

ABSTRAK

Tren teknologi Metaverse menciptakan ragam pemanfaatan di berbagai bidang, diantaranya pada bidang game online. ZEPETO merupakan aplikasi game sekaligus jejaring sosial dengan tampilan Metaverse yang berasal dari Korea Selatan. Pada tahun 2021-2022, terdapat keluhan mengenai banyaknya efek glitch dan bug yang diciptakan oleh creator items pada aplikasi tersebut. ZEPETO membuat program *Co-Branding* bersama *girl group* ternama Korea Selatan yaitu BLACKPINK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Co-Branding* terhadap *Brand Image* Aplikasi Social Game ZEPETO. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data berupa metode survey yang dikhususkan kepada anggota Komunitas ZEPETO di Indonesia dengan jumlah anggota sebanyak 465 orang. Pengambilan sampel menggunakan sampling kuota dengan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Penelitian ini memiliki persamaan regresi linear sederhana $Y' = 5.146 + 0.687X$. Hasil analisis korelasi yang dihasilkan adalah 0.914. Pada penelitian terbukti bila H_0 ditolak dan H_1 diterima dikarenakan nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $4.069 > 1.65685$, dengan demikian terdapat pengaruh *Co-Branding* terhadap *Brand Image* aplikasi *social game* ZEPETO. Adapun pengaruh yang diciptakan oleh variabel *Co-Branding* ZEPETO-BLACKPINK terhadap variabel *Brand Image* Aplikasi ZEPETO adalah sebesar 74,6%, sedangkan sisanya 25,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: *Co-Branding, Brand Image, Metaverse, ZEPETO, BLACKPINK*