

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
BRAND RESONANCE DAN *BRAND PERSONALITY* JKT48
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh

FRANSISCA SARASWATI

1971650012



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
BRAND RESONANCE DAN *BRAND PERSONALITY* JKT48
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Kristen Indonesia

Oleh

FRANSISCA SARASWATI

1971650012



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2023**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama Mahasiswa : Fransisca Saraswati
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND RESONANCE* DAN *BRAND PERSONALITY* JKT48 PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 27 Juni 2023



Fransisca Saraswati



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
***BRAND RESONANCE* DAN *BRAND PERSONALITY* JKT48**
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh:

Nama Mahasiswa : Fransisca Saraswati
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650012
Jurusan/ Peminatan : Ilmu Komunikasi

telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan setuju
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 27 Juni 2023

Menyetujui:

Pembimbing

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A)

NIDN. 0323088703

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)
(Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc, Sc)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

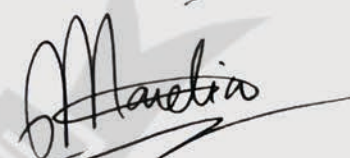
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 27 Juni 2023 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Fransisca Saraswati
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *BRAND RESONANCE* DAN *BRAND PERSONALITY* JKT48 PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Dr. Melati Mediana Tobing, ST., S.I.Kom., M.Si.	Sebagai Ketua	
2 Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.	Sebagai Anggota	
3 Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Sebagai Anggota	

Jakarta, 27 Juni 2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fransisca Saraswati
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Brand Resonance dan *Brand Personality* JKT 48
pada Media Sosial Instagram

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 26 Juni 2023

Jakarta, 27 Juni 2023

Menyetujui:

Ketua Sidang/ Penguji I

(Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si.)

Penguji II

(Sunengsih D. Simatupang, S.S., M.Si.)

Penguji III

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A)

Ketua Program Studi
Ilmu Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fransisca Saraswati
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650012
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Resonance* dan *Brand Personality* JKT 48 pada Media Sosial Instagram

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 27 Juni 2023
Yang menyatakan,

Fransisca Saraswati

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Resonance* dan *Brand Personality* JKT48 Pada Media Sosial Instagram”.

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai tugas akhir penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia (FISIPOL UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama belajar di program studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL UKI, penulis mendapat banyak ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dan diberi arahan, dukungan, serta semangat oleh orang-orang disekitar penulis.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang Tua tercinta : Alm. Bapak Antonius Sutarman di surga yang menjadi pendoa serta semangat bagi penulis dan Ibu CH. Sukiyati yang sudah sangat sabar memberikan dukungan secara moril, materil maupun spiritual agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan waktu, nasihat, dan dukungan dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.

3. Formas Juitan Lase, S. Sos., M.I.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.
4. Dr. Verdinand Robertua Siahaan, S.Sos., M.Soc.Sc, sebagai Dekan dan Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom., sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.
5. Dr. Dhaniswara K. Hardjono, S.H., M.H., M.B.A. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
6. Seluruh Dosen program Studi Ilmu Komunikasi dan seluruh staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia yang ikut serta membantu memberikan dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini. Tanpa bantuan tersebut, penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, semoga ilmu dan pengalaman yang diberikan dapat didedikasikan untuk kesuksesan penulis di hari-hari yang akan datang.
7. JKT48 *Operational Team* meliputi *staff* dan personil JKT48 yang turut mendukung penulis dalam proses penulisan skripsi.
8. Para Fans JKT48 yang memberikan dukungan secara moral, serta meluangkan waktu dan tenaga dalam melengkapi kuesioner skripsi ini. Terima kasih sudah mendukung penulis selama 9.5 tahun saat berada di JKT48.
9. Teman-teman serta sahabat terdekat penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis saat menyusun skripsi ini.
10. Earth Pirapat Wattanaset Siri sebagai idola Thailand yang postingan instagramnya selalu membuat saya bahagia dan bersemangat dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi, FISIPOL UKI 2019. Khususnya Gracia Meritha Gerung, Florentina Jessica dan Eunike Millenia untuk setiap kenangan, kebersamaan dan pengalaman yang telah dilalui bersama-sama selama ini, serta selalu mendukung satu sama lain.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan memberkati.

