotik ke dalam sebuah narasi. (Longhi & Winques, 2015, p. 106), menyatakan dalam artikel tersebut merekonstruksi tragedi itu melalui sebuah laporan yang terbagi ke dalam enam bab, yang mengandung unsur-unsur multimedia seperti grafik interaktif, video, biografi, dan teks verbal sepanjang 18.000 kata. Artikel *Snow Fall* memiliki dikunjungi sebanyak 2,9 juta kali dengan

page view sebanyak 3,5 juta dalam enam hari pertama artikel tersebut dipublikasikan (Longhi & Winqes, 2015, p. 106). Clark (dalam Jacobson, Marino, & Gutsche, 2015, p. 2) berargumen bahwa popularitas *Snow Fall*, menginspirasi puluhan outlet berita AS, majalah, dan situs web untuk memadukan teknologi multimedia yang serupa dengan narasi tertulis. *Snow Fall* dan artikel multimedia *longform* sejenisnya – menurut Dowling dan Vogan dalam (Jacobson, Marino, & Gutsche, 2015, p. 2) – sejak saat itu dijadikan sebagai sarana untuk mengejutkan dan menarik pembaca.

Apa yang secara tradisional dianggap "multimedia" telah mendapat banyak perhatian dalam beberapa tahun terakhir, khususnya dalam bidang penelitian *multimodality*. Bidang penelitian ini mempelajari bagaimana bahasa, gambar, tipografi, tata letak, dan mode komunikasi lainnya dikombinasikan untuk membentuk suatu tujuan komunikatif, yaitu menyampaikan serangkaian informasi (Hiipala, 2016, p. 2). Mengaitkan dengan teori Transportasi, Hiipala (2016, p. 1) berargumen bahwa konsep *multimodality* atau multi-modalitas bisa menyajikan cara pandang yang lebih akurat tentang mode semiotik yang terkandung dalam jurnalisme *longform* digital. Pincus, Wojcieszak & Boomgarden (2016) juga menyatakan, tidak seperti format berita tradisional yang mengandung teks atau video saja, jurnalisme multimedia menampilkan berbagai modalitas dalam satu cerita (p. 4).

Untuk menjelaskan tentang struktur berita *longform* yang terdiri dari teks, gambar, grafik, atau bentuk komunikasi lainnya dikombinasikan, peneliti menggunakan konsep *multimodality*. Seperti yang telah dinyatakan peneliti

sebelumnya, konsep *multimodality* dapat dijadikan ‘pisau bedah’ untuk menganalisis struktur sebuah berita *longform*. *Multimodality*, tidak hanya terbatas pada dokumen statis, tetapi mencakup berbagai fenomena yang beragam, seperti film, kemasan produk, percakapan tatap muka, komik, dan bentuk-bentuk interaksi lainnya yang dimediasi oleh teknologi komputer. Bentuk-bentuk komunikasi di atas, yang kemudian akan disebut sebagai dokumen multimodal, menggabungkan dan mengintegrasikan beberapa mode komunikasi dan yang paling penting, melakukannya dalam banyak cara (Hiipala, 2016, p. 2)

Selama tiga dekade terakhir, *multimodality* telah menarik minat para peneliti dengan latar belakang yang berbeda, khususnya di antara mereka yang bekerja di bidang linguistik. Teori multimodal dapat membantu menjelaskan bagaimana sebuah berita *longform* dapat dibangun sebagai "wadah kognitif" dan untuk memikat (*immersed*) pembaca (Hiipala, 2016, p. 1).

Dalam praktiknya, *semiotic modes*, atau mode semiotik akan digunakan sebagai pendekatan empiris dan kerangka kerja untuk menganalisis *multimodality*. Hiipala (2016, p. 35) menggambarkan mode semiotik sebagai konsep sentral dalam sebuah penelitian multimodal, yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana narasi, gambar dan mode komunikasi lainnya bisa bersinergi. Mode semiotik ini kemudian dikategorikan menjadi *text-flow*, *image-flow* dan *page-flow* yang kemudian dijelaskan oleh Hiipala (2016, p. 59) sebagai *Text-flow* terdiri dari teks tertulis linier, yang kadang diinterupsi oleh elemen grafis. *Image-flow*, berfungsi mengatur elemen grafis ke dalam urutan yang bermakna. *Page-flow* mengabaikan

prinsip linearitas untuk mengeksploitasi ruang yang dipakai sebagai *layout*, membangun hubungan yang retorik antar konten di seluruh halaman.

Ketiga mode semiotik ini, adalah abstraksi yang membantu untuk menangkap pemahaman mendasar terhadap unsur multimodal yang terorganisir di suatu halaman (Hiipala, 2017, p. 60).

