

ABSTRAK

Amatullah, Fauziyyah. 2019. An Analysis of Multimodal in Beauty Product Advertisement. Thesis. Jurusan Bahasa dan Sastra Izznggris. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Padang

Multimodal adalah ilmu yang menganalisis makna pada sebuah text yang mengandung dua atau lebih system semiotik; linguistic, visual, audio, gerak and letak. Menganalisis multimodal text menggunakan pendekatan semiotik telah dilakukan sebelumnya seperti *magazine* (Gill, 2015), *mascara advertisement* (Baykal, 2016), *cartoon movie* (Wulan, 2017), dan *music video* (Brady, 2015). Sementara itu, pada penelitian ini penulis menganalisis multimodal pada iklan kecantikan terutama sekali pada iklan lipstick. Penelitian ini bermaksud untuk 1) untuk melihat bagaimana elemen visual dan elemen verbal menyampaikan pesan pada iklan *Wardah Lip Cream Matte Lipsticks* and *Purbasari Hi Matte Lip Cream*, 2) untuk melihat perbandingan antara elemen verbal dan visual pada iklan *Wardah Lip Cream Matte Lipsticks* dan *Purbasari Hi Matte Lip Cream* dalam menyampaikan makna. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis data. Analisis data mengungkapkan bahwa elemen visual dan verbal memiliki keselarasan dan saling melengkapi satu sama lain untuk memberikan informasi yang utuh pada pemirsa. Analisis data juga mengungkapkan persamaan kedua iklan tersebut dalam menggunakan tiga level metafungsi. Pada metafungsi eksperiensial proses yang dominan digunakan adalah material proses, pada metafungsi atarpersonal mood yang dominan digunakan adalah mood deklaratif, sedangkan pada metafungsi tekstual, tema tak bermarkah topical adalah tema yang dominan digunakan pada kedua iklan tersebut.

Kata kunci: *Advertisement, multimodal analysis, verbal element, visual element.*