

ABSTRACT

Saputra, Muhammad Azis. 2020. “*Multimodal Analysis of Action Movie Poster.*” Makalah. Jurusan Bahasa Inggris. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Padang.
Pembimbing : Dr. Rusdi Noor Rosa, S.S., M.Hum

Makalah penelitian ini berjudul “**Multimodal Analysis of Action Movie Poster**” Studi ini dimaksudkan untuk menemukan adanya indikasi multimodal yang digunakan dalam poster film *Man of Steel* (2013) dan *Avengers Infinity Wars* (2018). Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini ialah deskriptif kualitatif. Penulis memperoleh data dari poster film, yang diperoleh dari internet. Makalah penelitian ini menggunakan teori pendekatan pada semiotika yang mana difokuskan pada sistem multimodal yang diusulkan oleh Cheong (2004). Penulis menemukan adanya perbedaan dalam analisis visual dikedua poster film. Penulis juga menemukan 6 tipe multimodal verbal elemen pada *Man of Steel* (2013) dan *Avengers Infinity Wars* (2018) seperti : bahan, perilaku, mental, identifikasi, atributif, dan intensif. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa 30% merupakan bahan, 15% masing masing dari perilaku, mental, identifikasi, dan intensif serta 10% atributif pada poster film *Man of Steel*. Sementara itu pada poster film *Avengers Infinity Wars* ditemukan 40% bahan, 20% intensif, 15% pada mental, 10% pada identifikasi dan atributif dan 5% perilaku.

Kata kunci : multimodal, iklan, iklan film aksi

The aim of this study was to find the multimodal analysis used in *Man of Steel* and *Avengers Infinity Wars* movie posters. The Method used in this study is a descriptive qualitative method. This research used theory semiotic approach which focuses on multimodal system proposed by Cheong (2004). The researcher found 6 types elements of multimodal in *Man of Steel* and *Avengers Infinity Wars* posters such as material, behavioral, mental, identifying, attributive, and intensive. The data were collected by analysis the movie posters. They were 30% on material, 15% on behavioral, 15% on mental, 15% on identifying, 10% on attributive, and 15% on intensive in *Man of Steel* poster. Meanwhile in *Avengers Infinity Wars* poster, the research found 40% on material, 5% on behavioral, 15% on mental, 10% on identifying, 10% on attributive, 20% on intensive.

Key words : multimodal, advertisement, action movie poster