Jakarta, 2023

Fransisca Saraswati



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.4.3 Manfaat Sosial.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Brand Resonance</i>	13
2.1.2 <i>Brand Personality</i>	15
2.1.3 Instagram.....	20
2.2 Pengertian Analisis Faktor	23
2.3 Kerangka Teoritis.....	24
2.4 Hipotesis.....	25
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian Kuantitatif	29
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Sumber Data.....	31

3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.7	Operasionalisasi Konsep	34
3.8	Teknik Analisis dan Interpretasi Data	42
3.9	Keabsahan Data	44
3.9.1	Uji Validitas	44
3.9.2	Uji Reabilitas	44
3.9.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.9.4	Analisis Regresi Berganda	45
3.9.5	Pengujian Hipotesis	45
BAB IV	PEMBAHASAN.....	47
4.1	Gambaran Umum Populasi	47
4.2	Hasil Pengolahan Data Penelitian	47
4.2.1	<i>Brand Resonance</i>	47
4.2.2	<i>Brand Personality</i>	55
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.2.4	Uji Reliabilitas Kuesioner	75
4.2.5	Uji Asumsi Klasik	76
4.2.6	Analisis Regresi Berganda	79
4.2.7	Uji t (Pengujian Hipotesis)	81
4.2.8	Analisis Koefisien Determinasi	85
4.3	Pembahasan	85
BAB V	PENUTUP.....	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	90
	LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Brand Resonance - Intensity(BR.1)	47
Tabel 4. 2 Brand Resonance - Intensity (BR.2)	48
Tabel 4. 3 Brand Resonance - Intensity (BR.3)	49
Tabel 4. 4 Brand Resonance - Intensity (BR.4)	50
Tabel 4. 5 Brand Resonance - Activity (BR.5)	52
Tabel 4. 6 Brand Resonance – Activity (BR.6)	53
Tabel 4. 7 Brand Resonance - Activity (BR.7)	54
Tabel 4. 8 Brand Personality - Sincerity (BP.1).....	55
Tabel 4. 9 Brand Personality - Sincerity (BP.2).....	57
Tabel 4. 10 Brand Personality - Sincerity (BP.3).....	58
Tabel 4. 11 Brand Personality - Sincerity (BP.4).....	59
Tabel 4. 12 Brand Personality - Excitement (BP.5).....	60
Tabel 4. 13 Brand Personality - Excitement (BP.6).....	61
Tabel 4. 14 Brand Personality - Excitement (BP.7).....	62
Tabel 4. 15 Brand Personality – Excitement (BP.8)	63
Tabel 4. 16 Brand Personality - Competence (BP.9).....	65
Tabel 4. 17 Brand Personality - Competence (BP.10).....	66
Tabel 4. 18 Brand Personality - Competence (BP.11).....	67
Tabel 4. 19 Brand Personality - Sophistication (BP.12)	68
Tabel 4. 20 Brand Personality - Sophistication (BP.13).....	70
Tabel 4. 21 Brand Personality - Rudgeness (BP.14).....	71
Tabel 4. 22 Brand Personality - Rudgeness (BP.15).....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Artikel JKT48 Memenangkan Kids' Choice Awards.....	2
Gambar 1. 2 Profil Instagram JKT48.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis.....	24
Gambar 3. 1 Rumus Yamanee	30
Gambar 4. 1 Diagram Responden Brand Resonance (BR.1).....	48
Gambar 4. 2 Diagram Responden Brand Resonance (BR. 2).....	49
Gambar 4. 3 Diagram Responden Brand Resonance (BR. 3).....	50
Gambar 4. 4 Diagram Responden Brand Resonance (BR. 4).....	51
Gambar 4. 5 Diagram Responden Brand Resonance (BR. 5).....	53
Gambar 4. 6 Diagram Responden Brand Resonance (BR. 6).....	54
Gambar 4. 7 Diagram Responden Brand Resonance (BR. 7).....	55
Gambar 4. 8 Diagram Responden Brand Personality (BP. 1).....	56
Gambar 4. 9 Diagram Responden Brand Personality (BP. 2).....	57
Gambar 4. 10 Diagram Responden Brand Personality (BP. 3).....	58
Gambar 4. 11 Diagram Responden Brand Personality (BP. 4).....	59
Gambar 4. 12 Diagram Responden Brand Personality (BP. 5).....	61
Gambar 4. 13 Diagram Responden Brand Personality (BP. 6).....	62
Gambar 4. 14 Diagram Responden Brand Personality (BP. 7).....	63
Gambar 4. 15 Diagram Responden Brand Personality (BP. 8).....	64
Gambar 4. 16 Diagram Responden Brand Personality (BP. 9).....	66
Gambar 4. 17 Diagram Responden Brand Personality (BP. 10).....	67
Gambar 4. 18 Diagram Responden Brand Personality (BP. 11).....	68
Gambar 4. 19 Diagram Responden Brand Personality (BP. 12).....	69
Gambar 4. 20 Diagram Responden Brand Personality (BP. 13).....	70
Gambar 4. 21 Diagram Responden Brand Personality (BP. 14).....	72
Gambar 4. 22 Diagram Responden <i>Brand Personality</i> (BP. 15).....	73
Gambar 4. 23 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Postingan JKT48 dalam akun Instagram tentang <i>event</i>	93
Lampiran 2. Postingan JKT48 dalam akun instagram tentang IMA 2022.....	94
Lampiran 3. Membagikan link kuesioner melalui akun instagram peneliti.	95
Lampiran 4. Butir-butir pertanyaan dan pernyataan dalam Google Form.	96
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	104
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif	107
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tes	107
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas dan Koefisien Determinasi	108



