UNIVERSITAS
GADJAH MADA
A Multimodal Discourse Analysis: How Verbal and Visual Build Brand Identity in Cinema XXI Profile Video
Abdiel Brain Imankasih, Drs. Winarto, M.M.Par
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana elemen verbal dan visual membangun identitas merek dalam "Cinema XXI Profile Video (English Version)." Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Multimodal Discourse Analysis (MDA) sebagai kerangka utama, di mana elemen verbal dianalisis menggunakan Systemic Functional Linguistics (SFL) oleh Halliday dan elemen visual dianalisis menggunakan Visual Grammar oleh Kress dan van Leeuwen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen verbal dan visual secara kolaboratif mengonstruksikan Cinema XXI sebagai merek yang humanis, berorientasi pada pengalaman, dan memiliki kedekatan emosional dengan audiens. Narasi verbal direalisasikan melalui mental process, material process, dan relational process yang mengarahkan refleksi, tindakan, dan filosofi merek, sementara elemen visual seperti gaze, composition, dan social distance memperkuat makna yang disampaikan melalui narasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa makna dibangun secara progresif melalui enam scene naratif yang bergerak dari refleksi dan persiapan menuju koneksi emosional dan kebersamaan. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa elemen-elemen multimodal dalam video profil perusahaan bekerja secara terintegrasi untuk membangun identitas merek yang koheren dan bermakna, sekaligus menunjukkan pentingnya komunikasi multimodal dalam representasi merek kontemporer.

Kata kunci: *Analisis Wacana Multimodal, Video Profile, Identitas Brand, Cinema XXI,*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
A Multimodal Discourse Analysis: How Verbal and Visual Build Brand Identity in Cinema XXI Profile Video
Abdiel Brain Imankasih, Drs. Winarto, M.M.Par
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to analyze how verbal and visual elements construct brand identity in the Cinema XXI Profile Video Using a qualitative approach, this study applies Multimodal Discourse Analysis (MDA) as the main framework, with verbal elements analyzed through Systemic Functional Linguistics (SFL) by Halliday and visual elements analyzed through Visual Grammar by Kress and van Leeuwen. The findings show that verbal and visual elements collaboratively construct Cinema XXI as a humanistic, emotionally connected, and experience-driven brand. Verbal narration is realized through mental, material, and relational processes that guide reflection, action, and brand philosophy, while visual elements such as gaze, composition, and social distance reinforce the meaning delivered through narration. The study also finds that meaning is constructed progressively through six narrative scenes, moving from reflection and preparation toward emotional connection and togetherness. Therefore, this study concludes that multimodal elements in a company profile video work together to construct a coherent and meaningful brand identity, highlighting the importance of multimodal communication in contemporary brand representation.

Keywords: *Multimodal Discourse Analysis, Video Profile, Brand Identity, Cinema XXI,*