

**ANALISIS MULTIMODAL VIDEO YOUTUBE BTS X
VISITSEOUL SEBAGAI REPRESENTASI DESTINASI
WISATA KOTA SEOUL**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pendidikan Bahasa Korea



oleh:

Dini Hendriani

NIM 1807632

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

2023

**ANALISIS MULTIMODAL VIDEO YOUTUBE BTS X
VISITSEOUL SEBAGAI REPRESENTASI DESTINASI
WISATA KOTA SEOUL**

oleh:

DINI HENDRIANI

NIM 1807632

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

©DINI HENDRIANI

Universitas Pendidikan Indonesia

Mei 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

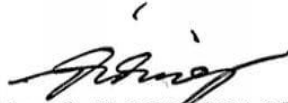
DINI HENDRIANI

1807632

ANALISIS MULTIMODAL VIDEO YOUTUBE BTS X VISITSEOUL
SEBAGAI REPRESENTASI DESTINASI WISATA KOTA SEOUL

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Didin Samsudin, SE., M.M., CHCM., CIT.

NIP 920160119760228101

Pembimbing II

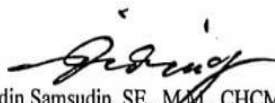


Velayeti Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd.

NIP 920160119890610201

Mengetahui

Ketua Prodi Pendidikan Bahasa Korea



Didin Samsudin, SE., M.M., CHCM., CIT.

NIP 920160119760228101

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Dini Hendriani

NIM 1807632

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Penguji I



Dra. Renariah, M.Hum.
NIP 195804061985032001

Penguji II



Risa Triarisanti, S.PD., M.Pd.
NIP 920160119780419201

Penguji III



Asma Azizah, S.S., M.A
NIP 920190219921231201

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea
Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra



Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT
NIP 920160119760228101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**analisis multimodal video youtube BTS X VisitSeoul sebagai representasi destinasi wisata kota Seoul**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Mei 2023

Dini Hendriani
NIM 1807632

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji syukur kehadiran Allah SWT yang dengan kuasanya telah memberikan rahmat, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul “**analisis multimodal video youtube BTS X VisitSeoul sebagai representasi destinasi wisata kota Seoul**” ini membahas mengenai analisis multimodal yang digunakan untuk melihat representasi destinasi wisata kota Seoul dari video promosi yang diunggah pada akun *youtube* VisitSeoul. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Bahasa Korea, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Pendidikan Indonesia.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat menghadapi dan menyelesaikan hambatan yang muncul selama proses penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, kedua orang tua, dosen pembimbing akademik, para dosen dan staf prodi Pendidikan Bahasa Korea, teman-teman, serta pihak-pihak lain yang mendukung, membimbing, dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan, maka penulis ingin menyampaikan permintaan maaf atas hal tersebut. akhir kata, penulis mengharapkan bahwa skripsi ini dapat diterima dengan baik dan dapat memberikan manfaat untuk pembaca maupun penulis sendiri.

Bandung, Mei 2023

Dini Hendriani

NIM 1807632

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis hanturkan kepada Allah SWT atas segala keberhakaan dan karunia yang diberikan sehingga penuliss dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“analisis multimodal video youtube BTS X VisitSeoul sebagai representasi destinasi wisata kota Seoul”** dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses pengerjaan skripsi ini mengalami berbagai macam hambatan. Namun, karena kebaikan Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Maka pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, nasehat, pengarahan, pemikiran, dan juga semangat yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia serta jajarannya.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Tri Indri Hardini, M.Pd. selaku dekan Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra UPI serta jajarannya.
3. Bapak Didin Samsudin, M.M., CHCM., CIT. selaku ketua prodi Pendidikan Bahasa Korea UPI, dan dosen pembimbing 1.
4. Ibu Risa Triarisanti, S.Pd., M.Pd., CNNLP., selaku sekretaris prodi Pendidikan Bahasa Korea.
5. Ibu Velayeti Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing 2 dan dosen pembimbing akademik.
6. Bapak Arif Husein Lubis, S.Pd., M.Pd. selaku *expert judgement* hasil penelitian dan abstrak bahasa Inggris
7. Ibu Jayanti Megasari, S.S., M.A. selaku *expert judgement* abstrak bahasa Korea.
8. Bapak dan Ibu dosen di program studi Pendidikan Bahasa Korea FPBS UPI.
9. Bapak Hendri dan Ibu Ai Nani selaku orang tua yang telah mempercayakan dan mendukung penuh penulis untuk menimba ilmu di Pendidikan Bahasa Korea, UPI.

