

ANALISIS MULTIMODAL DALAM KAMPANYE HALAL KOREA MELALUI
SITUS WEB KMF (KOREA MUSLIM FEDERATION) HALAL-COMMITEE



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana pada
Program Studi Pendidikan Bahasa Korea

Oleh
Retno Indriyani
NIM 2104866

PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN BAHASA KOREA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025

**ANALISIS MULTIMODAL DALAM KAMPANYE HALAL KOREA
MELALUI SITUS WEB KMF (KOREA MUSLIM FEDERATION) HALAL-
COMMITTEE**

Oleh:

Retno Indriyani

2104866

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Bahasa Korea

©Retno indriyani

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang,

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

RETNO INDRIYANI

2104866

**ANALISIS MULTIMODAL TERHADAP KAMPANYE HALAL MELALUI
HALAMAN DEPAN SITUS WEB KMF HALAL-COMMITEE**

disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I,



Risa Triarianti, S.Pd., M.Pd., CNNLP.

NIPT. 920160119780419201

Dosen Pembimbing II,



Ashanti Widyana, S.Hum., M.A.

NIPT 920200419940427201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea



Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT.

NIPT. 920160119760228101

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Multimodal Terhadap Kampanye Halal Melalui Website KMF Halal-Commitee*” hingga tahap akhir.

Dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak sangat berarti bagi penulis hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada diri sendiri, Retno Indriyani, atas upaya yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini., dan kepada keluarga yaitu Papa dan Mama yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan bantuan, motivasi serta doa.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia dan Wakil Rektor beserta jajarannya;
2. Bapak Wawan Gunawan, M.Ed., Ph.D., selaku Dekan FPBS dan para Wakil Dekan beserta jajarannya;
3. Bapak Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea;
4. Ibu Risa Triarisanti, S.Pd., M.Pd., Dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini;
5. Ibu Ashanti Widyana, S.Hum., M.A., selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan ilmu, arahan, dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, sekaligus validator ahli yang telah memvalidasi hasil penelitian skripsi dan abstrak bahasa Korea;
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Korea Universitas Pendidikan Indonesia;
7. Bapak Asep Ahmad Suja'i, M.Pd. selaku staf administrasi Program Studi Pendidikan Bahasa Korea.

8. Yoanda Syahdilla Heryadi, Ninis Dwi Kartika, dan Aura Rizky keluarga Umi yang senantiasa menemani selama pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman magang Kak Haris, Kak Nadhif, dan Rahul, teman seperjuangan yang selalu berbagi informasi dan keluh kesah selama penyusunan skripsi
10. Teman-teman yang menemani penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini;
11. David Gabriel Iskandar, yang selalu mendukung dalam segala bentuk dukungan selama penyusunan skripsi;
12. Teman-teman Pendidikan Bahasa Korea 2021 yang sudah kebersamai dan membantu penulis sejak awal perkuliahan;

ABSTRAK

Peningkatan wisatawan Muslim ke Korea Selatan telah mendorong lembaga sertifikasi halal untuk menyampaikan informasi yang lebih efektif dan persuasif. Pendekatan multimodal menjadi relevan karena mampu menggabungkan teks, gambar, dan elemen visual lainnya untuk menyampaikan pesan yang kaya makna serta membangun citra positif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan unsur multimodal pada situs web KMF Halal Committee dalam kampanye halal Korea. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan kerangka teori multimodalitas Kress & van Leeuwen, mencakup metafungsi representasional, interpersonal, dan komposisional, serta hubungan intersemiosis antara teks verbal dan visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa situs web KMF memadukan elemen verbal dan visual secara terpadu untuk memperkuat citra sebagai lembaga sertifikasi halal yang terpercaya dan berjejaring internasional, melalui penggunaan warna, tata letak, dan simbol yang menegaskan nilai kehalalan dan kerja sama lintas negara. Kesimpulannya, penerapan multimodal pada situs web KMF terbukti efektif dalam membangun citra lembaga di mata audiens global.

