

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Wacana Multimodal Iklan Beng-Beng sebagai Alternatif Bahan Ajar Teks Iklan SMP Kelas VIII” ini ditulis oleh Fitri Ayu Nur Rohmah, dengan NIM 1860210222103 dengan pembimbing Dr. Siti Zumrotul Maulida, M.Pd.I.

Kata Kunci: alternatif bahan ajar, iklan Beng-Beng, teks iklan, wacana multimodal.

Pembelajaran menulis teks iklan di SMP kelas VIII saat ini masih didominasi oleh penggunaan teks monomodal cetak, yang kurang efektif dalam menstimulasi keterampilan menulis peserta didik. Kondisi ini membuka peluang bagi pemanfaatan media audiovisual interaktif untuk memantik imajinasi dan nalar kritis. Salah satu contoh iklan komersial yang relevan adalah iklan Beng-Beng, yang sangat dekat dengan dinamika remaja. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan: (1) wacana multimodal iklan Beng-Beng, dan (2) pemanfaatannya sebagai alternatif bahan ajar teks iklan di SMP kelas VIII.

Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan mendeskripsikan: (1) wacana multimodal iklan Beng-Beng, dan (2) pemanfaatannya sebagai alternatif bahan ajar teks iklan di SMP kelas VIII. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara di SMPN 2 Sumbergempol. Data utamanya berupa tiga video iklan Beng-Beng (edisi *Share-It x BT21*, *One Hap Challenge*, dan *Enaknya Nagih*) berdurasi 15 detik (serta 30 detik khusus edisi *One Hap Challenge*). Analisis difokuskan pada lima elemen multimodal berlandaskan teori metafungsi bahasa Halliday dan kerangka multimodal model Anstey dan Bull.

Hasil analisis wacana multimodal secara keseluruhan menunjukkan adanya sinergi lima elemen yang merepresentasikan pesan edukatif tentang solidaritas persahabatan (*Share-It*). Secara rinci, ditemukan 12 data linguistik (*mood imperatif*), 13 data visual (naratif aksi, *close-up*), 18 data audio (musik *upbeat*, efek hiper-realistis), 13 data gestural (raut ekspresif, kontak tubuh), dan 11 data spatial (produk di *Centre*). Perpaduan ini membuktikan bahwa iklan Beng-Beng relevan ditransformasikan sebagai alternatif bahan ajar menulis naskah iklan (*storyboard*).

ABSTRACT

The thesis entitled "Multimodal Discourse Analysis of Beng-Beng Advertisements as an Alternative Teaching Material for Junior High School Advertising Texts Grade VIII" was written by Fitri Ayu Nur Rohmah, Student ID 1860210222103, under the supervision of Dr. Siti Zumrotul Maulida, M.Pd.I.

Keywords: alternative teaching materials, Beng-Beng advertisements, advertising texts, multimodal discourse.

The learning process of writing advertising texts in Grade VIII of Junior High School currently still relies on printed monomodal texts that lack stimulation for students' writing skills. This condition provides an opportunity for the presence of interactive audiovisual media to spark students' imagination and critical reasoning. One of these commercial advertisements is the Beng-Beng advertisement, which is closely related to youth dynamics. Therefore, this study aims to describe: (1) the multimodal discourse of Beng-Beng advertisements, and (2) its utilization as an alternative teaching material for advertising texts in Grade VIII.

This descriptive qualitative research aims to describe: (1) the multimodal discourse of Beng-Beng advertisements, and (2) its utilization as an alternative teaching material for advertising texts in Grade VIII. Data collection was conducted through observation, documentation, and interviews at SMPN 2 Sumbergempol. The primary data consisted of three Beng-Beng video advertisements (Share-It x BT21, One Hap Challenge, and Enaknya Nagih editions) with a duration of 15 seconds (and 30 seconds specifically for the One Hap Challenge edition). The analysis focused on five multimodal elements based on Halliday's language metafunction theory and the multimodal framework model of Anstey and Bull.

