

ABSTRAK

Persaingan industri musik di Indonesia membuat band indie semakin diuji kreativitasnya dalam berkarya. tidak hanya karya, band indie pun berlomba mendapatkan perhatian dari penggemar maupun pendengar. Proses mendapatkan eksistensi di industri musik tidak luput dari kegiatan branding agar dapat mencapai suatu target. Salah satu kegiatan branding adalah membangun brand personality pada suatu band yang diharapkan dapat menjadi suatu pembeda dengan band satu dengan yang lainnya. Band indie yang diangkat dalam penelitian ini adalah The Panturas. The Panturas merupakan band indie bergenre surf – rock yang berasal dari Jatinangor, Jawa Barat. Dalam membangun brand personality nya The Panturas menggunakan aplikasi social media instagram. Instagram merupakan social media yang paling banyak digunakan di Indonesia. Instagram merupakan aplikasi social media yang memungkinkan penggunanya mengirim foto atau video berdurasi pendek. Dilengkapi dengan fitur – fitur yang sangat praktis seperti, comment, direct message, instagram story dan lain - lain instagram saat ini banyak digunakan menjadi sarana bisnis untuk mempromosikan atau jual beli produk karena ke efektifitasnya. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data wawancara dan studi pustaka. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti proses yang dilakukan The Panturas dalam membentuk brand personality nya di social media instagram. Proses membangun brand personality grup band indie The Panturas dapat dilihat melalui lima dimensi yaitu dimensi *sincerity*, dimensi *excitement*, dimensi *competence*, dimensi *sophistication*, dan dimensi *ruggedness*. Masing – masing dimensi memberikan kontribusi yang besar dalam proses membangun brand personality grup band indie The Panturas sehingga para penggemar di social media dapat merasakan keramahan atau ketulusan yang dibagikan melalui instagram.

Kata kunci: ***Brand, Brand Personality, The Panturas, Instagram***