Pengaruh Persona Selebriti Talent Kampanye terhadap Brand Image Grab (Survei Pengaruh Penggunaan
Adam Suseno sebagai Talent Kampanye Ã¯Â¿Â½Grab Awet HematnyaÃ¯Â¿Â½ Pada Platform TikTok terhadap
Brand Image Grab melalui Brand Awareness)
sheila rahmasari mardanus, Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

# ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh persona selebriti Adam Suseno sebagai *talent* kampanye "Grab Awet Hematnya" pada *platform* TikTok terhadap *brand image* Grab. Persoalan utama yang diteliti adalah bagaimana persona Adam Suseno sebagai *talent* kampanye dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap citra *brand* Grab, melalui *brand awareness* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan konsep persona selebriti, *brand awareness*, dan *brand image*. Persona selebriti dipahami melalui ciri fisik, ciri nonfisik, konsistensi dan pengenalan persona, serta relevansi dengan brand. *Brand awareness* diposisikan sebagai variabel mediasi, sedangkan *brand image* dilihat melalui dimensi fungsional, simbolik, dan emosional. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan 267 responden yang merupakan pengguna TikTok dan pernah terpapar konten kampanye "Grab Awet Hematnya" yang menampilkan Adam Suseno. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persona selebriti Adam Suseno berpengaruh terhadap *brand awareness* dan *brand image* Grab. Selain itu, *brand awareness* juga terbukti berpengaruh terhadap *brand image* serta memediasi pengaruh persona selebriti terhadap *brand image* secara signifikan. Dengan demikian, penggunaan Adam Suseno sebagai *talent* dalam kampanye "Grab Awet Hematnya" dapat berperan dalam membentuk *brand image* Grab, melalui peningkatan *brand awareness*.

**Kata Kunci**: Persona Selebriti, *Brand Awareness*, *Brand Image*, Kampanye Digital, TikTok.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Persona Selebriti Talent Kampanye terhadap Brand Image Grab (Survei Pengaruh Penggunaan
Adam Suseno sebagai Talent Kampanye Ã¯Â¿Â½Grab Awet HematnyaÃ¯Â¿Â½ Pada Platform TikTok terhadap
Brand Image Grab melalui Brand Awareness)**
sheila rahmasari mardanus, Drs. I Gusti Ngurah Putra, M.A
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# ABSTRACT

*This study examines the influence of celebrity Adam Suseno's persona—as the talent for the "Grab Awet Hematnya" campaign on TikTok—on Grab's brand image. The central issue investigated is how Adam Suseno's persona influences audience perceptions of Grab's brand image, with brand awareness serving as a mediating variable. The study employs the concepts of celebrity persona, brand awareness, and brand image. Celebrity persona is understood through physical and non-physical traits, persona consistency and recognition, and relevance to the brand. Brand awareness is positioned as a mediating variable, while brand image is analyzed through functional, symbolic, and emotional dimensions. A quantitative survey method was used, involving 267 respondents who are TikTok users and had been exposed to the "Grab Awet Hematnya" campaign content featuring Adam Suseno. The results indicate that Adam Suseno's celebrity persona influences both brand awareness and Grab's brand image. Furthermore, brand awareness was found to influence brand image and significantly mediate the impact of the celebrity persona on brand image. Thus, utilizing Adam Suseno as the talent for the "Grab Awet Hematnya" campaign plays a role in shaping Grab's brand image by enhancing brand awareness.*

***Keywords**: Celebrity Persona, Brand Awareness, Brand Image, Digital Campaign, TikTok.*