

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan pendahuluan penelitian yang terdiri atas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi penelitian. Kelima hal tersebut dipaparkan secara sistematis sebagai berikut.

1.1 Latar Belakang

Korea Selatan sebagai salah satu negara yang mengalami perkembangan sektor pariwisata dengan pesat di dunia. Berdasarkan data dari KTO terjadi peningkatan jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Korea Selatan telah berkembang menjadi salah satu destinasi wisata global yang diminati, didorong oleh gelombang Korean Wave (Hallyu) yang memperkenalkan budaya populer Korea ke berbagai penjuru dunia. Salah satu kelompok wisatawan yang mengalami peningkatan signifikan adalah wisatawan Muslim. Fenomena ini tercermin dari data Korea Tourism Organization (KTO) yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan Muslim mencapai 1 juta orang pada 2019, dan meskipun sempat menurun karena pandemi COVID-19, angka tersebut kembali meningkat menjadi 985.000 orang pada tahun 2023, atau naik sekitar 33% dibandingkan tahun sebelumnya (Korea Tourism Organisation, 2019, <https://knto.or.kr/eng/History>)

Korea Selatan, sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka, terus meningkatkan daya tariknya dengan menyediakan layanan yang inklusif bagi berbagai kelompok wisatawan, termasuk wisatawan Muslim. Hal ini terlihat dalam inisiatif pemerintah mempromosikan kampanye Halal Korea melalui platform situs web *KMF Halal Commitee*. Menurut data dari Korea Tourism Organisation meningkatnya jumlah wisatawan Muslim membawa konsekuensi pada penyediaan layanan wisata yang inklusif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kebutuhan akan makanan halal, fasilitas ibadah, hingga akses informasi yang akurat menjadi tantangan utama bagi negara sekuler seperti Korea Selatan. Sebagai respons

terhadap fenomena tersebut, pemerintah Korea melalui KTO meluncurkan kampanye "Halal Korea" sejak 2017 dengan target awal menarik lebih dari 1,2 juta wisatawan Muslim per tahun. Sejak tahun 2015 Korea Selatan sudah mengadakan Halal Restaurant Week untuk mempromosikan makanan halal di Korea Selatan. Acara ini diadakan sebagai bentuk dukungan pemerintah kepada wisatawan Muslim untuk memenuhi kebutuhan makanan halalnya. (Korea Tourism Organization, 2018, <https://knto.or.kr/eng/>).

Berdasarkan laporan dari KTO jumlah wisatawan muslim yang datang ke Korea meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat sekitar 750 ribu wisatawan Muslim yang datang ke Korea pada 2014 dan sekitar 970 ribu pada tahun 2018. Terdapat sekitar 17,5 juta wisatawan dari seluruh dunia pada tahun 2019. Jumlah wisatawan Muslim ke Korea terus bertambah dan mayoritas wisatawan Muslim tersebut diketahui berasal dari Indonesia dan Malaysia. Jumlah Muslim Malaysia yang bepergian ke Korea meningkat sekitar 20% setiap tahunnya. Begitu pula dengan jumlah wisatawan Muslim asal Indonesia ke Korea yang terindikasi meningkat (Korea Tourism Organization, 2018). Sebagian besar wisatawan Asia Tenggara termasuk Muslim Indonesia dan Malaysia, datang ke Korea sebagai dampak dari Hallyu, sehingga mereka ingin merasakan budaya Korea seperti di K-Drama dan K-Pop. Akan tetapi, banyak juga yang pergi ke Korea untuk perawatan medis.

