

ABSTRAK

Wiranata, Hendra Pradana, 2026, Analisis Retorika Visual pada Maskot Nimbus dan *Tagline Wise Beyond The Dream* sebagai Identitas Institusi di Universitas Muhammadiyah Jember. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom

Kata Kunci: Retorika Visual, Maskot, *Tagline*, *Corporate Identity*

Penelitian ini membahas analisis retorika visual pada maskot Nimbus dan *tagline* “*Wise Beyond the Dream*” sebagai identitas institusi di Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hadirnya maskot dan *tagline* sebagai bagian dari *branding kit* universitas yang tidak hanya berfungsi sebagai elemen komunikasi visual, tetapi juga sebagai representasi identitas institusi melalui pesan visual dan verbal yang bersifat persuasif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi retorika visual pada maskot Nimbus dan *tagline* “*Wise Beyond the Dream*” serta bagaimana keduanya merepresentasikan identitas Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori retorika visual Sonja K. Foss melalui tiga kriteria retorik, yaitu *symbolic action*, *human intervention*, dan *presence of audience*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan data retorika visual, dokumentasi, serta wawancara mendalam dengan pihak UPT Humas, Kesekretariatan, dan Protokoler Universitas Muhammadiyah Jember sebagai pihak pembuat maskot dan *tagline*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa maskot Nimbus dan *tagline* “*Wise Beyond the Dream*” dikonstruksikan sebagai media komunikasi visual dan verbal yang memiliki muatan pesan persuasif serta dirancang untuk membangun kedekatan dengan generasi muda. Maskot Nimbus merepresentasikan simbol mimpi, harapan, kebebasan berkreasi, dan fleksibilitas melalui visual awan bergaya *chibi semi moe* yang lucu dan komunikatif. Sementara itu, *tagline* “*Wise Beyond the Dream*” merepresentasikan nilai kebijaksanaan, pengembangan diri, dan semangat melampaui mimpi yang selaras dengan nilai *knowledge*, *morality*, dan *civilization* yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini menyimpulkan bahwa maskot dan *tagline* tidak hanya berfungsi sebagai elemen komunikasi visual, tetapi juga sebagai simbol representatif yang menguatkan citra dan identitas Universitas Muhammadiyah Jember.

ABSTRACT

Wiranata, Hendra Pradana, 2026. *Visual Rhetoric Analysis of the Nimbus Mascot and the Wise Beyond the Dream Tagline as an Institutional Identity at Muhammadiyah University of Jember. Department of Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Political Sciences. Muhammadiyah University of Jember. Guide: Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom*

Keywords: *Visual Rhetoric, Mascot, Tagline, Corporate Identity*

This research discusses the visual rhetoric analysis of the Nimbus mascot and the tagline “Wise Beyond the Dream” as the institutional identity of Universitas Muhammadiyah Jember. This study is motivated by the presence of the mascot and tagline as part of the university’s branding kit, which function not only as elements of visual communication, but also as representations of institutional identity through persuasive visual and verbal messages. This research aims to examine how visual rhetoric is constructed within the Nimbus mascot and the tagline “Wise Beyond the Dream,” as well as how both represent the identity of Universitas Muhammadiyah Jember. This study employs a descriptive qualitative approach using Sonja K. Foss’s visual rhetoric theory through three rhetorical criteria: symbolic action, human intervention, and presence of audience. Data collection techniques were conducted through visual rhetoric data collection, documentation, and in-depth interviews with the Public Relations, Secretariat, and Protocol Unit (UPT Humas, Kesekretariatan, dan Protokoler) of Universitas Muhammadiyah Jember as the creators of the mascot and tagline. The results show that the Nimbus mascot and the tagline “Wise Beyond the Dream” were constructed as visual and verbal communication media containing persuasive messages and designed to build emotional closeness with younger generations. The Nimbus mascot represents dreams, hopes, freedom of creativity, and flexibility through its adorable and communicative semi-moe chibi cloud visual. Meanwhile, the tagline “Wise Beyond the Dream” represents the values of wisdom, self-development, and the spirit of going beyond dreams, which align with the values of knowledge, morality, and civilization upheld by Universitas Muhammadiyah Jember. This study concludes that the mascot and tagline function not only as elements of visual communication, but also as representative symbols that strengthen the image and identity of Universitas Muhammadiyah Jember.