

ABSTRACT

Hermansyah, Registration number: 8106112009, Experiential Function in Verbal and Non – Verbal Modes of WWF Advertisements. A thesis. English Applied Linguistics Study Program. Postgraduate School. State University of Medan. January 2014.

This study presents a research conducted on Experiential Function in Verbal and Non – Verbal Mode of WWF Advertisements. A qualitative research was applied to get the data. The sources of the data were from internet and Kover magazine. The objectives were to investigate the use of experiential functions, to ascertain the dominant type processes and circumstance and to contextualize the use of the dominant type. The data were obtained from the texts and picture of WWF advertisements in internet, and were analyzed by using some steps normally applied in descriptive qualitative method. First the data were analyzed by identifying kinds of processes and circumstances in verbal and non-verbal modes of the advertisements. Then the proportion of each process and circumstance whether it was verbal or non-verbal mode was converted into percentages. As the result, material process was 56%, and location circumstance was 9%. They were found as the dominant element of experiential function in verbal mode of the WWF advertisements. Meanwhile, relational process was 50%, and location circumstance is 50%. They were found as dominant element of experiential function in non-verbal mode of WWF. In the way the dominant type was derived, it was found that the material process in verbal mode was to attract public's intention, make them do an action. Meanwhile the location circumstance in non-verbal mode was to portray the existence and condition of the wildlife and environment. The combination of the two modes, verbal and non-verbal modes in WWF advertisement, made the advertisement as a creative and attractive form of communication to persuade the audience to take action.

ABSTRAK

Hermansyah, NIM: 8106112009, Experiential Function in Verbal and Non – Verbal Modes of WWF Advertisements. Sebuah tesis. Program Studi Lingustik Terapan Bahasa Inggris. Pasca Sarjana. Universitas Negeri Medan. Januari 2014.

Tesis ini membahas sebuah penelitian tentang Experiential Function pada Mode verbal dan Non verbal yang terdapat pada iklan WWF. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data dan sumber data penelitian diambil dari internet. Sedangkan objektif dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi penggunaan experiential function dengan mencari process dan participant dari setiap klausa yang ada. Data penelitian didapat dari teks dan gambar yang terdapat pada iklan WWF, dan kemudian dianalisa dengan menggunakan beberapa tahapan yang biasa digunakan pada metode kualitatif deskriptif. Pertama data dianalisa dengan mengidentifikasi jenis process dan circumstance yang terdapat pada mode verbal dan non verbal yang terdapat pada iklan WWF. Kemudian masing-masingnya akan diubah dalam bentuk persentase. Dan sebagai hasilnya, pada verbal mode di iklan WWF terdapat 56% untuk material process dan 9% location circumstance. Sementara itu, 50% relational process dan 50% location circumstance terdapat pada non verbal mode di iklan WWF. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa material process pada verbal mode bertujuan untuk menarik perhatian publik agar mereka melakukan aksi seperti yang diinginkan pihak pengiklan. Sedangkan location circumstance pada non verbal mode bertujuan untuk menggambarkan keberadaan ataupun kondisi lingkungan satwa liar. Kombinasi dari kedua mode tersebut, yaitu verbal dan non verbal mode pada iklan WWF, membuat iklan-iklan tersebut sebagai bentuk komunikasi yang kreatif dan atraktif untuk mempersuasi audien untuk melakukan aksi dalam upaya pelestarian satwa liar dan lingkungan.