

**Analisis *Brand Image* Dalam Industri Modifikasi Mobil
(Studi Pada *Liberty Walk Body Kit Manufacturer*)**

Tugas Akhir

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**U N I V E R S I T A S
B A K R I E**

Disusun Oleh:

**Ighasta Ahmad Iqbal
1211003029**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ighasta Ahmad Iqbal

NIM : 1211003029

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ighasta', with a small star-like mark at the end of the signature.

Tanggal : Jakarta, 18 Februari 2026

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

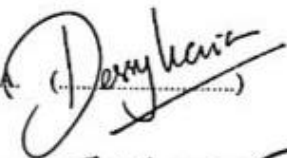
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ighasta Ahmad Iqbal
NIM : 1211003029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : "Analisis *Brand Image* Dalam Industri Modifikasi Mobil (Studi Pada *Liberty Walk Body Kit Manufacturer*)"

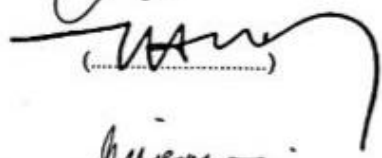
Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

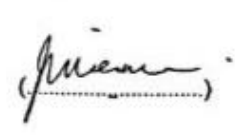
Pembimbing: Dr. Dessy Kania, B.A., M.A.

()

Pembahas 1: Suharyanti, M.S.M.

()

Pembahas 2: Mirana Hanathasia S.Sos.

()

Ditetapkan di Jakarta Tanggal

4 Maret 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul *Analisis Brand Image Dalam Industri Modifikasi Mobil (Studi Pada Liberty Walk Body Kit Manufacturer)*. Penulis bersyukur telah diberikan kelancaran mulai dari awal penyusunan judul hingga akhir pengerjaan laporan penelitian tugas akhir ini.

Penulis juga mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas andil para pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan baik secara moral maupun akademik selama proses pengerjaan laporan penelitian tugas akhir ini. terutama kepada :

1. **Orang Tua Penulis**

Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta pengorbanan yang tidak pernah berhenti diberikan. Tanpa keikhlasan dan restu dari orang tua, penulis tidak akan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir ini. Semoga segala kebaikan dan kasih sayang yang telah dicurahkan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

2. **Dr. Dessy Kania B.A M.A**

Selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas semua waktu, energi, dan pengetahuan yang berikan selama menjalani bimbingan, masukan, dan arahan yang disampaikan sangat membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian ini.

3. **Suharyanti, M.S.M., & Mirana Hanathasia S.Sos.**

Ucapan terima kasih penulis sampaikan yang sebesar-besarnya atas waktu, masukan, kritik, serta saran yang sangat berharga. Segala arahan yang

diberikan tidak hanya membantu dalam penyempurnaan skripsi ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi penulis dalam mengembangkan wawasan dan cara berpikir akademis.

4. Seluruh Dosen & Staff Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie beserta seluruh dosen dan staf akademik yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta bantuan selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas Bakrie.

5. Teman terdekat penulis

Penulis juga tidak lupa berterima kasih kepada teman-teman terdekat penulis, Terutama yang selalu menemani penulis dalam penyusunan tugas akhir ini dengan saling memberikan support dan motivasi agar dapat menjalankan semuanya dengan baik dan tenang.



Penulis,
Ighasta Ahmad Iqbal

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ighasta Ahmad Iqbal
NIM : 1211003029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS *BRAND IMAGE* DALAM INDUSTRI MODIFIKASI MOBIL (STUDI PADA *LIBERTY WALK BODY KIT MANUFACTURER*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 18 Februari 2026

Yang menyatakan,



Ighasta Ahmad Iqbal

**Analisis *Brand Image* Dalam Industri Modifikasi Mobil
(Studi Pada *Liberty Walk Body Kit Manufacturer*)**

Ighasta Ahmad Iqbal

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana brand image Liberty Walk (LBWK) terbentuk dalam industri modifikasi mobil di Indonesia melalui dua dimensi utama, yaitu brand performance dan brand imagery. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan wawancara mendalam terhadap dua *car enthusiasts* berpengalaman serta satu triangulator, penelitian ini menemukan bahwa Liberty Walk dipandang sebagai brand dengan kualitas desain dan pengerjaan premium, sekaligus memiliki makna simbolik sebagai representasi keberanian, diferensiasi, dan status dalam komunitas otomotif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan citra Liberty Walk tidak hanya berasal dari aspek teknis produknya, tetapi juga dari nilai identitas dan afiliasi sosial yang berkembang dalam budaya konsumen modifikasi otomotif.

