

Abstract

Ryan Putra S.

Multimodality Analysis on Video Advertisement, A Case Study of Honda Vario Men and Women's Advertisement

Honda Vario men and women advertisement is the same product advertisement, but a different type of delivery in the context of gender intended targets. This study conducted by theory of multimodality language in advertisement, determine linguistic feature and non-linguistic features, then elaborates it using theory of language and gender. This study will be beneficial for the students of Universitas Airlangga and it will give more understanding about advertising and multimodality. Both advertisements using three attention seeking strategies from the aspect of the image that provides information about product details, verbal and text language that clarify the information about the product and layout that encapsulates all aspects of attention seeking device. Honda Vario men advertisement is dominated by many actions and women advertisement embodies the image with the elegant impression. From linguistic aspect the use of language in men advertisement tend to be every day language or informal but women advertisement tend to be formal.. Honda Vario men advertisement used an actor named Daniel Mananta, for women advertisement starring by Agnes Monica. Men advertisement has a fast character with a loud rhythm but women advertisement has an elegant background music and tends to a soft rhythm. Men advertisement have not varied colours besides dominated by black and white, but women advertisement presents varied colours.

Keywords: *Multimodality, Advertisement, Linguistic features, Non Linguistic features*

Abstrak

Ryan Putra S.

Analisis Multimodalitas pada Iklan Video, Studi Kasus Iklan Honda Vario Pria dan Wanita

Iklan pria dan wanita Honda Vario adalah iklan produk yang sama, namun jenis pengiriman berbeda dalam konteks sasaran gender yang diinginkan. Studi ini dilakukan dengan teori bahasa multimodalional dalam iklan, menentukan fitur linguistik dan fitur non-linguistik, kemudian menguraikannya dengan menggunakan teori bahasa dan jenis kelamin. Studi ini akan bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Airlangga dan akan memberi pemahaman lebih banyak tentang periklanan dan multimodalitas. Kedua iklan menggunakan tiga perhatian mencari dari aspek gambar yang memberikan informasi tentang detail produk dan tata letak yang merangkum semua aspek perangkat pencari perhatian. Iklan pria Honda Vario didominasi oleh banyak aksi dan iklan wanita mewujudkan citra dengan kesan elegan. Dari aspek linguistik penggunaan bahasa dalam iklan iklan cenderung bersifat formal .. Iklan Honda Vario menggunakan aktor bernama Daniel Mananta, untuk iklan wanita yang dibintangi oleh Agnes Monica. Iklan pria memiliki karakter yang cepat dengan ritme yang keras namun iklan wanita memiliki latar belakang musik yang elegan dan cenderung irama yang lembut. Iklan pria belum beragam warna yang didominasi warna hitam dan putih, namun Iklan wanita menghadirkan beragam warna.

Kata kunci: *Multimodality, Iklan, fitur Linguistik, Non Linguistik.*