

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Wacana Multimodal Iklan Bear Brand sebagai Alternatif Bahan Ajar Teks Iklan di SMPN 1 Srengat” ini ditulis oleh Nuzula Wasima Khurriyati, dengan NIM 126210212066 dengan pembimbing Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Kata Kunci: multimodal, teks iklan, alternatif bahan ajar

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terbatasnya daya tarik bahan ajar teks iklan yang hanya mengandalkan aspek visual dan verbal, sehingga kurang memfasilitasi keterlibatan aktif peserta didik. Kondisi ini menuntut pengembangan bahan ajar yang lebih interaktif dan multimodal guna meningkatkan pemahaman serta minat belajar siswa. Kondisi ini menunjukkan perlunya bahan ajar yang lebih menarik, kontekstual, dan komprehensif.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangsih keilmuan tentang (1) Wacana multimodal dalam iklan Bear Brand Edisi Ramadan 2024 dan (2) pemanfaatan iklan Bear Brand sebagai alternatif pembelajaran teks iklan. Metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan analisis konten teks. Data utama berupa video iklan Bear Brand edisi Ramadan 2024 berdurasi 1 menit 30 detik yang diunggah melalui kanal YouTube resmi Nestle Indonesia. Analisis difokuskan pada lima elemen multimodal, yaitu unsur linguistik, visual, audio, gestural, dan spatial. Berdasarkan teori metafungsi Halliday dan kerangka multimodal dari Anstey dan Bull.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur linguistik terdiri atas 9 klausa ideasional (5 klausa proses mental, 3 klausa proses material, dan 1 klausa proses eksistensial), 9 klausa interpersonal (6 deklaratif dan 3 interogatif), serta 9 klausa tekstual. Unsur visual menampilkan dominasi warna putih memberi kesan putih dan mempromosikan produk Bear Brand. Unsur audio mencakup musik latar lembut dan narasi bersuara ramah dengan tempo lambat. Unsur gestural ditunjukkan melalui 6 ekspresi mimik dan 4 interaksi tubuh yang menggambarkan empati dan kedekatan antar tokoh. Unsur spatial tampak dalam 3 penataan ruang yang merepresentasikan suasana rumah sakit. Selain itu, iklan ini menyampaikan pesan edukatif mengenai ketulusan seorang anak dalam menghormati dan merawat ibunya. Perpaduan unsur-unsur tersebut menjadikan iklan ini relevan sebagai alternatif bahan ajar yang dapat membantu siswa memahami pesan iklan secara multimodal dan kontekstual.

ABSTRACT

The thesis entitled "Multimodal Discourse Analysis of the Bear Brand Advertisement as an Alternative Teaching Material for Advertisement Texts at SMPN 1 Srengat" was written by Nuzula Wasima Khurriyati, Student ID 126210212066, under the supervision of Lilis Anifiah Zulfa, M.Pd.

Keywords: *multimodal, advertisement text, alternative teaching material*

This research is motivated by the limited appeal of advertisement text teaching materials that rely only on visual and verbal aspects, resulting in a lack of active student engagement. This condition necessitates the development of more interactive and multimodal teaching materials to improve students' understanding and interest in learning. It reflects the need for more engaging, contextual, and comprehensive instructional materials.

This study aims to contribute academically by (1) analyzing the multimodal discourse in the Bear Brand Ramadan 2024 advertisement and (2) exploring the use of the advertisement as an alternative medium for learning advertisement texts. This study employs a descriptive qualitative method with data collected through text content analysis. The primary data source is a 1-minute-30-second video advertisement of Bear Brand's Ramadan 2024 edition uploaded on the official YouTube channel of Nestlé Indonesia. The analysis focuses on five multimodal elements: linguistic, visual, audio, gestural, and spatial, based on Halliday's metafunction theory and the multimodal framework by Anstey and Bull.