10. Fajar Hidayah selaku saudara. yang memberikan semangat dan pembelajaran dalam kehidupan penulis.
11. Teman surga penulis yang selalu memberikan dukungan mental yaitu : Amalia Kholisoh Wardah dan Nabila Itsnaini Rachmah
12. Segenap sobat Mang Juna : Bunga Shafa M., Srinurul Ainun M., Fitri Ayu Randini, dan Putri Namira S., yang selalu siap sedia memberikan tempat untuk penulis menginap di Bandung, dan memberikan semangat.
13. Teman-teman yang berbaik hati memberikan informasi terkait penyelesaian skripsi ini, yaitu: Meranti Prameswari Syakira Sa'adah, Hima Ragilia Dwinanda Putri Mahendra, Savina Putri Aryana, Isnaeny Aplia Sutiarto, Jose Leandro, dan Dias Eka Putri.
14. Saudari Teja Mustika, S.Ak., selaku staf administrasi akademik Program Studi Pendidikan Bahasa Korea.
15. Segenap teman-teman mahasiswa prodi Pendidikan Bahasa Korea Angkatan 2018 (SINBAL).

Akhir kata, peneliti mengucapkan permintaan maaf atas kekurangan dan ketidaksempurnaan yang terdapat pada skripsi ini. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Bandung, Mei 2023

Dini Hendriani

NIM 1807632

ABSTRAK

Penelitian ini membahas unsur multimodal yang ada dalam video promosi kota Seoul, Korea Selatan yang diunggah dalam akun youtube VisitSeoul, untuk melihat representasi destinasi wisata kota Seoul dalam video promosi tersebut. Perkembangan media yang semakin beragam dalam kegiatan promosi, yang membuat diperlukannya pemahaman dari setiap unsurnya yang dapat diketahui menggunakan pendekatan multimodal, menjadi alasan dilakukannya penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data berasal dari 3 video promosi yang berjudul BTS Life in Seoul, BTS See You in Seoul, dan BTS *여기영차 서울* yang diperoleh dari akun youtube VisitSeoul. Data dikelompokkan sesuai unsur semiotiknya, juga atribut citra destinasinya, lalu dianalisis menggunakan teori multimodal dengan pendekatan linguistik sistemik fungsional, metafungsi bahasa visual, intersemiosis antarmoda, dan atribut citra destinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga video promosi ini terdiri dari 3 unsur semiotik, yaitu unsur linguistik, visual, dan audio. Hubungan polisemi intersemiosis antar unsur linguistik dan visual memberikan makna yang lebih luas, dan pada makna logis-semantis teks verbal dan citra visual saling memberikan informasi baru yang termasuk kedalam aditif intersemiosis. Unsur semiotik ini menggambarkan bahwa kota Seoul memiliki citra destinasi wisata yang berkaitan dengan alam, memiliki kondisi alam yang bebas dari polusi, lalu lintas yang lancar, destinasi wisata yang berkaitan dengan budaya dan seni, infrastruktur untuk wisatawan yang baik, atmosfer tempat wisata yang nyaman, kegiatan untuk wisatawan yang menarik, infrastruktur umum yang baik, dan lingkungan sosial yang baik yang tergambar dari warganya yang ramah. Hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan mengenai analisis multimodal.

Kata Kunci: Analisis Multimodal, Video Promosi, Citra Destinasi Wisata.

