UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Representasi Brand Personality Merek Liquid Death pada Media Sosial Instagram @liquiddeath dengan
Pendekatan Taksonomi Triadik Peirce**
Akhmad Iqbal Maulana, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN **2**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI **3**
HALAMAN PERSEMBAHAN **4**
DAFTAR ISI **6**
DAFTAR GAMBAR **8**
DAFTAR TABEL **9**
ABSTRAK **10**
ABSTRACT ***11***
BAB I
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.4.1 Manfaat Akademis 8
1.4.2 Manfaat Praktis 8
1.5 Kebaruan Penelitian 9
BAB II
TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1 Kerangka Pemikiran 11
2.1.1 *Brand Personality* dan Diferensiasi di Industri AMDK 11
2.1.2 Strategi Komunikasi Visual dalam Media Sosial 13
2.1.3 Strategi Konten Media Sosial 16
2.1.4 Pendekatan Semiotika dalam Komunikasi Visual 19
2.2 Kerangka Konsep 22
2.2.1 *Brand Personality* 22
2.2.2 Semiotika 26
BAB III
METODOLOGI **29**
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Metode Penelitian 29
3.3 Jenis Data dan Sumber Data 30
3.4 Teknik Pengumpulan Data 31
3.5 Teknik Analisis Data 32
3.6 Objek Penelitian 34
3.7 Limitasi Penelitian 35
BAB IV

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Representasi Brand Personality Merek Liquid Death pada Media Sosial Instagram @liquiddeath dengan
Pendekatan Taksonomi Triadik Peirce**
Akhmad Iqbal Maulana, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

HASIL DAN PEMBAHASAN..... 37
4.1 Deskripsi Data Penelitian..... 37
4.1.1 Konten Kampanye *Breaking The Law* di Instagram @liquiddeath.. 37
4.1.2 Visual, Narasi, dan Respon Audiens..... 40
4.2 Analisis Semiotika Peirce pada Kampanye *Breaking The Law*..... 46
4.2.1 Identifikasi Ikon..... 46
4.2.2 Identifikasi Indeks..... 53
4.2.3 Identifikasi Simbol..... 56
4.2.4 Relasi Representamen, Objek, dan Interpretant..... 60
4.3 Pemetaan *Brand Personality* Liquid Death..... 65
4.3.1 Dimensi *Excitement*..... 65
4.3.2 Dimensi *Ruggedness*..... 69
4.3.3 Dimensi Tambahan (*Sincerity, Competence, Sophistication*)..... 72
BAB V
PENUTUP..... 79
5.1 Kesimpulan..... 79
5.2 Saran..... 81
DAFTAR PUSTAKA..... 85