

ANALISIS MULTIMODAL PADA IKLAN *GOOGLE CHROME* JEPANG SERI *TAYORARETAI*

Oleh

Ida Bagus Made Pramana Pradnyana, NIM 2212061001

Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan multimodal pada iklan *Google Chrome* Jepang seri *tayoraretai* dengan mengkaji aspek verbal dan nonverbal sebagai moda. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data berupa aspek verbal, yaitu ujaran dan aspek nonverbal, yaitu visual, gestural, spasial, dan auditori yang diambil dari iklan *Google Chrome* Jepang seri *tayoraretai*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode simak dan teknik catat. Data dianalisis menggunakan teori wacana multimodal menurut Kress & Leeuwen (2021) dengan mengkaji keterkaitan aspek verbal dan nonverbal sebagai moda yang bekerja sama dalam mewujudkan makna. Hasil analisis melalui sejumlah 44 data menunjukkan bahwa makna *tayoraretai* (ingin dapat diandalkan) sebanyak 27 data melalui *Kuroomu* (*chrome*) yang selalu hadir membantu pengguna ketika kesulitan, makna *ganbaru* (bersemangat) sebanyak 8 data ditunjukkan melalui *Kuroomu* yang selalu memiliki sifat bersemangat, makna *mamoru* (melindungi) sebanyak 5 data ditunjukkan melalui *Kuroomu* yang melindungi pengguna dari ancaman virus, makna *tanoshisa* (kesenangan) sebanyak 3 data ditunjukkan melalui *Kuroomu* yang melakukan aktivitas bermain dengan menyenangkan, dan makna *anshinkan* (keamanan) sebanyak 1 data ditunjukkan melalui komitmen *Kuroomu* untuk memberikan rasa aman sebagai *browser* kepada penggunanya. Pada iklan *Google Chrome* Jepang seri *tayoraretai* ditemukan bahwa makna *tayoraretai* muncul lebih dominan sehingga sesuai dengan seri iklan tersebut, selain itu ditemukan pula makna lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa multimodalitas pada iklan saling bekerja sama untuk mewujudkan makna.

Kata Kunci: wacana multimodal, iklan, *Google Chrome* Jepang, *tayoraretai*

GOOGLE CHROME JAPAN の広告シリーズ『頼りたい』におけるマルチモーダル分析

イダ・バグス・マデ・プラマナ・プラドニャナ

学生番号 2 2 1 2 0 6 1 0 0 1

日本語教育学科

要旨

本研究は、*Google Chrome Japan* の広告シリーズ「頼りたい」におけるマルチモーダルについて、言語的要素および非言語的要素をモードとして分析し、記述することを目的とする。研究方法は記述的アプローチによる質的研究である。データは、発話などの言語的要素と、視覚・身振り・空間・聴覚といった非言語的要素から構成される。データ収集は観察法および記録法を用いて行った。分析には Kress & Leeuwen (2021) のマルチモーダル・ディスコース理論を適用し、各モードがどのように相互作用して意味を構築するかを考察した。分析の結果、全 44 データのうち「頼りたい」は 27 データで最も多く見られ、クローム (*chrome*) が困難な状況においてユーザーを支援する存在として描かれていることが明らかとなった。「頑張る」は 8 データで確認され、クロームは積極的で前向きな特性を示している。「守る」は 5 データで見られ、クロームは脅威からユーザーを保護する機能を持つことが表現されている。「楽しさ」は 3 データに見られ、クロームは快適で楽しい利用体験を提供する存在として示されている。「安心感」は 1 データに見られ、クロームは安全で安心できる利用体験を提供する側面を有している。分析から、「頼りたい」という意味が最も優勢であり、本広告シリーズの主題と一致していることが確認された。また、他の意味も補完的に表出しており、マルチモーダルにおける各モードの相互作用が意味構築に重要な役割を果たしていることが明らかとなった。

キーワード：マルチモーダル・ディスコース、広告、*Google Chrome Japan*、頼りたい

**MULTIMODAL ANALYSIS OF THE GOOGLE CHROME JAPAN
ADVERTISEMENT SERIES TAYORARETAI**

By

Ida Bagus Made Pramana Pradnyana, NIM 2212061001

Japanese Language Education Study Program

ABSTRACT

This study aims to describe the multimodality of the Japanese Google Chrome advertisement series Tayoraretai by examining verbal and nonverbal aspects as modes. This research employs a qualitative method with a descriptive approach. The data consist of verbal aspects, namely utterances, and nonverbal aspects, including visual, gestural, spatial, and auditory elements obtained from the Japanese Google Chrome advertisement series Tayoraretai. Data were collected using observation and note-taking techniques. The data were analyzed using the multimodal discourse theory proposed by Kress and Leeuwen (2021), focusing on the interrelationship between verbal and nonverbal aspects as modes that work together to construct meaning. The results of the analysis of 44 data units reveal that the meaning of tayoraretai (wanting to be relied upon) appears in 27 data units, represented through Kuroomu (Chrome), who is consistently present to assist users when they encounter difficulties. The meaning of ganbaru (enthusiasm or perseverance) appears in 8 data units, demonstrated through Kuroomu's energetic and persistent character. The meaning of mamoru (protection) appears in 5 data units, portraying Kuroomu protecting users from virus threats. The meaning of tanoshisa (enjoyment) appears in 3 data units, represented through Kuroomu engaging in enjoyable activities. Finally, the meaning of anshinkan (sense of security) appears in 1 data unit, reflecting Kuroomu's commitment to providing users with a secure browsing experience. The findings indicate that the meaning of tayoraretai is the most dominant, which is consistent with the theme of the advertisement series. In addition, several other meanings were also identified. These findings demonstrate that multimodal elements in the advertisement work collaboratively to construct and convey meaning.

Keywords: multimodal discourse, advertisement, Google Chrome Japan, Tayoraretai