ABSTRACT

This study discusses the multimodal elements in the promotional videos for the city of Seoul, South Korea to see the representation of tourist destinations which was uploaded on the VisitSeouls youtube account. This study conducted due to the growth of the media use for promotion. This study used multimodal approach to find out the true meaning of each semiotics element. This research used qualitative descriptive methods. The data obtained from the VisitSeouls youtube account titled BTS Life in Seoul, BTS See You in Seoul, and BTS *어기영차 서울*. The data grouped according to their semiotic elements, as well as the attributes of the destination image, and then analyzed using a multimodal theory with a systemic functional linguistic approach, visual language metafunction, and destination image attributes. This study shows that these promotional videos consist of three semiotic elements namely linguistic, visual, and audio elements. The intersemiosis polysemy relationship between linguistic and visual elements provides a broader meaning, and in the logical-semantic meaning of verbal texts and visual images each provide new information which is included in the additive intersemiosis. This emerging semiotic element illustrates that the city of Seoul has an image of a tourist destination that is related to nature, has natural conditions that are free from pollution, smooth traffic, rich with culture and art, has good infrastructure for tourists, has friendly tourist attractions, has interesting activities for tourists, gives comfort, has good public infrastructure, and a good social environment which is reflected by the friendly citizens. The results may broaden the knowledge of multimodal analysis.

Keywords: Multimodal Analysis, Promotional Video, Tourism Impressions.

초록

본 연구는 VisitSeoul 유튜브 계정에 업로드된 대한민국 서울의 관광명소 홍보영상에 나타난 멀티모달적 연구다. 본 연구는 홍보 활동이 증가하는 다양성 매체의 발달로 인해 수행되었다. 이 연구는 멀티모달적 접근을 통해 연구할 수 있는 각 요소에 대한 이해가 필요하다. 본 연구에서 사용한 방법은 질적 서술 방법으로, 자료는 VisitSeoul 유튜브 계정인 **BTS Life in Seoul**, **BTS See You in Seoul**, **BTS** 어기영차 서울이라는 영상으로 얻었다. 데이터는 목적지 이미지의 속성뿐만 아니라 기호학적 요소에 따라 결합되고 체계적 기능적 언어 접근, 시각적 언어 메타기능 및 목적지 이미지 속성과 함께 다중 모드 이론을 사용하여 분석된다. 본 연구는 이들 3 개의 홍보영상이 언어적, 시각적, 청각적 요소의 3 가지 기호학적 요소로 구성되어 있음을 보여준다. 언어적 요소와 시각적 요소 사이의 기호간 다의적 관계는 더 넓은 의미를 제공하고 언어적 글과 시각적 이미지의 논리적-의미적 의미에서 각각 추가적 의미간 결합에 포함되는 새로운 정보를 제공한다. 본 기호학적 요소는 서울이라는 도시가 자연과 관련된 관광지의 이미지를 가지고 있고, 공해가 없는 자연 조건, 원활한 교통, 문화 예술과 관련된 관광지, 관광객을 위한 좋은 시설, 친근한 분위기를 가지고 있음을 보여주고 관광 명소 관광객을 위한 편안하고 흥미로운 활동, 좋은 공공시설 및 친절함 시민이 반영하는 좋은 사회적 환경이 있다. 이 연구의 결과는 다중 모드 분석에 대한 지식을 넓힐 수 있다.

키워드: 다중모달 분석, 판촉 영상, 관광 인상

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
초록	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Struktur Organisasi Skripsi.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Kajian Teori	9
2.1.1. Teori Representasi	9
2.1.2. Pemasaran	10
2.1.3. Citra Destinasi.....	11
2.1.4. Teori Multimodal.....	13
2.1.4.1. Metafungsi Bahasa Verbal	14
2.1.4.2. Metafungsi Bahasa Visual	22
2.1.4.3. Intersemiotis	32
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.4. Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Desain Penelitian.....	46
3.2. Pengumpulan Data	46
3.3. Analisis Data.....	47

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Unsur Multimodal dalam Video Promosi Kota Seoul	53
4.1.1. Temuan Unsur Multimodal dalam Video Promosi Kota Seoul.....	53
4.1.2 Pembahasan Unsur Multimodal dalam Video Promosi Kota Seoul.	133
4.2. Representasi Destinasi Wisata Kota Seoul.	149
4.2.1. Temuan Citra Destinasi dalam Video Promosi Kota Seoul	149
4.2.2. Pembahasa Citra Destinasi dalam Video Promosi Kota Seoul.....	173
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	185
5.1. Kesimpulan.....	185
5.1.1. Kesimpulan Unsur Multimodal dari Ketiga Video Promosi BTS X VisitSeoul	185
5.1.2. Kesimpulan Representasi Destinasi Wisata Kota Seoul dari Ketiga Video Promosi BTS X VisitSeoul.	188
5.2. Implikasi	189
5.3. Rekomendasi	189
DAFTAR PUSTAKA.....	190