Kata kunci: Brand Image, Brand Performance, Brand Imagery, Liberty Walk, Budaya Konsumen, Modifikasi Mobil.

**Analisis *Brand Image* Dalam Industri Modifikasi Mobil
(Studi Pada *Liberty Walk Body Kit Manufacturer*)**

Ighasta Ahmad Iqbal

ABSTRACT

This study aims to analyze how the brand image of Liberty Walk (LBWK) is formed within the car modification industry in Indonesia through two main dimensions: brand performance and brand imagery. Using a qualitative approach and in-depth interviews with two experienced *car enthusiasts* and one triangulator, the findings indicate that Liberty Walk is recognized as a brand with premium design quality and workmanship, while also carrying symbolic meanings of boldness, differentiation, and status within the automotive community. The results show that the strength of Liberty Walk's brand image is derived not only from its technical product aspects but also from identity values and social affiliation embedded in contemporary automotive consumer culture.

Keyword: Brand Image, Brand Performance, Brand Imagery, Liberty Walk, Consumer Culture, Car Modification.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep yang Relevan	12
2.1.1 <i>Brand Image</i>	12
2.1.2 Budaya Konsumen	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Pernyataan Kebaruan.....	21
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain dan Pendekatan	23
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	23
3.2.1 Objek Penelitian	23
3.2.2 Subjek Penelitian.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24

3.3.1 Wawancara	24
3.3.2 Dokumentasi.....	25
3.4 Teknik Analisis Data	25
3.4.1 Reduksi Data	25
3.4.2 Penyajian Data.....	26
3.4.3 Penarikan Kesimpulan.....	26
3.5 Triangulasi Data.....	26
3.6 Operasionalisasi Isu/Konsep.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	30
4.1.1 Gambaran Liberty Walk.....	30
4.1.2 Liberty Walk dalam Budaya Modifikasi Indonesia	32
4.2 Penyajian Data	36
4.2.1 Brand Performance Liberty Walk	36
4.2.2 Brand Imagery Liberty Walk	38
4.2.3 Liberty Walk dalam lingkup Budaya Konsumen.....	42
4.3 Pembahasan dan Diskusi	47
4.3.1 Liberty Walk Bukan Sekedar Brand	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Kendala & Keterbatasan	52
5.3 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo original Liberty Walk	1
Gambar 1.2. Liberty Walk Lamborghini Huracan, Ferrari 458 dan Nissan GTR R35.....	2
Gambar 1.3. Liberty Walk Lamborghini Miura dalam acara Tokyo Auto Salon 2025	3
Gambar 1.4. Liberty Walk Super Silhouette	4
Gambar 1.5. Liberty Walk Super Silhouette GTR R32.....	4
Gambar 1.6. <i>Founder</i> Liberty Walk bersama komunitas pada acara Indonesia Modification Expo.....	7
Gambar 1.7. Liberty Walk Super Silhouette Nissan Silvia S15	8
Gambar 1.8. Liberty Walk Super Silhouette Nissan Skyline GTS R34	8
Gambar 1.9. Liberty Walk McLaren 720S & Mazda FD3S RX-7 Super Silhouette dengan <i>livery brand</i>	9
Gambar 1.10. Liberty Walk dengan konsep <i>livery “Fighter Works”</i>	9
Gambar 2.1. Piramida CBBE oleh Keller.....	12
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1. Profil Riswan Rusdiansyah.....	27
Gambar 4.1. Profil Wataru Kato.....	30
Gambar 4.2. Konten LBWK.....	34
Gambar 4.3. Milly LB86	41
Gambar 4.4. Lambo LBWK Raffi Ahmad & Mazda RX7 LBWK Arief Muh.....	44
Gambar 4.5. Profil Raindy dan <i>owner</i> Milly LB86.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Temuan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Batasan Operasional Isu/Konsep	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Wawancara dengan Narasumber	55
Lampiran 2. Transkrip Wawancara ke-1	56
Lampiran 3. Transkrip Wawancara ke-2	59
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Triangulator	72