Kampanye ini tidak hanya mencakup sektor pariwisata, melainkan juga didukung oleh industri makanan dan minuman. Pemerintah Korea, melalui kerja sama dengan *Korea Muslim Federation* (KMF) dan *Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs* (MAFRA), telah membangun sistem sertifikasi halal domestik dan ekspor, serta memperluas jumlah restoran, kafe, dan produk makanan bersertifikat halal—termasuk produk populer seperti ramyeon halal oleh Samyang dan Nongshim. Selain itu, pengembangan teknologi digital dilakukan melalui peluncuran aplikasi “MUFKO” dan website “*KMF Halal Commitee*” yang memudahkan wisatawan Muslim menemukan restoran halal, waktu salat, arah kiblat, hingga lokasi masjid terdekat. (Korea Muslim Federation, 2022)

Website KMF Halal Committee merupakan salah satu media utama dalam kampanye halal Korea yang berperan penting dalam membentuk citra Korea Selatan sebagai negara yang ramah terhadap komunitas Muslim global. Sebagai lembaga resmi yang menaungi proses sertifikasi halal sejak tahun 1994, Korea Muslim Federation melalui situs ini tidak hanya menyampaikan informasi administratif, tetapi juga mengedepankan pendekatan multimodal untuk mendukung visibilitas dan kredibilitas kampanye halal (Korea Muslim Federation, 2023). Informasi dalam situs disajikan dalam bentuk kombinasi teks, gambar, simbol, grafik, serta dokumentasi kerja sama internasional semuanya diarahkan untuk menunjukkan bahwa Korea memiliki sistem halal yang profesional, terpercaya, dan diakui secara global (Burhan, 2024).

Multimodal merupakan suatu istilah yang digunakan untuk mengacu pada cara individu berkomunikasi menggunakan dua atau lebih mode yang berbeda pada saat yang bersamaan (Kress & van Leeuwen, 1996). Multimodalitas merupakan sebuah domain dimana teori mendapatkan aplikasinya atau aplikasi dari teori tentang suatu makna. Dalam bukunya mengatakan, “*Multimodality names the field, in which semiotic work takes place, a domain for enquiry, a description of the space and of the resource that enter into meaning in some way or another*” (Kress, 2011). Situs web *KMF Halal Commitee* digunakan sebagai platform utama untuk mempromosikan pariwisata Korea, termasuk Halal Korea. Kampanye ini menggunakan berbagai elemen multimodal seperti teks, gambar, logo, dan foto digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif (Zakir, dkk, 2021).

Dalam multimodalitas, masing-masing moda memiliki kapasitas yang setara, unik, dan tidak bekerja berdasarkan prinsip hierarkis. Misalnya, untuk mengkomunikasikan gagasan mengenai makanan halal, ada beragam moda semiotik yang bisa dipakai untuk mengekspresikannya. Makanan halal bisa diekspresikan secara verbal dengan menggunakan ilustrasi *halal menu available* atau *pork free*. Makanan halal juga bisa diekspresikan dengan gambar makanan halal seperti gambar ikan dan gambar hewan babi yang diberi tanda garis miring yang menandakan bebas dari kontaminasi babi. Moda bahasa tulis, moda ilustrasi, dan moda warna memiliki kapasitas yang berbeda untuk mengekspresikan makna

Retno Indriyani, 2025

ANALISIS MULTIMODAL DALAM KAMPANYE HALAL MELALUI WEBSITE KMF (KOREA MUSLIM FEDERATION) HALAL-COMMITTEE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tentang makanan halal. Seluruh moda itu membangun sebuah *multimodal ensemble-a designed complex of different modes* yang bekerja sama membangun sebuah makna (Kress, 2015).

Dalam konteks linguistik, analisis multimodal menjadi penting untuk mengungkap bagaimana bahasa dan visual bekerja sama membangun makna dalam kampanye halal Korea. Menurut Kress & van Leeuwen (2006), setiap moda semiotik memiliki potensi makna yang unik dan setara. Misalnya, pesan tentang makanan halal dapat dikonstruksi melalui teks (halal menu available), ikon visual (gambar daging ayam dengan simbol halal), maupun warna (hijau sebagai simbol keislaman). Kombinasi moda ini menghasilkan multimodal ensemble yang berfungsi meyakinkan audiens tentang kehalalan produk dan kesiapan Korea sebagai destinasi ramah Muslim (Ibrahim & Hassan, 2020).

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya kebutuhan representasi halal di ranah digital, terutama melalui media resmi seperti website KMF Halal Committee. Di era globalisasi, website berperan tidak hanya sebagai media informasi tetapi juga sebagai sarana pembentukan citra (branding) dan legitimasi halal secara global. Analisis multimodal terhadap situs ini akan memperlihatkan bagaimana Korea mengonstruksi citra negara ramah Muslim, sekaligus menunjukkan bagaimana representasi visual dan linguistik bekerja membangun makna ideologis dan persuasif.

Novelty (kebaruan penelitian) terletak pada fokus analisis multimodal dalam kampanye halal Korea melalui website KMF Halal Committee, sebuah objek yang masih jarang dikaji dalam bidang linguistik. Penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti analisis multimodal pada iklan komersial (Rosa, 2014; Putri, 2022; Utomo, 2023) atau promosi pariwisata domestik (Isti'anah, 2022). Namun, kajian yang secara spesifik menelaah website sertifikasi halal Korea sebagai medium representasi multimodal masih terbatas, padahal fenomena ini relevan dengan dinamika komunikasi lintas budaya, ideologi agama dalam media digital, dan strategi global branding halal. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru bagi studi linguistik terapan, khususnya pada bidang multimodal discourse analysis dalam wacana digital halal.

Retno Indriyani, 2025

ANALISIS MULTIMODAL DALAM KAMPANYE HALAL MELALUI WEBSITE KMF (KOREA MUSLIM FEDERATION) HALAL-COMMITTEE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Penelitian sebelumnya telah menggunakan pendekatan multimodal. Namun, belum banyak penelitian mengenai analisis multimodal website. Penelitian yang dilakukan oleh Rusdi Noor Rosa (2014) yang berjudul “Analisis Multimodal Pada Iklan Sunsilk Nutrien Sampo Gingseng”. Penelitian ini membahas tentang keunggulan atau manfaat produk sampo terbarunya dengan melihat menggunakan representasi dari komunikasi visualnya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Samuel Rihi Hadi Utomo (2023) yang berjudul Analisis multimodal representasi Ibu pada *feed* Instagram @jokowi: Ibu yang berdaya (?). Penelitian ini membahas mengenai ruang representasi ibu yang ideal dari segi budaya dan media, budaya patriarki banyak mengambil peran penting dalam representasi ibu menggunakan teori analisis multimodal dari Kress dan van Leeuwen. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Santika Vania Putri (2022) yang berjudul Representasi makna maskulinitas iklan MS Glow for men: analisis multimodal Kress dan van Leeuwen. Penelitian ini menggunakan teori multimodal oleh Kress dan van Leeuwen yang menganalisis kompleksitas sumber semiotik dalam pembuatan makna dalam iklan.

Berdasarkan hasil penelusuran, kajian bidang bahasa dengan objek *website KMF Halal Commitee* masih jarang dilakukan dengan menggunakan alat analisis multimodal. Artinya, analisis multimodal yang digunakan dalam *website* belum diteliti secara mendalam dan spesifik. Adapun penelitian yang cukup relevan dengan penggunaan analisis multimodal, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ariana Isti'anah, A.D (2022) yang berjudul *Nature In Indonesian Tourism: A Multimodal Discourse Analysis*. Penelitian ini menganalisis makna interaktif dan interpersonal dari sumber daya multimodal, khususnya fitur visual seperti kontak, jarak, dan sudut pandang dengan mendasar pada teori multimodal oleh Kress dan van Leewen. Hasil penelitian ini menyoroti adanya pergeseran ke arah analisis wacana multimodal dalam memahami penyajian alam dalam pariwisata Indonesia dan implikasinya terhadap penelitian dan promosi pariwisata.

Berdasarkan pemaparan di atas, adapun urgensi dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai unsur multimodalitas yang terdapat dalam Friendly Tourism pemahaman atas kebutuhan untuk memahami efektivitas kampanye Halal Korea di Korea Selatan dalam menarik wisatawan Muslim yang disampaikan secara

Retno Indriyani, 2025

ANALISIS MULTIMODAL DALAM KAMPANYE HALAL MELALUI WEBSITE KMF (KOREA MUSLIM FEDERATION) HALAL-COMMITTEE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

multimodal melalui berbagai komunikasi visual dan verbal dalam kampanye tersebut. Hal ini tidak hanya akan membantu masyarakat mendapatkan informasi mengenai pengalaman pariwisata yang inklusif dan nyaman bagi wisatawan Muslim, tetapi juga dapat memberikan hubungan yang positif antara Korea Selatan dan komunitas Muslim global, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui diversifikasi pasar pariwisata dengan menggunakan analisis multimodal karena dapat memaknai setiap hal yang ada di dalam *website* tersebut. Pemilihan *website KMF Halal Committee* sebagai objek dalam penelitian ini dikarenakan *website* merupakan salah satu media penyampaian pesan yang terdapat lebih dari satu mode komunikasi yang mana membutuhkan penafsiran lebih lanjut untuk memahami setiap pesan dan makna yang disampaikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diamati maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana unsur multimodal (verbal dan visual) digunakan dalam *website KMF Halal Committee*?
2. Bagaimana integrasi antar-modalitas (verbal dan visual) mendukung pesan kampanye Halal Korea pada *website KMF Halal Committee*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah hasil dari jawaban atas rumusan masalah. Berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui bagaimana unsur multimodal (verbal dan visual) digunakan dalam *website KMF Halal Committee*?
2. Untuk mengetahui bagaimana integrasi antar-modalitas (visual dan verbal) mendukung pesan kampanye *Halal Korea* untuk menarik wisatawan Muslim.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan penggunaan dari penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan analisis multimodal di bidang bahasa.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat praktis selain manfaat teoritis. Berikut adalah beberapa manfaat praktis dari penelitian ini:

- a) Hasil penelitian ini dapat diharapkan sebagai referensi penelitian yang bersifat relevan.
- b) Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi penggunaan bahan ajar terkait penggunaan kajian multimodalitas dalam bahasa Korea ataupun bahasa asing lainnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian terbagi dalam tiga aspek utama, yaitu topik penelitian, subjek penelitian, dan metode penelitian yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Topik Penelitian

Topik penelitian ini berfokus pada analisis multimodal dalam kampanye Halal Korea yang disampaikan melalui website resmi pariwisata Korea Selatan, yaitu KMF Halal Committee. Penelitian ini menelaah bagaimana elemen verbal (teks) dan visual (gambar, ikon, tata letak, dan symbol visual lainnya) digunakan secara terpadu untuk membentuk representasi pariwisata ramah Muslim.

2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konten kampanye Halal Korea yang terdapat dalam website KMF Halal Committee (<https://kmf.or.kr>), khususnya halaman dan bagian yang menampilkan informasi, promosi, serta panduan wisata yang ditujukan bagi wisatawan Muslim. Konten yang dianalisis

meliputi teks verbal, gambar visual, serta elemen multimodal lain yang relevan dalam menyampaikan pesan kampanye.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis multimodal. Teori utama yang digunakan meliputi:

- a. Teori Multimodal Kress dan van Leeuwen (1996) untuk menganalisis elemen visual,
- b. Linguistik Sistemik Fungsional (LSF) oleh Halliday untuk menganalisis elemen verbal, dan
- c. Teori Intersemiosis untuk menganalisis integrasi antara moda verbal dan visual.

Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan observasi non-partisipatif terhadap halaman *website* terkait, lalu dianalisis dengan menggunakan kerangka multimodal untuk mengungkap strategi komunikasi dan representasi yang dibangun dalam kampanye tersebut.