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika. (2019). Penggunaan Video Promosi wisata Melalui Youtube untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan ke Provinsi Kalimantan Selatan. *Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi 2 Vol.2* , 26-30.
- Ansori, M., & Taopan, L. L. (2021). Constructing and Promoting National Identity Through Tourism: Multimodal Discourse Analysis of Indonesian Official Tourism. *Linguistik Indonesia: Masyarakat Linguistik Indonesia.*, Vol. 39, No.1, 63-77.
- CEIC DATA. (2021). *South Korea Visitor Arrivals*. Retrieved from ISI Emerging Markets Group Company: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/korea/visitor-arrivals>
- Dihni. (2022). *Pengguna Youtube India Terbesar di Dunia, Indonesia Urutan Berapa?* Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/12/pengguna-youtube-india-terbesar-di-dunia-indonesia-urutan-berapa>
- Farhatiningsih, L., Putri, K. D., Setyorini, D. A., & Naufal, M. S. (2021). Counter Hegemony perempuan cantik dalam iklan (analisis multimodal representasi perempuan tionghoa pada iklan bukalapak versi nego cincai). *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi, Vol.4, No.1*, 25-36.
- Fatimah. (2014). A MULTIMODAL ANALYSIS OF MOTHERS' REPRESENTATION IN DETTOL TELEVISION ADVERTISEMENTS. (skripsi). *Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung*.
- Hafrianto, J. (2019). Analisis Multimodal dalam Iklan Indomie Versi Arab. (Tesis). *Sekolah Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara, Medan*.
- Hermawan, B. (2013). Multimodality: Menafsir Verbal, Membaca Gambar, dan Memahami Teks. *Universitas Pendidikan Indonesia : Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra, Vol.13, No. 1*.

- Hermawan, B. (2021). *Analisis Wacana Multimodal Untuk Pemula*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Press.
- Hermawan, B., & Sukyadi, D. (2020). *Analisis Multimodal Pada Buku Teks Sains*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia Press.
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Jewit. (2011). *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge.
- Jung, C. K. (2015). Multimodal Discourse: A Design Analysis of Two Advertising Images. *International Journal of Contents, Vol.11, No.2*.
- Kress, G., & Leeweun, T. (2006). *Reading Images The Grammar of Visual Design*. USA: Routledge.
- Lee, Y. J. (2021). ‘*어기영차* with BTS’ 제작진 “*촬영 내내 웃음 잃지 않아... 역시 BTS!*”. Retrieved from <https://www.khan.co.kr/life/life-general/article/202109221203001>
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Muhammad, I., & Arindita, R. (2019). REPRESENTASI CITRA DESTINASI WISATA INDONESIA TIMUR DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS MULTIMODALITAS PADA VLOG ARIEF MUHAMMAD "TRAVEL VLOG-#112-SPOT ANTI MAINSTREAM DI RAJA AMPAT"). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.9, No.2, 229-241*.
- Salmaa. (2022). *Cara Membuat Penelitian Terdahulu*. Retrieved from Penerbit Deep Publish: <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-terdahulu/>
- Sari, N. M. (2021). Multimodal Discourse Analysis od Djarum 76 Avertisement Entitled "New Normal". *International Journal of Systemic Functional Linguistics, Vol. 4 (1), 5-12*.

- Sinar, T. S. (2003). *Teori & Analisis Wacana Pendekatan Linguistik Sistemik Fungsional*. Medan: Pustaka Bangsa Pers.
- Soelistyowati. (2018). Peran Youtube dalam Membangun Brand Image Bagi Pengguna Aplikasi Go-jek (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Youtube dalam Komunikasi Pemasaran Online Bagi Pengguna Aplikasi Go-jek Tentang Iklan Promo Gojek Versi Kamu). *Dynamic Media, Communications and Coulture*, 1,, 165-176.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprakisno. (2015). Analisis Multimodal Iklan “INDOMIE”. *Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan: Bahas (E-Journal)*, 26(1), 25-32.
- Utama, I. G. (2017). *PEMASARAN PARIWISATA*. Yogyakarta: ANDI.S.
- Wiratno, T. (2018). *Pengantar Ringkas Linguistik Sistemik Fungsional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.