

## ABSTRACT

Aini, Nurul. 2022. A DEIXIS ANALYSIS USED IN WWF'S ADVERTISEMENT CAMPAIGN. Thesis. English Education STUDY PROGRAM. STKIP PGRI Sidoarjo. Advisor 1) Yuliyanto Sabat, M.Pd. Advisor 2) Henry Rio Putranto, M.Pd.

Key words: *Deixis analysis, pragmatic, advertisement "World wide fund for nature"*

Phenomenon that people don't understand a sentence/utterance that can affect that person's understanding, miss understanding the meaning hidden in the sentence/utterance. This research aimed to investigate the phenomena of deixis in global advertisement regarding types of deixis. It was described in descriptive qualitative method. The results of this study were described in analysis form into the table classify and data analysis. The data of this research were the utterance produced by the advertisement by online in the internet, which were taken from downloaded pictures of advertisements. The researcher reduced the data to 15 pictures that found in WWF's blog/website. The World Wide Fund for Nature or better known as WWF is an international non-governmental organization that deals with issues concerning the conservation, research and restoration of the natural environment. To carry out the activities, they spread various advertisements to attract people to care about the environment and be willing to donate a little of their wealth.

## ABSTRAK

Aini, Nurul. 2022. A DEIXIS ANALYSIS USED IN WWF'S ADVERTISEMENT CAMPAIGN. Thesis. English Education STUDY PROGRAM. STKIP PGRI Sidoarjo. Pembimbing 1) Yuliyanto Sabat, M.Pd. Pembimbing 2) Henry Rio Putranto, M.Pd.

Kata kunci: Deiksis analisis, pragmatik, iklan "World wide fund for nature"

Fenomena bahwa orang tidak memahami suatu kalimat/ucapan yang dapat mempengaruhi pemahaman orang tersebut, maksudnya adalah salah memahami makna yang tersembunyi dalam kalimat/ucapan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena deiksis dalam iklan global mengenai jenis-jenis deiksis. Dideskripsikan dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini dijabarkan dalam bentuk analisis ke dalam tabel klasifikasi dan analisis data. Data penelitian ini adalah ujaran yang dihasilkan oleh iklan secara online di internet, yang diambil dari gambar-gambar iklan yang diunduh. Peneliti mereduksi data menjadi 15 gambar yang ditemukan di blog/website WWF. World Wide Fund for Nature atau lebih dikenal dengan WWF adalah sebuah organisasi non-pemerintah internasional yang menangani isu-isu mengenai konservasi, penelitian dan restorasi lingkungan alam. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut, mereka menyebarkan berbagai iklan untuk menarik masyarakat agar peduli terhadap lingkungan dan bersedia menyumbangkan sedikit dari kekayaannya.