

ABSTRAK

Di dunia pemasaran saat ini, merek-merek teknologi semakin mengandalkan platform seperti Instagram untuk membangun identitas merek mereka. Penelitian ini menginvestigasi bagaimana Asus, melalui kampanye #DesignYouCanFeel, secara strategis memanfaatkan unggahan Instagram-nya untuk membangun citra nilai komersial yang khas. Untuk melakukannya, kerangka kerja analisis multimodal digunakan, dengan menelaah empat unggahan berbeda secara kualitatif. Studi ini berfokus pada interaksi sumber daya semiotik utama, menguraikan bagaimana elemen-elemen seperti skema warna, penggunaan simbolis tekstur, pembingkai objek, dan fungsi teks bekerja sama untuk menciptakan makna berlapis. Temuan-temuan di riset ini mengungkapkan adanya strategi yang konsisten yang secara kuat menggabungkan citra alam dengan simbol-simbol modernisme dan kemewahan. Studi ini menemukan bahwa Asus mencapai hal ini dengan berulang kali menggabungkan nuansa warna bumi dan tekstur alam yang kasar—yang membangkitkan kesan otentisitas dan keandalan—dengan bahasa visual yang ramping dan canggih dari warna abu-abu, hitam, dan logam halus yang menandakan kemajuan teknologi. Kombinasi ini menciptakan pesan berulang yang menggambarkan produk Asus tidak hanya unggul secara teknis dan andal, tetapi juga kreatif, otentik, dan sadar lingkungan. Melalui kombinasi isyarat visual dan tekstual yang cermat ini, Asus berhasil mengkomunikasikan nilai produk mereka kepada audiensnya.

Kata kunci: analisis multimodal, pemasaran sosial media, merek teknologi, *Instagram*.

ABSTRACT

In today's visually driven marketplace, technology brands increasingly rely on platforms like Instagram to cultivate their brand identity. This research investigates how Asus, through its #DesignYouCanFeel campaign, strategically utilizes its Instagram posts to construct a distinct image of commercial value. To do this, a multimodal analysis framework is employed, qualitatively examining four distinct posts. The study focuses on the interplay of visual characteristics, deciphering how elements like color schemes, the symbolic use of textures, the framing of objects, and the function of text work together to create layered meaning. The findings reveal a consistent and deliberate strategy that powerfully combines imagery of nature with symbols of modernism and luxury. This study finds that Asus achieves this by repeatedly combining earthy tones and coarse, natural textures—which evoke authenticity and dependability—with the sleek, sophisticated language of greys, blacks, and smooth metals that signify technological advancement. This combination creates a recurring message that portrays Asus products as not only technically superior and reliable but also as creative, authentic, and environmentally conscious. This study finds that through this meticulous combination of visual and textual cues, Asus communicates the value of its products to their audience.

Keywords: multimodal analysis, social media marketing, tech brands, value, *Instagram*