The results of the multimodal discourse analysis as a whole indicate the synergy of five elements that represent an educational message about the solidarity of friendship (Share-It). In detail, the findings include 12 linguistic data (imperative mood), 13 visual data (narrative action, close-up), 18 audio data (upbeat music, hyper-realistic effects), 13 gestural data (expressive features, body contact), and 11

spatial data (product in the Centre). This combination proves that Beng-Beng advertisements are highly relevant to be transformed into an alternative teaching material for writing advertisement scripts (storyboards).

الملخص

تعنون هذه الرسالة بـ "تحليل الخطاب متعدد الوسائط في إعلانات بينج-بينج بوصفه بديلاً للمواد التعليمية لنصوص الإعلانات في المدرسة المتوسطة للصف الثامن"، وقد أعدتها الطالبة فطري أبو نور رحمة، رقم القيد ١٨٦٠٢١٠٢٢٢١٠٣، تحت إشراف الدكتورة سبتي زمرة المولدة الماجستير في التربية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: المواد التعليمية البديلة، إعلانات بينج-بينج، نصوص الإعلانات، الخطاب متعدد الوسائط.

يعتمد تعلم كتابة نصوص الإعلانات في الصف الثامن من المدرسة المتوسطة حالياً على النصوص أحادية الوسائط المطبوعة التي تفتقر إلى تحفيز مهارات الكتابة لدى الطلاب. وتوفر هذه الحالة فرصة لوجود وسائط سمعية وبصرية تفاعلية لإثارة خيال الطلاب وتفكيرهم النقدي. ومن بين هذه الإعلانات التجارية إعلان بينج-بينج الذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بديناميكيات الشباب. ولذلك، تهدف هذه الدراسة إلى وصف: (١) الخطاب متعدد الوسائط في إعلانات بينج-بينج، و(٢) الاستفادة منها كبديل للمواد التعليمية لنصوص الإعلانات في الصف الثامن من المدرسة المتوسطة.

يهدف هذا البحث الكيفي الوصفي إلى وصف: (١) الخطاب متعدد الوسائط في إعلانات بينج-بينج، و(٢) الاستفادة منها كبديل للمواد التعليمية لنصوص الإعلانات في الصف الثامن من المدرسة المتوسطة. تم جمع البيانات من خلال الملاحظة والتوثيق والمقابلات في المدرسة المتوسطة الحكومية الثانية بسومبرجمبول وتتكون البيانات الأساسية من ثلاثة مقاطع فيديو لإعلانات بينج-بينج (إصدار شاركها مع بي تي ٢١، وإصدار تحدي اللقمة الواحدة، وإصدار لذة لا تقاوم) بمدة ١٥ ثانية (بالإضافة إلى ٣٠ ثانية مخصصة لإصدار تحدي اللقمة الواحدة). وركز التحليل على خمسة عناصر متعددة الوسائط بناءً على نظرية الوظائف الدلالية للغة لهاليداي وإطار العمل متعدد الوسائط لنموذج أنستي وبول.

أظهرت نتائج تحليل الخطاب متعدد الوسائط بشكل عام وجود تآزر بين خمسة عناصر تمثل رسالة تعليمية حول تضامن الصداقة والمشاركة. بالتفصيل، تم العثور على ١٢ بياناً لغوياً (صيغة الأمر)، و ١٣ بياناً بصرياً (السردي الحركي، واللقطات المقربة)، و ١٨ بياناً صوتياً (الموسيقى سريعة الإيقاع، والمؤثرات الواقعية للغاية)، و ١٣ بياناً إيمانياً (تعبيرات الوجه، والاتصال الجسدي)، و ١١ بياناً مكانياً (المنتج في المركز). ويثبت هذا التكامل أن إعلانات بينج-بينج مناسبة جداً ليطم تحويلها كبديل للمواد التعليمية في كتابة سيناريو الإعلان أو لوحة القصة.