



### ABSTRAK

*Perkembangan media digital telah mengubah cara kampanye pariwisata menyampaikan narasi budaya. Studi ini meneliti bagaimana film Jiwa Jagad Jawi dalam kampanye Wonderful Indonesia 2022 merepresentasikan nilai-nilai Javanese wellness melalui perpaduan unsur visual dan linguistik. Secara visual, film ini membangun makna representasional, interaktif, dan komposisional melalui penggunaan elemen-elemen simbolik, sudut pandang kamera yang menghadirkan kesan tenang dan intim, serta penggambaran alam yang tertata selaras—semuanya mencerminkan identitas budaya dan proses penyembuhan batin. Dari sisi linguistik, narasi berbahasa Inggris dan terjemahan dari bahasa Jawa menunjukkan tiga metafungsi dalam teori Halliday: ideasional, interpersonal, dan tekstual, yang merefleksikan pengalaman spiritual, hubungan emosional, serta struktur penyampaian pesan yang padu. Interaksi kedua mode ini menciptakan pesan terpadu mengenai Javanese wellness, yang memadukan kearifan lokal dengan gaya komunikasi digital masa kini. Analisis difokuskan pada bagian video yang paling sering diputar (07:20–08:12), yang dianggap memiliki daya tarik emosional tinggi. Temuan menunjukkan bahwa pendekatan multimodal mampu menyampaikan kisah yang menyentuh, sekaligus memosisikan Javanese wellness sebagai warisan budaya takbenda yang relevan secara global.*

**Kata kunci:** Studi Multimodal, Visual, Narasi, Representasi Budaya, Javanese Wellness.



## ABSTRACT

The rise of digital media has changed how tourism campaigns convey culture. This study explores how *'Jiwa Jagad Jawi'* film, part of the Wonderful Indonesia 2022 campaign, promotes Javanese wellness through the interplay of visual and linguistic modes. Visually, the film uses symbolic composition, indirect gaze and harmonious settings to construct representational, interactive and compositional meanings that reflect cultural identity and inner healing. Linguistically, the English narration and Javanese-translated subtitles demonstrate Halliday's ideational, interpersonal and textual metafunctions that expressing personal reflection, emotional warmth and spiritual values. Together, both modes create a unified message of Javanese wellness that combines ancestral philosophy with contemporary digital storytelling. The analysis focuses on the most replayed video segment (07:20-08:12), assuming its high audience engagement reflects communicative significance. The findings reveal that multimodal storytelling not only shapes an immersive narrative but also reframes Javanese wellness as a culturally rooted, globally resonant experience. This approach demonstrates how digital campaigns can support international tourism promotion by highlighting wellness as part of Indonesia's intangible cultural heritage.

**Keywords:** Multimodal study, Visual, Narrative, Cultural Representation, Javanese Wellness.