

ABSTRACT

In recent years, social media has become an essential platform for companies to engage with customers. Within this competitive landscape, businesses are actively creating campaigns to address societal issues, particularly crimes like social engineering fraud in the banking sector. Notably, Development Bank of Singapore Limited (DBS) has taken proactive steps to educate its customers through YouTube campaigns aimed at raising awareness and preventing various forms of banking fraud. This research uses campaign videos to fill the gap of previous studies focused on advertising, aiming to explore multimodal elements and understand how the "Don't Get Phished" DBS campaign video delivers its messages. Utilizing a descriptive qualitative approach involving documentation, observation, and a semi-structured interview with a content development expert, this research applies Anstey and Bull's (2018) 5 Semiotic Framework. This framework facilitates an in-depth analysis of the video's linguistic, visual, audio, spatial, and gestural elements. Furthermore, Geoffrey Leech's Theory of Language Function is chosen as a guide to analyze linguistic mode focusing on 5 language functions which are informative, expressive, directive, aesthetic, and phatic. Data collection involved downloading and capturing the 1 minute 07 second video from DBS's official YouTube channel, focusing on multimodal components such as verbal and textual language, color, sound, and music. The result found that the five primary modes are covered in the DBS campaign video. Analysis reveals the strategic use of these elements to communicate phishing threats to viewers. In linguistic mode, DBS employs expressive, informative, directive, and aesthetic language functions to deliver essential information and also make the message memorable. Visually, the video integrates Singaporean ethnicity characters' representation, emblem, and tagline within the video. Additionally, the background music, sound effects, and volume adjustment enhance emotional impact and guide the audience's attention. Meanwhile, gestural and spatial modes emphasize emotions and the strong warning of phishing scams.

Keywords: *Multimodal analysis, campaign, phishing threats, scam*

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi *platform* penting bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan pelanggan. Dalam lanskap kompetitif ini, institusi secara aktif membuat kampanye untuk mengatasi permasalahan sosial, khususnya kejahatan seperti penipuan rekayasa sosial di sektor perbankan. Development Bank of Singapore Limited (DBS) telah mengambil langkah proaktif untuk mengedukasi nasabahnya melalui kampanye YouTube yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mencegah berbagai bentuk penipuan perbankan. Penelitian ini menggunakan video kampanye untuk mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang berfokus pada periklanan, dan bertujuan untuk mengidentifikasi elemen multimodal dan memahami bagaimana video kampanye DBS "Don't Get Phished" menyampaikan pesannya. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif yang melibatkan dokumentasi, observasi, dan wawancara semi terstruktur dengan pakar pengembangan konten, penelitian ini menerapkan Teori Lima Kerangka Semiotik Anstey dan Bull (2018). Kerangka ini memfasilitasi analisis terhadap elemen linguistik, visual, audio, spasial, dan gestur video. Teori Fungsi Bahasa Geoffrey Leech dipilih sebagai panduan untuk menganalisis mode linguistik yang berfokus pada lima fungsi bahasa yaitu informatif, ekspresif, direktif, estetis, dan fatis. Pengumpulan data melibatkan pengunduhan dan pengambilan *screenshot* video berdurasi 1 menit 07 detik dari akun YouTube resmi DBS, dengan fokus pada komponen multimodal seperti bahasa verbal dan tekstual, warna, suara, serta musik. Hasilnya ditemukan bahwa semua lima mode utama ada dalam video kampanye DBS. Analisis mengungkapkan penggunaan strategis elemen-elemen ini untuk mengomunikasikan ancaman *phishing* kepada audiens. Dalam mode linguistik, DBS menggunakan fungsi jenis bahasa ekspresif, informatif, direktif, dan estetis untuk menyampaikan informasi penting dan juga membuat pesan mudah diingat. Secara visual, video tersebut mengintegrasikan representasi karakter dari etnis di Singapura, lambang, dan tagline di dalam video. Selain itu, musik latar, efek suara, dan penyesuaian volume meningkatkan dampak emosional dan perhatian penonton. Sementara itu, mode gestur dan spasial menekankan emosi dan peringatan keras terhadap penipuan *phishing*.

Kata Kunci: Analisis multimodal, ancaman *phishing*, kampanye, *scam*