ABSTRAK

Industri musik Indonesia terus berkembang seiring waktu dengan lahirnya budaya *girlband* dan *boyband* sebagai bukti masuknya *influence* dari negara lain seperti Amerika Serikat dan Korea Selatan. Salah 1 grup yang populer di Indonesia adalah JKT48 yang sudah bertahan hampir 11 tahun dan membuat JKT48 memiliki banyak sekali penggemar yang loyal terhadap idol group tersebut. Untuk meningkatkan kualitas serta intensitas, JKT48 perlu membangun karakteristik yang kuat dengan memperkuat *brand personality* dan membangun loyalitas dari ikatan emosional dengan para penggemar dengan *brand resonance*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *brand resonance* JKT48 pada media sosial instagram yang terbentuk dari dimensi *Intensity* meliputi indikator *Behavioral Loyalty* dan *Attitudinal attachment*, serta *Activity* meliputi indikator *Sense of community* dan *Active engagement*. Selain itu, penelitian ini juga mencari tahu faktor yang berpengaruh terhadap *brand personality* JKT48 pada media sosial instagram yang terbentuk dari dimensi *sincerity* (*down to earth, honest, wholesome, cheerful*), *excitement* (*daring, spirited, imaginative*, serta *up-to-date*), *competence* (*reliable, intelligent, successful*), *sophistication* (*upper class, charming*), dan *rudgeness* (*outdoorsy, tough*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan pengumpulan data primer dengan kuesioner yang dibagikan melalui Google Form kepada 400 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan dimensi *activity* memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap *Brand Resonance* sehingga JKT48 bisa meningkatkan keterlibatan komunitas pecinta JKT48 dalam setiap kegiatan atau promosi JKT48 yang dilakukan melalui media sosial instagram. Sementara itu, dimensi *sophistication* memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap *Brand Personality* JKT48 pada media sosial Instagram sehingga JKT48 bisa meningkatkan kelebihan dari segi fisik, fashion, penampilan dan daya tarik lainnya yang diposting di media sosial instagram milik JKT48.

Kata Kunci: *Brand Resonance, Brand Personality, JKT48, Instagram*

ABSTRACT

The Indonesian music industry continues to develop over time with the birth of girlband and boyband culture as evidence of the influx of influences from other countries such as the United States and South Korea. One of the most popular groups in Indonesia is JKT48, which has lasted for almost 11 years and has made JKT48 have a lot of fans who are loyal to the idol group. To increase quality and intensity, JKT48 needs to build strong characteristics by strengthening brand personality and building loyalty from emotional ties with fans with brand resonance. This study aims to find out what are the factors that significantly influence JKT48's brand resonance on Instagram social media which is formed from the Intensity dimension including Behavioral Loyalty and Attitudinal attachment indicators, and Activity including Sense of community and Active engagement indicators. In addition, this study also finds out the factors that significantly influence JKT48's brand personality on Instagram social media which are formed from the dimensions of sincerity (down to earth, honest, wholesome, cheerful), excitement (online, spirited, imaginative, and up-to-date), competence (reliable, intelligent, successful), sophistication (upper class, charming), and rudeness (outdoorsy, tough). This study uses a quantitative method that uses primary data collection with questionnaires distributed via Google Form to 400 respondents. The results of this study indicate that the activity dimension has a stronger influence on Brand Resonance so that JKT48 can increase the involvement of the JKT48 lover community in every JKT48 activity or promotion carried out through Instagram social media. Meanwhile, the sophistication dimension has a stronger influence on JKT48's Brand Personality on Instagram social media so that JKT48 can increase its advantages in terms of physical, fashion, appearance and other attractiveness posted on JKT48's Instagram social media.

Keywords: *Brand Resonance, Brand Personality, JKT48, Instagram*