Kata kunci: Kampanye Halal, KMF Halal Committee, Multimodalitas

ABSTRACT

The increase in Muslim tourists visiting South Korea has encouraged halal certification bodies to provide information that is more effective and persuasive. A multimodal approach is relevant as it combines text, images, and other visual elements to convey rich meanings and build a positive image. This study aims to analyze the use of multimodal elements on the KMF Halal Committee website in promoting the Korean halal campaign. The research method employed is descriptive qualitative analysis using Kress and van Leeuwen's multimodality framework, covering representational, interpersonal, and compositional metafunctions, as well as intersemiotic relations between verbal and visual texts. The results show that the KMF website integrates verbal and visual elements cohesively to strengthen its image as a trusted halal certification body with an international network, through the use of colors, layouts, and symbols that emphasize halal values and cross-country cooperation. In conclusion, the application of multimodality on the KMF website is proven effective in building the institution's image in the eyes of a global audience.

Keywords: Halal Campaign, KMF Halal Committee, Multimodality

초록

한국을 방문하는 무슬림 관광객의 증가는 할랄 인증 기관들이 보다 효과적이고 설득력 있는 방식으로 정보를 제공할 필요성을 높이고 있다. 다중양식(multimodal) 접근법은 텍스트, 이미지, 그리고 시각적 요소를 결합하여 풍부한 의미를 전달하고 긍정적인 이미지를 구축할 수 있다는 점에서 중요하다. 본 연구는 KMF 할랄위원회(KMF Halal Committee) 웹사이트에서 한국의 할랄 캠페인을 홍보하기 위해 사용된 다중양식 요소를 분석하는 것을 목적으로 한다. 연구 방법은 크레스(Kress)와 반 리우언(van Leeuwen)의 다중양식 이론을 적용한 기술적 질적 분석으로, 표상적, 대인적, 구성적 메타기능과 언어 텍스트와 시각 텍스트 간의 기호 간 관계를 포함한다. 연구 결과, KMF 웹사이트는 색상, 레이아웃, 상징 등을 활용하여 무슬림 친화적 가치와 국가 간 협력을 강조함으로써 신뢰할 수 있고 국제적 네트워크를 갖춘 할랄 인증 기관의 이미지를 강화하고 있는 것으로 나타났다. 결론적으로, KMF 웹사이트의 다중양식 적용은 글로벌 청중에게 기관 이미지를 구축하는 데 효과적이며, 향후 연구에서는 청중 범위를 확장하기 위해 소셜 미디어 플랫폼에서 유사한 적용을 탐구할 것을 제안한다.

주제어: 다중양식, 할랄 캠페인, KMF 할랄위원회

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
초록	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Multimodalitas	9
2.2 Linguistik Sistemik Fungsional	10
2.3 Visual Grammar	12
2.4 Intersemiosis	15
2.5 Unsur Mood	16
2.6 Kampanye Halal Korea	17
2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.8 Kerangka Berpikir	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian.....	36

