

ABSTRAK

Street Boba menjadi salah satu *brand* minuman berbahan dasar boba yang cukup dikenal di mata masyarakat. Street Boba menjadi salah satu *brand* minuman yang memanfaatkan strategi marketing dengan bantuan *brand ambassador* sebagai wajah dari *brand* dan produk yang ditawarkannya. Jovi Adhiguna menjadi *influencer* yang dipilih untuk mewakili produk dari Street Boba. Jovi Adhiguna merupakan salah satu *influencer* yang aktif di bidang *fashion*. Jovi Adhiguna menekuni dunia *fashion* sebagai seorang androgini. Jovi dikenal melalui beberapa *platform* seperti instagram dan youtube. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan *celebrity endorser* Jovi Adhiguna terhadap *brand awareness* Street Boba. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *followers* instagram Jovi Adhiguna serta menggunakan metode kuantitatif dengan 400 responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner melalui media online yang dipilih melalui *non probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menghasilkan *Celebrity Endorser* Jovi Adhiguna (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness* Street Boba (Y). Hasil uji koefisien determinasi yang dihasilkan menunjukkan bahwa *celebrity endorser* Jovi Adhiguna memiliki nilai kontribusi sebesar 42% terhadap *brand awareness* Street Boba, sedangkan sebesar 52% merupakan pengaruh sebuah kontribusi dari variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Celebrity Endorser*, Komunikasi Pemasaran, *Brand*, *Brand Awareness*