



## ABSTRAK

Media sosial telah berkembang tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk mempromosikan kampanye kemanusiaan. Sebagai organisasi nirlaba internasional, UNICEF memanfaatkan media sosial dan melibatkan tokoh publik untuk menyuarakan isu-isu kemanusiaan serta perlindungan anak. Salah satu upaya UNICEF dalam hal ini adalah menunjuk Choi Siwon sebagai Duta Regional UNICEF untuk Kawasan Asia Timur dan Pasifik. Penelitian ini menganalisis aspek multimodal dan penerapan prinsip copywriting AIDA dalam unggahan Reels di akun Instagram pribadinya, @siwonchoi, khususnya yang terkait dengan kampanye kemanusiaan UNICEF. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode Analisis Wacana Multimodal (*Multimodal Discourse Analysis/MDA*), khususnya teori Tata Bahasa Visual (*Visual Grammar*) oleh Kress dan van Leeuwen (2006), serta model copywriting AIDA yang dikemukakan oleh St. Elmo Lewis pada tahun 1898. Data yang dianalisis berupa dua video Reels Instagram yang diunggah pada November 2024 dan Februari 2025, yang berkaitan dengan kampanye UNICEF. Analisis difokuskan pada elemen multimodal seperti gambar, warna, gerak tubuh, arah pandangan, serta gaya penulisan teks tertutup berdasarkan model copywriting AIDA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Choi Siwon membangun citra dirinya sebagai sosok yang kredibel, peduli, dan mudah didekati melalui kombinasi persuasif antara pesan visual dan teks. Visualisasi anak-anak dalam video memperkuat pesan UNICEF mengenai hak anak atas lingkungan yang aman, kesehatan, serta masa depan yang layak. Sementara itu, struktur teks tertutup dirancang secara persuasif untuk menarik perhatian, meningkatkan kesadaran, dan mendorong keterlibatan audiens.

**Keywords:** *Analisis Wacana Multimodal, AIDA Copywriting, Instagram, Choi Siwon, UNICEF*

## ABSTRACT

Social media has evolved, now serving not only as a communication tool but also as a medium to promote humanitarian campaigns. As an international non-profit organization, UNICEF utilizes social media and public figures to voice humanitarian and child protection issues. In this regard, one of UNICEF's efforts is to appoint Choi Siwon as UNICEF's Regional Ambassador for East Asia and the Pacific. This study analyzes the multimodal aspects and AIDA copywriting present in Reels posts on his personal Instagram account, @siwonchoi, particularly those related to UNICEF's humanitarian campaigns. This study uses a qualitative approach with the Multimodal Discourse Analysis (MDA) method, specifically the Visual Grammar theory by Kress and van Leeuwen (2006), and also employs the AIDA model of copywriting introduced by St. Elmo Lewis in 1898. The data analyzed are two Instagram Reels videos related to UNICEF campaigns uploaded in November 2024 and February 2025. The analysis focuses on multimodal elements such as images, colors, gestures, and gaze, as well as the closed caption writing style using the AIDA copywriting model. The findings show that Choi Siwon portrays himself as a credible, caring, and relatable figure through a persuasive combination of visual and textual messages. The visuals of children reinforce UNICEF's message about children's rights to a safe environment, health, and a decent future. Meanwhile, the closed captions' persuasive structure is designed to attract attention, build awareness, and encourage audience involvement.

***Keywords: Multimodal Discourse Analysis, AIDA Copywriting, Instagram, Choi Siwon, UNICEF***