Selain akan meneliti tentang bagaimana strukturasi sebuah artikel *longform* dengan pendekatan empiris mode semiotik dari konsep *multimodality*, penelitian ini juga bertujuan untuk mencari tahu tentang bagaimana mode semiotik *multimodality* berperan dalam menciptakan pengalaman *immersive* khalayak saat membaca berita *longform*.

Hal ini menjadi penting, karena Dowling dan Vogan (dalam Hiipala, 2016, p. 1) mengamati bahwa artikel *longform* seringkali disusun untuk menciptakan "wadah kognitif", yaitu sebuah lingkungan yang melindungi pembacanya dari distraksi, yang memungkinkan pembaca untuk terbenam dalam narasi. Sebuah artikel *longform* yang dianggap bebas distraksi menurut Hiipala (2016, p. 1), adalah navigasi dan *interface* pengguna yang disederhanakan, diikuti dengan transisi yang mulus (*seamless*) antara konten multimedia, yang bisa memperpanjang jangka waktu interaksi pembaca dengan sebuah artikel *longform*.

Narasi *longform* yang dipilih penulis untuk dijadikan objek penelitian adalah artikel *longform* multimedia berjudul *The Last Generation*, yang diproduksi oleh FRONTLINE dan The Groundtruth Project. Peneliti memilih karya ini, karena mengandung mode semiotik yang lengkap (teks, animasi, foto, ilustrasi dinamis, video, audio), serta diceritakan melalui perspektif narasumber. Karya ini secara

seamless menceritakan tentang kehidupan tiga anak yang dihadapkan pada kenyataan akan kehilangan tempat tinggal, dan bahkan keluarga mereka karena meningkatnya level permukaan air laut (FRONTLINE, n.d.).

The Last Generation, yang diunggah pada tanggal 6 April 2018, diceritakan melalui perspektif tiga orang anak yang tinggal di Kepulauan Marshall: Wilmer yang berusia 12 tahun, Julia yang berusia 14 tahun, dan Izerman yang berusia sembilan tahun. Ketiga anak ini berbagi harapan dan ketakutan mereka di masa lalu, masa sekarang dan masa depan, ketika mereka bergulat dengan kemungkinan melihat tanah air mereka menghilang karena naiknya permukaan air laut.

Karya ini dianugerahi Scripps Howard Award pada tahun 2019 untuk kategori Jurnalisme Multimedia, dan dipilih sebagai pemenang oleh para juri karena berhasil menggabungkan "video dokumenter yang disajikan dengan cerdas, disertai narasi teks penjelas dan grafik ilustrasi" (FRONTLINE, n.d.). *The Last Generation* – yang diproduksi oleh Michelle Mizner dan Katie Worth – juga dianugerahi penghargaan di 2018 Online Journalism Awards (OJA), dalam kategori Keunggulan dan Inovasi dalam kategori Visual Digital Storytelling. Karya ini juga dipilih sebagai pemenang World Press Photo 2019, kategori Digital Storytelling. The World Press Photo merupakan ajang penghargaan yang merayakan produksi yang menciptakan cerita interaktif yang menarik (*engaging*) dari segi pengeditan serta desain yang terampil, dan juga sinergi yang efektif antara bentuk dan konten (FRONTLINE, n.d.).

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditetapkan di atas, selanjutnya perumusan masalah dalam penelitian ini diajukan dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *immersive* pembaca, saat mengakses artikel longform *The Last Generation*?

1.3. Pertanyaan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat diambil beberapa pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *lost access to the external world*, saat membaca artikel *The Last Generation*?
2. Bagaimana peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *creation of a story world*, saat membaca artikel *The Last Generation*?
3. Bagaimana peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *emotional engagement*, saat membaca artikel *The Last Generation*?
4. Bagaimana peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *change in attitudes and/or beliefs*, saat membaca artikel *The Last Generation*?

1.4 Tujuan penelitian

Mengacu pada rumusan masalah serta pertanyaan penelitian, beberapa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *lost access to the external world*, saat membaca artikel *The Last Generation*
2. Untuk mengetahui peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *creation of a story world*, saat membaca artikel *The Last Generation*
3. Untuk mengetahui peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *emotional engagement*, saat membaca artikel *The Last Generation*
4. Untuk mengetahui peran mode semiotik multimodal dalam menciptakan pengalaman *change in attitudes and/or beliefs*, saat membaca artikel *The Last Generation*

1.5. Kegunaan penelitian

a. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu komunikasi, khususnya untuk mengaplikasikan teori Narrative Transportation, yang digunakan untuk menjelaskan proses *Immersion* atau ‘tenggelamnya’ pembaca ke dalam dunia narasi, yang terjadi ketika konsumen media “lupa waktu, gagal mengamati peristiwa

yang terjadi di sekitar mereka, dan merasa mereka benar-benar tenggelam dalam dunia narasi”. Dalam praktiknya, konsep *Multimodality* kemudian digunakan sebagai *tools* yang dipakai untuk mengidentifikasi mode semiotik multimedia yang ada dalam sebuah artikel, dan bagaimana penataan mode-mode semiotik tersebut.

