

ABSTRAK

Melalui penggunaan iklan animasi, PT United Tractors, perusahaan konstruksi dan alat berat yang menggunakan media iklan sebagai cara inovatif untuk menyebarkan informasi dan membangun citra. Iklan UTVIP, yang diluncurkan oleh PT United Tractors pada 13 Oktober 2022 dalam rangka merayakan ulang tahun ke-50 perusahaan ini, mengusung tema "Berkarya Membangun Keberlanjutan". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi budaya kerja dalam iklan PT United Tractors menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan makna denotasi, makna konotasi dan makna mitos yang terdapat dalam iklan UTVIP PT United Tractors. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa budaya kerja PT United Tractors yang tergambarkan dalam iklan UTVIP adalah budaya kerja yang bersifat ideologis, iklan tersebut mengungkapkan semangat perusahaan dalam mendorong inovasi di kalangan karyawan sebagai upaya mencapai tujuan kerja.

Kata Kunci: Representasi, Budaya Kerja, Iklan, Semiotika Roland Barthes