

ABSTRACT

As technology and communication continue to evolve, videos become a convenient communication tool to engage and interact with people on social media. Reels by Instagram facilitates the dissemination of information through video content. This study presents a comprehensive overview of multimodal analysis applied to Instagram video content. This study aims to analyze the multimodality in the "*Sentuh Tanahku*" Instagram content video of the Regional Office of the National Land Agency Special Region of Yogyakarta. This study also aims to identify the promotion aspects contained in the video content by analyzing the general structure of video promotion. A qualitative method, using a content analysis is used in this study. The 6 Semiotic Modes framework by Chan & Chia (2014) is used to analyze the multimodal elements. Meanwhile, The Five Generic Structure Elements of Video Promotion by Hayati (2019) is chosen as a guide to analyzing the promotion aspects constructed from the video. The result reveals that all six modes can be found in the video. The oral and the visual modes are rather more dominant than the other modes. Despite a specific sequence in the video, each mode is essential to fully deliver the message of the video. The promotion aspect is also found in the video, the "*Sentuh Tanahku*" Instagram video content of the Regional Office of the National Land Agency Special Region of Yogyakarta can be categorized as a video promotion since the video consists of the required elements of the generic structure of the video promotion.

Keywords: Instagram, Multimodality, Promotion, Video Content

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi dan komunikasi, video menjadi alat komunikasi yang mudah untuk berinteraksi dengan orang lain di media sosial. Reels dari Instagram memfasilitasi penyebaran informasi melalui konten video. Penelitian ini menyajikan gambaran komprehensif tentang analisis multimodal yang diterapkan pada konten video Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis multimodalitas dalam video konten Instagram “Sentuh Tanahku” Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi aspek-aspek promosi yang terkandung dalam konten video dengan menganalisisnya menggunakan struktur umum promosi video. Metode kualitatif dengan menggunakan analisis isi digunakan dalam penelitian ini. Kerangka *The 6 Semiotic Modes* karya Chan & Chia (2014) digunakan untuk menganalisis elemen multimodal. *The Five Generic Structure Elements of Video Promotion* milik Hayati (2019) digunakan sebagai panduan untuk menganalisis aspek promosi yang ada di dalam video. Hasilnya menunjukkan bahwa keenam mode multimodal dapat ditemukan dalam video. Mode lisan dan visual lebih dominan dibandingkan mode multimodal lainnya. Meskipun ada urutan tertentu dalam, setiap mode penting untuk menyampaikan pesan dalam video. Aspek promosi juga terdapat pada video, konten video Instagram “Sentuh Tanahku” Kantor Wilayah Badan Pertanahan Nasional Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dikategorikan sebagai video promosi karena dalam video tersebut terdapat elemen-elemen yang diperlukan dalam struktur generik dari promosi video.

Kata Kunci: Instagram, Konten Video, Multimodalitas, Promosi