

## ABSTRAK

*Apple* sebagai salah satu market leader dalam perusahaan teknologi selalu menggunakan strategi promosi yang menarik dan unik. *Apple* selalu berhasil membawakan strategi promosi yang dapat membuat dunia tahu bahwa perusahaan mereka adalah yang terbaik dibidangnya. Berbagai cara telah *Apple* gunakan dalam membuat iklan yang menarik, salah satunya adalah sebuah iklan berbentuk *Mini Series* yang berjudul “*The Underdogs - Apple at Work*” beberapa tahun lalu.

Iklan tersebut dalam dua tahun terakhir menjadi semakin menarik karena dibalik iklan tersebut selalu menghadirkan berbagai tema, dan secara garis besar terdapat satu topik selalu hadir dalam ketiga iklan tersebut yaitu etos kerja yang menjadi fokus penelitian kali ini. Peneliti menggunakan metode semiotika (pemaknaan) sebagai Teknik analisis data pada iklan “*Apple at Work*” tersebut.

Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif interpretatif. Sobur (2006) menjelaskan bahwa metodologi penelitian yang digunakan dalam analisis semiotik adalah interpretatif. Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti tanda-tanda yang merujuk pada pemaknaan etos kerja dalam iklan “*Apple at Work – The Underdogs*” yang berbeda dari biasanya.

Selain itu, peneliti menganalisa sesuai dengan teori semiotika Charles Sanders Peirce, yaitu segitiga makna atau segitiga semiotic Peirce yang menginterpretasikan ikon, indeks dan *Symbol* yang terdapat dalam tayangan iklan tersebut. Tanda-tanda tersebut merupakan data-data seperti gambar, suara, musik, unsur-unsur audio dan visual lainnya, serta data pendukung lainnya, yang akan diteliti dan diinterpretasikan ke dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

**Kata Kunci:** *Semiotika, Etos Kerja, Budaya, Iklan, Charles Sanders Pierce,*

## **ABSTRACT**

*Apple, as one of the market leaders in the technology industry, consistently employs captivating and unique promotional strategies. Apple has always managed to implement promotional strategies that make the world aware of their excellence in their field. Various methods have been employed by Apple to create enticing advertisements, one of which is a Mini Series advertisement titled "The Underdogs - Apple at Work" released a few years ago.*

*Over the past two years, this advertisement has become increasingly fascinating as it consistently revolves around various themes, with one overarching topic that remains prevalent in all three advertisements - the work ethic. This research focuses on the semiotic analysis of the "Apple at Work" advertisements, utilizing semiotics (sign interpretation) as the data analysis technique.*

*This study adopts a qualitative interpretative approach. Sobur (2006) explains that the research methodology employed in semiotic analysis is interpretative. In this study, the researcher will examine the signs that reference the interpretation of work ethic in the "Apple at Work - The Underdogs" advertisements, which differ from the usual approach.*

*Furthermore, the researcher will analyze in accordance with Charles Sanders Peirce's semiotic theory, specifically Peirce's semiotic triangle, which interprets icons, indexes, and symbols present in the ad content. These signs constitute data such as images, sounds, music, audiovisual elements, and other supporting data that will be examined and interpreted into words and language.*

**Keywords:** *Semiotics, Work Ethic, Culture, Advertisement, Charles Sanders Peirce.*