The findings show that the linguistic element consists of 9 ideational clauses (5 mental processes, 3 material processes, and 1 existential process), 9 interpersonal clauses (6 declarative and 3 interrogative), and 9 textual clauses. The visual element highlights the dominance of white, creating a clean impression and representing the Bear Brand product. The audio element includes soft background music and a friendly voice narration delivered at a slow tempo. The gestural element is expressed through 6 facial expressions and 4 body interactions showing empathy and closeness between characters. The spatial element is reflected in 3 room settings that represent a hospital environment. Furthermore, the advertisement conveys an educational message about a child's sincerity in honoring and caring for their mother. The combination of these elements makes the advertisement relevant as alternative teaching material that helps students comprehend advertisement messages multimodally and contextually.

الملخص

تحليل الخطاب متعدد الوسائط في إعلان بير براند بوصفه بديلاً لمادة تعليمية لنص الإعلان لدى طلاب "تُعَنُونُ هذه الرسالة بـ :، وقد أعدتها الطالبة نُزلاء وسيمة خُرَيَاتِي، رقم القيد"الصف الثامن في المدرسة المتوسطة الحكومية الأولى بسرنغات ١٢٦٢١٠٢١٢٠٦٦. تحت إشراف الدكتورة ليليس أنيفياه زلفى، الحاصلة على درجة الماجستير في التربية

الوسائط المتعددة، نص الإعلان، المادة التعليمية البديلة: الكلمات المفتاحية

جاءت هذه الدراسة نتيجةً لضعف جاذبية المواد التعليمية المستعملة في تدريس نصوص الإعلان، حيث تقتصر في الغالب على الجانبين البصري واللفظي فقط، مما لا يُحفِّز التفاعل النشط من قِبَل المتعلمين. وتبرز من ذلك الحاجة إلى تطوير مواد تعليمية أكثر تفاعلية وشمولية تعتمد على الوسائط المتعددة من أجل تعزيز فهم الطلبة وزيادة دافعيتهم نحو التعلُّم

وتهدف هذه الدراسة إلى وصف عناصر الخطاب متعدد الوسائط في إعلان "بير براند" إصدار رمضان ٢٠٢٤، وبيان إمكانية توظيفه بوصفه مادة تعليمية بديلة في تعليم نصوص الإعلان لطلاب الصف الثامن في المرحلة المتوسطة. اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج النوعي الوصفي، مع استخدام تقنية تحليل المحتوى النصي. وتمثلت البيانات الأساسية في فيديو إعلان بير براند الذي نُشر على القناة الرسمية لشركة نستله إندونيسيا على منصة يوتيوب، ومدته دقيقة وثلاثون ثانية

رَكَزَ التحليل على خمسة عناصر وسائطية: العنصر اللغوي، البصري، السمعي، الإيماني، والمكاني، وذلك بالاعتماد على نظرية الوظائف الأيديولوجية لمايكل هاليداي، وإطار أنستي وبول لتحليل الخطاب متعدد الوسائط

وقد أظهرت نتائج التحليل أن العنصر اللغوي يتكوّن من تسع جمل دلالية (خمس عمليات عقلية، ثلاث عمليات مادية، وجملة واحدة وجودية)، وتسع جمل تفاعلية (ست جمل خبرية وثلاث استفهامية)، وتسع جمل نصية تركيبية. أما العنصر البصري، فيتجلى في هيمنة اللون الأبيض الذي يوحى بالنقاء ويُبرز منتج بير براند. ويشمل العنصر السمعي موسيقى خلفية ناعمة وسرداً صوتياً بنبرة ودودة وإيقاع هادئ. أما الإيماءات، فتتمثل في ست تعبيرات وجهية وأربع حركات جسدية تُظهر التعاطف والارتباط بين الشخصيات. ويتجلى العنصر المكاني في ثلاثة إعدادات مكانية تُمثّل أجواء المستشفى

بالإضافة إلى ذلك، يحمل الإعلان رسالة تعليمية تتعلق بإخلاص الابن في احترام ورعاية والدته. ويجعل تكامل هذه العناصر المتعددة من الإعلان مادة تعليمية بديلة مناسبة تساعد الطلبة في فهم نصوص الإعلان بطريقة وسائطية وسياقية متكامل