3.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3 Data dan Sumber Data	38
3.4 Teknik Analisis Data	39
3.5 Uji Keabsahan data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Temuan Data	45
4.2 Unsur multimodal	45
4.2.1 Unsur Verbal	46
4.2.1.1 Judul	46
4.2.1.2 Slogan.....	52
4.2.1.3 Label Navigasi dan Menu	55
4.2.1.4 Isi Teks Penjelasan.....	60
4.2.1.5 Bahasa	64
4.2.2 Visual.....	66
4.2.2.1 Logo	66
4.2.2.2 Gambar	73
4.2.2.3 Infografis.....	81
4.2.2.4 Grafik	84
4.3 Integrasi Hubungan Verbal dan Visual	86
4.3.1 Identitas Lembaga melalui Visual dan Verbal	86
4.3.2 Navigasi Menu sebagai Panduan Informasi	90
4.3.3 Representasi Lembaga Sertifikasi Halal Internasional.....	91
4.3.4 Integrasi Gambar dan Narasi pada Konten Berita.....	94
4.3.5 Hubungan Antara Mitra Kerja Sama dan Identitas Institusi	98
4.4 Pembahasan.....	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Simpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis Mood Element dan Residue pada Judul Situs Web KMF.....	47
Tabel 4.2 Analisis Mood Element dan Residue pada slogan Situs Web KMF.....	53
Tabel 4.3 Analisis Mood Element dan Residue pada navigasi dan menu Situs Web KMF	56
Tabel 4.4 Analisis Mood Element dan Residue pada isi text penjelas Situs Web KMF	61
Tabel 4.5 Analisis Moda Visual pada logo Korea Muslim Federation (KMF) Halal Committee.....	66
Tabel 4.6 Analisis Moda Visual pada lembaga mitra internasional.....	69
Tabel 4.7 Analisis Moda Visual pada logo lembaga domestik.....	71
Tabel 4.8 Analisis Moda Visual pada berita undangan.....	73
Tabel 4.9 Analisis Moda Visual pada berita pertemuan	75
Tabel 4.10 Analisis Moda Visual pada berita pertemuan kerjasama antara thailand dan korea.....	78
Tabel 4.11 Analisis Moda Visual infografis	81
Tabel 4.12 Analisis Moda Visual pada grafik.....	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Analisis judul pada website Korea Muslim Federation (KMF)	46
Gambar 4.2 Analisis slogan pada website Korea Muslim Federation Halal Committee	53
Gambar 4.3 Analisis navigasi dan menu pada website Korea Muslim Federation Halal Committee	55
Gambar 4.4 Analisis text penjelasan pada website Korea Muslim Federation Halal Committee	61
Gambar 4.5 Analisis penggunaan bahasa.....	64
Gambar 4.6 Integrasi elemen visual dan verbal pada logo KMF.....	87
Gambar 4.7 Integrasi visual dan verbal pada navigasi menu	90
Gambar 4.8 Integrasi visual dan verbal pada logo lembaga sertifikasi halal	91
Gambar 4.9 Integrasi visual dan verbal pada laman berita undangan diplomat negara islam di korea	95
Gambar 4.10 Integrasi visual dan verbal pada laman berita dokumentasi kerja sama antara KMF dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dari Indonesia	96
Gambar 4.11 Integrasi visual dan verbal pada laman berita kerja sama antara KMF dengan lembaga sertifikasi halal CICOT dari Thailand.....	97
Gambar 4.12 Integrasi visual dan verbal pada informasi berbentuk infografis.....	99

DAFTAR PUSTAKA

- Adami, E. (2014). What's in a click? A social semiotic framework for the multimodal analysis of website interactivity. *Visual Communication*, 133-153. doi:10.1177/1470357214565583
- Aini Khalida Muslim, A. H. (2022). Exploring the Concept of Muslim Friendly Tourism. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 10(3). doi:https://doi.org/10.21427/n4fm-gb33
- Alim, H. (2022). Analisis wacana terhadap teks argumentatif persuasif dalam video iklan investasi ternak uang dan bibit. *Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan*, 275-287. doi:https://doi.org/10.26499/totobuang.v10i2.405
- Amelia Burhan, P. (2024). Diskusi Tren Wisata halal dan New Southern Policy di Korea Selatan: Promosi, Prospek, dan Konsumerisme Agama. *Multikultura*, 3(2). Retrieved from https://scholarhub.ui.ac.id/multikultura/vol3/iss2/6
- Ariana Isti'annah, A. D. (2022). Nature In Indonesian Tourism: A Multimodal Discourse Analysis. *Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan Widyaparwa*, 5(2), 319-331. doi:https://doi.org/10.26499/wdprw.v50i2.1159
- Awaludin, S. (2014). *Model Shannon dan Weaver*. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Karya Husada.
- Bateman, J. A. (2014). A multimodal discourse theory of visual narrative. *Journal of Pragmatics*, 180–208. doi:https://doi.org/10.1016/j.pragma.2014.10.001
- Bill Cope, M. K. (2009, Agustus). Multiliteracies”: New Literacies, New Learning. *Pedagogies: An International Journal*, 4(3), 164-195. doi:10.1080/15544800903076044
- Budiawan, B. I. (2018). *Hamparan Wacana : Wacana Multimodal Menurut Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen*.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Dewi, S. P. (2022). Verbal and visual sign of interaktif participants in spider-man the movie poster. *Parafrase: Jurnal Kebahasaan dan Kesastraan*, 171-185. doi:10.30996/parafrase.v22i2.7041
- Eum, I. (2018). The current state of Muslim-friendly tourism policies in non-Islamic countries: an exploratory study of Korea's approach. *Int. J. Islamic Marketing and Branding*, 3(1), 66-81.
- Gunther Kress, T. V. (2001). *Multimodal Discourse*. Gramedia.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications & Open University.
- Halliday, H. (1989). *Language, context and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford University Press.
- Halliday, M. A. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. Oxford University Press Inc.