Dalam penelitian ini, *Semiotic Mode*, atau mode semiotik yang terbagi ke dalam tiga abstraksi – *Text-flow*, *Image-flow* dan *Page-flow* – digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi mode semiotik multimodal yang terdapat pada narasi berita. Sedangkan teori *Narrative Transportation*, menjadi dasar yang digunakan peneliti untuk mengidentifikasi serta mengklasifikasikan level *immersive* yang dialami pembaca.

b. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menunjukkan bagaimana penempatan mode semiotik multimodal yang tergabung dalam artikel *longform* berjudul *The Last Generation* bisa berdampak dalam menimbulkan pengalaman *immersive* bagi pembaca. Data-data di atas diharapkan dapat menjadi referensi bagi media online di Indonesia untuk mengevaluasi serta mengembangkan konten yang disajikan, sehingga bisa sesuai dengan kebutuhan khalayak pembaca.

1.6 Keterbatasan penelitian

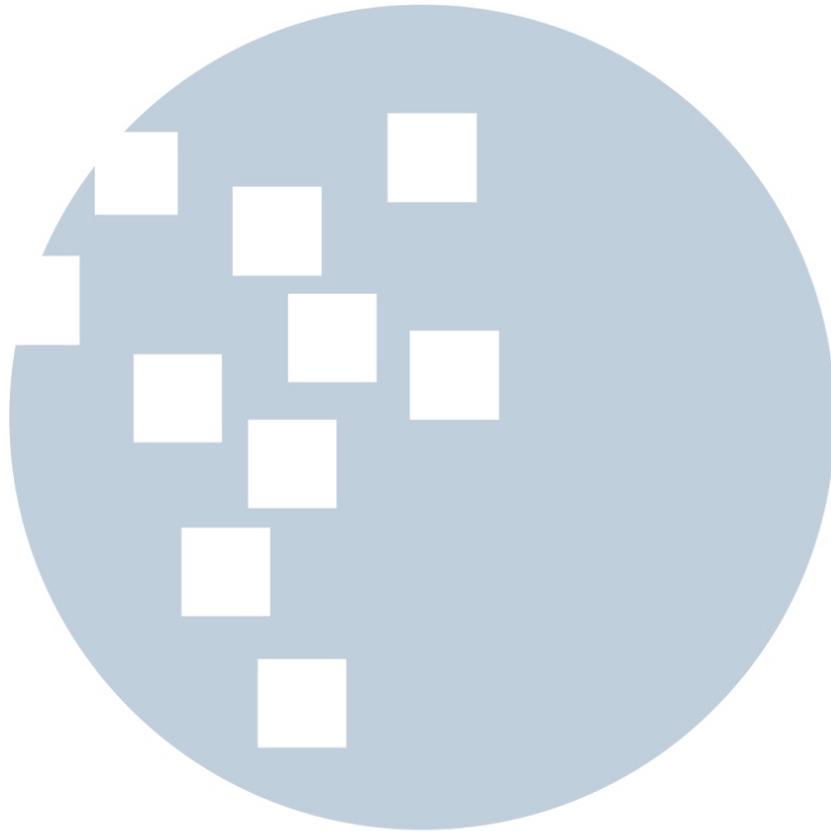
Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana mode semiotik multimodal dapat berperan dalam menimbulkan pengalaman *immersive*, yang

dijelaskan oleh teori *narrative transportation*. Salah satu indikator pembaca mendapatkan pengalaman *immersive*, adalah terbentuknya citra (*imagery*) dan pembentukan perasaan (*feelings*) terhadap karakter/tokoh utama atau narasumber dalam artikel yang diteliti. Sehingga, artikel yang dipilih untuk diteliti harus mengandung aspek yang fokus menceritakan tentang satu (atau lebih) narasumber. Jadi, teori *Narrative Transportation* tidak bisa dipakai sebagai alat ukur pengalaman *immersive* pada artikel yang membahas tentang suatu objek (benda, bukan orang). Misalnya artikel yang membahas tentang MRT, atau pesawat terbang.

Peneliti masih jarang menemukan penelitian terdahulu yang menggunakan konsep *Narrative Transportation* untuk membedah berita *longform*, sehingga peneliti kekurangan pedoman atau acuan dalam melakukan penelitian ini.

Pada praktiknya, peneliti juga hanya menerapkan konsep *multimodality* ini kepada satu dokumen multimodal atau artikel *longform*, sehingga hasil identifikasi elemen-mode semiotik yang ditemukan tidak bisa digeneralisasikan. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini juga terbatas, sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA