

**ANALISIS MULTIMODAL PADA IKLAN TV LAYANAN MASYARAKAT
TENTANG COVID 19**

TESIS

Diajukan sebagai syarat memperoleh Gelar Magister pada Program Studi Linguistik
Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia



Disusun Oleh:

DWI RANTI YOVIANA

2002560

**PROGRAM STUDI LINGUISTIK
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

**ANALISIS MULTIMODAL PADA IKLAN TV LAYANAN MASYARAKAT
TENTANG COVID 19**

Oleh:

Dwi Ranti Yoviana

S. Pd IAIN Batusangkar, 2019

Sebuah tesis yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Humaniora (M. Hum) pada Program Studi Linguistik Sekolah Pascasarjana
Universitas Pendidikan Indonesia

@ Dwi Ranti Yoviana

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Tesis ini tidak boleh diperbanyak, seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa seijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**ANALISIS MULTIMODAL PADA IKLAN TV LAYANAN MASYARAKAT
TENTANG COVID 19**

Oleh

**Dwi Ranti Yoviana
NIM 2002560**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Wawan Gunawan, M.Ed., Ph.D.
NIP. 19720916 200003 1 001

Pembimbing II



Yanty Wirza, M.Pd, M.A, Ph.D
NIP. 19770115 200501 2 003

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Linguistik
Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Pendidikan Indonesia**



Wawan Gunawan, M.Ed., Ph.D.
NIP. 19720916 200003 1 001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Analisis Multimodal Pada Iklan TV Layanan Masyarakat Tentang Covid 19” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan dengan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap karya ini.

Bandung, September 2022

Yang membuat pernyataan



Dwi Ranti Yoviana

NIM. 2002560

ABSTRAK

Dwi Ranti Yoviana, 2002560, Analisis Multimodal Pada Iklan TV Layanan Masyarakat Tentang Covid 19

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam kehidupan. Salah satunya kemajuan dalam menyebarkan informasi seperti media pemberitaan elektronik. Penyebaran informasi pada awalnya disebar dari mulut ke mulut. Seiring perkembangan zaman iklan dapat disebar melalui banyak media diantaranya surat kabar, televisi, media online dan media lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tentang iklan tv layanan masyarakat dalam menyajikan unsur verbal dan juga unsur visual serta pesan utama yang tersaji. Teori yang digunakan dalam menganalisis unsur verbal yaitu teori Halliday (1985) dan teori yang digunakan dalam unsur visual yaitu teori Kress dan van Leeuwen (2006, 2020) dan teori Baldry dan Thibault (2006). Berdasarkan temuan dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa unsur verbal dan unsur visual yang tersaji dalam iklan tv layanan masyarakat saling berkaitan satu dengan yang lainnya dalam proses penyampaian informasi, serta pesan utama yang tersaji yang disajikan merupakan poin penting yang dibahas dalam iklan tv layanan masyarakat.

Kata Kunci: Covid 19, Iklan Layanan Masyarakat, Multimodal

ABSTRACT

Dwi Ranti Yoviana, 2002560, Multimodal Analysis of Public Service TV Advertisements About Covid 19

The development of technology brings many changes in life. One of them is progress in disseminating information such as electronic news media. Dissemination of information was initially spread by word of mouth. Along with the times, advertising can be spread through many media including newspapers, television, online media, and other media. This study aims to identify public service television advertisements in presenting verbal elements as well as visual elements as well as the main message presented. The theory used in analyzing the verbal element is the theory of Halliday (1985) and the theory used in the visual element is the theory of Kress and van Leeuwen (2006, 2020) and the theory of Baldry and Thibault (2006). Based on the findings and data analysis, it is certain that the verbal and visual elements presented in public service television advertisements are interrelated with one another in the process of delivering information, and the main message presented is an important matter discussed in public service television advertisements.

Keywords: Covid 19, Public Service Advertisement, Multimodal

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil 'alamiin. Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran *Allah Subhanahu Wata'ala*, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Humaniora (M. Hum) di Program Studi Linguistik, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Baginda Besar Nabi Muhammad *Shallallahu'alaihi Wa Sallam*.

Tesis ini berjudul “*Analisis Multimodal Pada Iklan TV Layanan Masyarakat Tentang Covid 19*”. Tesis ini dapat diselesaikan di bawah bimbingan dari Bapak Wawan Gunawan, M.Ed., Ph.D sebagai pembimbing I dan Ibu Yanty Wirza, M.A, Ph.D sebagai pembimbing II. Tesis ini merupakan aplikasi penelitian dari Halliday dan Kress untuk mengungkap realisasi struktur generik, fitur leksikogramatika serta unsur multimodal yang digunakan dalam pembuatan iklan TV. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berupa wawasan bagi peneliti selanjutnya yang mengeksplorasi lebih dalam mengenai iklan layanan masyarakat.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dari segi pengerjaan maupun isi dari penelitian tersebut. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk meningkatkan keilmiahan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap tesis ini menjadi penelitian yang berkontribusi terhadap perkembangan ilmu kebahasaan, khususnya dalam kajian Analisis Multimodal.

Bandung, September 2022

Penulis



Dwi Ranti Yoviana

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil 'alamiin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala*, karena atas segala rahmat, karunia dan lindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya. Shalawat serta Salam senantiasa tercurah kepada Baginda Besar Nabi Muhammad *Shallallahu'alaihi Wa Sallam*.

Proses penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah berkontribusi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Wawan Gunawan, M. Ed, St., Ph.D selaku Ketua Program Studi Linguistik Universitas Pendidikan Indonesia dan Pembimbing I atas segala kesabaran dan waktu nya untuk membimbing penulis dan memperlancar proses penyelesaian tesis ini;
2. Ibu Yanty Wirza, S.Pd, M.Pd., M.A., Ph.D sebagai pembimbing II yang telah sabar membimbing penulis dalam memberikan arahan selama proses penulisan penyelesaian tesis ini;
3. Bapak Prof. Dr. Aceng Ruhendi Saifullah, M. selaku pembimbing akademik yang telah meluangkan waktu dan memberikan perhatian lebih kepada penulis;
4. Ibu Dr. Retty Isnendes, S.Pd, M.Hum, dan Bapak Dr. Budi Hermawan M.PC selaku penguji pada proses penyelesaian tesis ini yang telah dengan sabar memberikan masukan dan juga saran untuk perbaikan tesis untuk menjadi tesis yang layak;
5. Seluruh dosen Program Studi Linguistik Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan wawasan dan masukan kepada penulis;
6. Ibu Senny Lusiana, S.E selaku Sekretaris Program Studi Linguistik Universitas Pendidikan Indonesia yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi mengenai perkuliahan dan penyusunan tesis ini;
7. Kedua orang tuaku tercinta papa (alm) Yulfion dan mama Jusnita, abang Yori Fernando, adik Yuri Choiratinnissa dan Mhd Farrel Alifi, dan keluarga besar

yang telah memberikan segala do'a, semangat, dan dukungan secara penuh kepada penulis demi kelancaran penyusunan tesis ini;

8. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2020: Elda Mnemonica, Sufiatun, Erin Bella Andini, Yanti Basri, Mayirga, Dwi Qotrunnada serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu dalam memberi semangat, masukan, dan dukungan selama proses perkuliahan sampai tahap penyusunan tesis ini.
9. Keluarga besar lantai 2: Ibu Dr. Sudarti, M.Pd, ibu Dr. Asni, ibu Dr. Wita, ibu Dr. Lussy Anggraeni, bapak Karel M.Pd, Uni Felia Siska M,Pd, bapak Dr. Inoki M.PD, teh sinta M.Pd, dan tim lantai 2 Pascasarjana UPI, selaku ibu, bapak, kakak, rekan, dan mentor yang selalu memberikan semangat dan juga motivasi dalam proses penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, khususnya rekan-rekan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Tiada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk membalas jasa semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan tesis ini, kecuali seuntai do'a yang dipanjatkan kehadirat-Nya. Semoga *Allah Subhanahu Wata'ala* membalas kebaikan semua pihak dengan limpahan karunia-Nya. Aamiinn.

Bandung, Agustus 2022

Dwi Ranti Yoviana

NIM. 2002560

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Definisi Operasional	8
1.6 Struktur Penulisan Tesis	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 <i>Multimodality (Multimodalitas)</i>	10
2.2 <i>Systemic Functional Linguistic (Tata Bahasa Fungsional)</i>	12
2.3 Systemic Fungtional – Multimodal Discourse Analysis (SF-MDA)	13
2.4 Metafungsi Bahasa	16
2.4.1 Metafungsi Bahasa Verbal	16
2.4.1.1 Jenis – jenis Proses dalam Transitivitas	18
2.4.1.2 Circumstance Element	22
2.4.2 Metafungsi Bahasa Visual	28
2.4.2.1 Metafungsi Ideasional	29
2.4.2.2 Metafungsi Interpersonal	30
2.4.3 Metafungsi Bahasa Visual Baldry dan Thibault (2006)	32

2.4.3.1	<i>Row number and time specification</i>	32
2.4.3.2	<i>Visual frames and shots (Bingkai visual dan bidikan)</i>	33
2.4.3.3	<i>Phases (fase)</i>	34
2.4.3.4	Soundtrack	35
2.5	Iklan	36
2.6	<i>Corona Virus Disease 2019 (COVID 19)</i>	37
2.7	Penelitian yang Relevan	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Teknik Penelitian	43
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.2	Teknik Pengolahan Data	44
3.3	Instrumen Penelitian	45
3.3.1	Instrumen Pengumpulan Data	45
3.3.2	Instrumen Pengolahan Data	46
3.4	Data dan Sumber Data	47
3.4.1	Data	47
3.4.2	Sumber Data	48
3.5	Prosedur Penelitian	48
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Temuan Umum	51
4.1.1	Penyajian verbal dalam iklan TV layanan masyarakat tentang Covid 19	51
4.1.2	Penyajian visual dalam iklan TV layanan masyarakat tentang Covid 19	53
4.2	Pembahasan	55
4.2.1	Analisis penyajian verbal dalam iklan TV layanan Masyarakat tentang Covid 19	55
4.2.2	Analisis penyajian visual dalam Iklan TV layan masyarakat tentang COVID 19	76
4.3	Pesan Utama yang disajikan oleh unsur Verbal dan Visual dalam pemberitaan COVID 19	123
4.4	Pembahasan Umum	129

BAB V. SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	135
5.1 Simpuln	135
5.2 Implikasi	137
5.3 Rekomendasi	137
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	142

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis – jenis makna dalam SFT.....	14
Tabel 2.2 Contoh proses material	18
Tabel 2.3 Contoh <i>recipient</i>	19
Tabel 2.4 Contoh proses atributif.....	20
Tabel 2.5 Contoh proses <i>existential</i>	21
Tabel 2.6 <i>The Boundaries of Behavioral Process</i>	21
Tabel 2.7 Jenis sirkumstan dan contohnya.....	25
Tabel 3.1 Instrumen Pengumpulan Data	46
Tabel 3.2 Transitivitas Halliday (1984)	46
Tabel 3.3 Sirkumstan	46
Tabel 3.4 Realisasi proses dan partisipan	47
Tabel 3.5 Analisis tata bahasa visual	47
Tabel 3.6 Judul iklan tentang Covid 19	48
Tabel 4.1 Distribusi Proses pada 10 iklan.....	52
Tabel 4.2 Distribusi Komponen Visual.....	53
Tabel 4.3 Cuplikan iklan 1	79
Tabel 4.4 Cuplikan iklan 2	85
Tabel 4.5 Cuplikan iklan 3.....	91
Tabel 4.6 Cuplikan iklan 4.....	99
Tabel 4.7 Cuplikan iklan 5	104
Tabel 4.8 Cuplikan iklan 6.....	108
Tabel 4.9 Cuplikan iklan 7	112
Tabel 4.10 Cuplikan iklan 8.....	115
Tabel 4.11 Cuplikan iklan 9	118
Tabel 4.12 Cuplikan iklan 10.....	122
Tabel 4.13 Pesan utama verbal dan visual Covid 19	125

Tabel 4.14 Pesan utama verbal dan visual Mencuci tangan.....	125
Tabel 4.15 Pesan utama verbal dan visual Vaksin dan Vaksinasi	128

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, (2014). Metode penelitian kualitatif. Jakarta: Rajawali Press.
- Aisyah, Sarah. (2017). *A Multimodal Analysis of Cosmetic Advertisement*. Skripsi. Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Alwasilah, A. (2008). *Pokoknya Kualitatif: Dasar - dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Pustaka Raya.
- Ardianto, Alvinaro. (2010). Metode penelitian untuk public relations kuantitatif dan kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bateman, J. a., & Schmidt, K.-H. (2012). *Multimodal Film Analysis: How Films Mean, Studies in Multimodality*. Routledge
- Butt, D. et al. 2000. *Using functional grammar: An explorer's guide*. Macquarie University
- Bloor, T., and Bloor, M. 2004. *The functional analysis of english*. Arnold.
- Beard, A. (2000). The Language of Politics. In Philosophy Research Archives (First ed.). Routledge Taylor and Francis Group.
- Chadler, Daniel. (2007). *Semiotics: The Basics. 2nd Ed*. Routledge.
- Center of Disease Control and Prevention. (2020). Laporan Terbaru mengenai Efek Vaksin COVID 19. Diakses melalui <https://covid19.go.id/p/berita/laporan-terbaru-cdc-mengenai-efek-samping-vaksin-covid-19>
- Cheng, Y & Liu, W. (2014). A Multimodal Discourse Analysis of the relationship between Pi and Rchard the Tiger in the Movie life of Pi and Richard the Tiger in the Movie life of Pi. *International Journal of Language and Literature*. December 2014, 2 (4), 191-219. Accessed in 18-04-2017.
- Creswell, J.W. (2002). *Qualitative and Quantitative Apparoaches*. Dialih bahasakan oleh Angkatan III dan IV KIK-UKI bekerja sama dengan Nur Khabibah. KIK Press.
- Department of Health and Social Care. Priority groups for coronavirus (COVID-19) vaccination: advice from the JCVI, 2 December 2020 [Internet]. gov.uk. 2020 [cited 2020 Dec 20]. Available from: <https://www.gov.uk/government/publications/prioritygroups-for-coronavirus-covid-19-vaccination-advicefrom-the-jcvi-2-december-2020/priority-groups-forcoronavirus-covid-19-vaccination-advice-from-thejcvi-2-december-2020>
- Desi, Citra Dwi, J. S. (2021). Cara Pencegahan COVID 19. *PROCEEDING Seminar Nasional*, 111-116.

Dwi Ranti Yoviana, 2022

ANALISIS MULTIMODAL PADA IKLAN TV LAYANAN MASYARAKAT TENTANG COVID 19

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

- Downing, Angela, Locke, Philip, (2006). *English Grammar. A University Course, 2nd ed.* Routledge.
- dr. Pittara. (2022). COVID-19: Gejala, Penyebab, dan Cara Mengobati. Diakses melalui <https://www.alodokter.com/covid-19>
- Eggins, S. (2004). *An introduction to systemic functional linguistics*. Continuum International Publishing Group.
- Fitzgerald, B. and Young, L. (2006). *The Power of Language: How Discourse Influences Society*. London: Equinox Publishers.
- Gerot, L., and Wignell, P. (1994). *Making sense of Functional Grammar*. Gerd Stabler.
- Halliday, M. (1994). *An Introduction to Functional Grammar Second Edition*. London: Edward Arnold.
- Halliday, M. A. K. (Michael A. K., & Webster, J. (2002). *Linguistic studies of text and discourse*. Continuum.
- Hermawan, B. (2013). *Multimodality: Menafsir Verbal, Membaca Gambar dan Memahami Teks*. FPBS, Universitas Pendidikan Indonesia.
- <https://www.liputan6.com/news/read/4964641/jokowi-umumkan-masyarakat-boleh-lepas-masker-ini-pernyataan-lengkapnya>
- Iedema, R. (2003). *Multimodality, Resemioticization: Extending the Analysis of Discourse as a Multisemiotic Practice*, *Visual Communication* 2.
- Jefkins, F. (1997). *Periklanan*. Erlangga.
- Jewitt, Carey J. B. (2016). *Introducing Multimodality*. Routledge.
- Kasali, Rhenald. (2007). *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti.
- Kemp, G. (2018). *What is This Thing Called Philosophy of Language?* Routledge.
- Kress, G., and van Leeuwen, T. (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). *Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout*. In Bell, Allan. and Garret, Peter (Eds), *Approaches to Media Discourse*. Blackwell.
- Kress, G., and van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse The mode and media of contemporary communication*. Oxford University Press.

- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design. Second Edition*. Routledge
- Kress, G., and van Leeuwen, T. (2020). *Reading Images (the Grammar of Visual Design)*. Routledge.
- Kusumastuti, I. (2018). Mutimodal Analysis of TV Commercial in Teaching Advertisement: Stimulating Students' Critical Thinking. *Indonesian Journal of English Education (IJEE)*, 35 - 48.
- Koçyiğit, M. (2018). A literature review on the viral advertising narrative structure. *In Brand Culture and Identity: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. 3. 1363–1379. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7116-2.ch073>
- Leo Panirman, e. (2021). Manajemen Enam Langkah Cuci Tangan Menurut Ketentuan WHO . *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 105 - 113.
- Lim-fei, V., Tan, S., & Yin, K. (2017). Multimodal Translational Research: Teaching Visual Texts. *New Studies in Multimodality: Conceptual and Methodological Elaborations, December 2016*. <https://doi.org/10.5040/9781350026544.0014>
- Liu, Y. C. (2014). A Multimodal Discourse Analysis of the Realtionship between Pi and Richard the Tiger on the Movie of Pi. *International Journal of Language and Literature*, 191 - 219.
- Miller, G. R. (1980). On being persuaded: some basic distinctions. In M. E. Roloff & G. R. Miller (Eds.), *Persuasion: New directions in theory and research* (p. 11-28). Beverly Hills, CA: Sage.
- Mukaromah, D. H. (2017). Iklan Layanan Masyarakat dan Respon Khalayak. *Islamic Communication Journal*, 219-235.
- Napitupulu, L. H., Bako, E. N., Ars, N. R., & Zein, T. (2018). A Multimodal Analysis of Advertisement of Online Marketplace Shopee. *KnE Social Sciences*, 3(4), 452. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i4.1955>
- Nisa, N. K. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dalam Pemasaran Sosial. *Jurnal Interaksi*, 4 (2), 158 - 164.
- O'Halloran, K. L. (2004). 'Visual Semiosis in Film', in K. L. O'Halloran (ed) *Multimodal Discourse Analysis*. London & NY: Continuum, pp. 109-130.
- Pardi, A. A. (2018). Multimodal in Audiovisual Advertisment. *AICILL The 1st Annual International Conference on Language and Literature* , 659-668.
- Ramadhanty, Zaqia Putri. (2021). *Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat KEMENKES RI versi "Ayo Jaga Keluarga dan Bangsa Indonesia dengan Mencegah*

Penularan COVID 19” Terhadap Perilaku Hidup Bersih dan Sehat: Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

- Royce, Terry D., 2007. Intersemiotic complementarity: a framework for multimodal discourse analysis. In: Royce, T.D., Bowcher, W.L. (Eds.), *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*. Lawrence Erlbaum, Mahwah, 63–110.
- Rustanti Raharjo, A., Nuruddin Hidayat, D., & Jalil, N. (2020). *Multimodal Analysis Of Wardah Lipstick Advertisement*. In *Multimodal Analysis Of Wardah Lipstick Advertisement Elite Journal*, 7 (2).
- Saputra, Muhammad Genantan. (2022). Jokowi Umumkan Masyarakat Boleh Lepas Masker, Ini Pernyataan Lengkapnya. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/news/read/4964641/jokowi-umumkan-masyarakat-boleh-lepas-masker-ini-pernyataan-lengkapny>
- Sinar, T. S. (2012). *Teori & Analisis Wacana Pendekatan Linguistik Sistemik Fungsional*. Mitra
- Sinar, T. Silvana. F (2013). Komposisi Teks Iklan Sariayu Martha Tilaar: Suatu Analisis Multimodal, *Buku Prosiding Semiotik, Pragmatik dan Kebudayaan*. Jakarta: Departemen Linguistik Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, 364-375
- Siregar, A., & Hariani, S. (2018). *Multimodal in Audiovisual Advertisement*. *KnE Social Sciences*, 3(4), 659. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i4.1975>
- Sutopo, H.B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. UNS Press, Surakarta
- Tinarbuko, Sumbo. (2003). Semiotika Analisis Tanda pada Karya Desain Komunikasi Visual. *Nirmana 5 (1)*, 31 - 47
- Wardah Hanifah, d. (2021). Adaptasi Kebiasaan Baru pada Masa Pandemi COVID 19. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 148-158.
- White, Tony. (2009). *How to Make Animated Films*. Elsevier
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology. In R. Wodak, & M. Meyer (Eds.), *Methods for Critical Discourse Analysis*, 1 – 33, Sage
- Wong, M. (n.d.). *Multimodal Communication A social semiotic approach to text and image in print and digital media*.
- Wulan, D. P. (2018). Mutimodal Discourse Analysis in Dettol TV Advertisement . *The 1st Annual International Conference on Language and Literature* , 207-217.