- Jeff Bezemer, G. K. (2015). *Multimodality, Learning and Communication*. London. doi:<https://doi.org/10.4324/9781315687537>
- Jewitt, C. (2008). Multimodality and Literacy in School Classrooms. *Sage Journals*, 32(1), 241-267. doi:<https://doi.org/10.3102/0091732X07310586>
- Junaidi. (2020). Halal-friendly Tourism and Factors Influencing Halal Tourism. *Management Science Letters*. doi:10.5267/j.msl.2020.1.004
- Liu, M. (2013). Representational Pattern of Discursive Hegemony. *Open Journal of Modern Linguistics*, 3(2). doi:10.4236/ojml.2013.32018
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Michelson, K. (2016). Study Abroad: Tourism or education? A multimodal social semiotic analysis of institutional discourses of a promotional website. *Journal Permissions Nav*, 1-22. doi:10.1177/1750481315623893
- Moshin, A. B. (2020). Halal tourism is traveling fast: community perceptions and implications. *Journal of Destination Marketing and Management*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100503>
- Nurmahanani, I. (2023). Analisis Literasi Multimodal Buku Cerita Anak Bergambar Sebagai Upaya Pemilihan Bahan Ajar Membaca Permulaan Siswa Sekolah Dasar. *Edukasia: Jurnal Pendidikan dan Pemeliharaan*, 4, 541-546. doi:<https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i1.298>
- O'Halloran, K. L. (2008). Systemic functional-multimodal discourse analysis (SF-MDA): constructing ideational meaning using language and visual imagery. *Visual Communication*. doi:10.1177/1470357208096210
- Organization, K. T. (n.d.). KMF Halal Committee Muslim Friendly Tourism. Retrieved from <https://english.visitkorea.or.kr/svc/thingsToDo/subMuslimFriendly.do>
- Organization, S. T. (2014, March 5). *Visit Seoul Net official visitor guide*. Retrieved from Visit Korea: <https://english.visitseoul.net/attractions/Seoul-Central-Mosque/ENP004863>
- Paramita, V. (2022, April). Upaya Korea Selatan Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Indonesia Melalui Kampanye Muslim Friendly Tourism Korea Selatan Tahun 2019-2020. Retrieved from [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62961/1/VERENI A%20PARAMITA.HI.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/62961/1/VERENI%20PARAMITA.HI.pdf)
- Putri, S. V. (2022). Representasi Makna Maskulinitas Iklan MSGlow For Men: Analisis Multimodal Kress dan van Leeuwen. *Avan Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177-189. doi:<https://dx.doi.org/10.36080/ag.v10i2.1930>
- Ran, 염. /. (2017). An Analysis of Conceptual Terms Relating to the Muslim Tourism Market – focused on Islamic, Halal, Muslim Friendly Tourism – 무슬림 관광의 개념적 정의에 대한 연구 이슬람 관광, 할랄 관광, 무슬림 친화 관광을 중심으로. *Korea Citation Index*, 36(1), 103-130. Retrieved from

<https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002235830>

- Rosa, R. N. (2014). Analisis Multimodal Pada Iklan Sunsilk Nutrien Sampo Gingseng. *Kajian Linguistik*, 136-148.
- Said, E. W. (1995). *Orientalism*. India: Penguin Books India.
- Tran, T. (2017). READING IMAGES - THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN DESIGN Gunther Kress & Theo van Leeuwen. *VNU Journal of Foreign Studies* , 164-168. doi:10.25073/2525-2445/vnufs.4217
- Utomo, S. R. (2023). Analisis multimodal representasi Ibu pada feed Instagram @jokowi: Ibu yang berdaya (?). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25-36.