

**EFEKTIVITAS IKLAN INDOMIE VERSI AYAM GEPREK DI TELEVISI
DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISA EPIC MODEL PADA
MASYARAKAT DESA SUKOIBER KEC. GUDO KAB. JOMBANG**

ABTRAK

Oleh:

**Dwi Kartika Sari
NIM 1561129**

Dosen Pembimbing:

Erminati Pancaningrum, ST.,MSM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas iklan yang telah dilakukan oleh Indomie versi Ayam Geprek di Televisi dengan menggunakan metode analisis EPIC Model, terhadap Masyarakat Desa Sukoiber. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert dengan menggunakan angket. Penelitian ini menggunakan seluruh populasi sebagai sampel penelitian yang berjumlah 100 orang masyarakat yang pernah melihat iklan Indomie versi Ayam Geprek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, data kepustakaan, dan internet. Analisis data yang digunakan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan bantuan SPSS versi 21,0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing dari keempat dimensi EPIC Model yaitu empathy, persuasive, impact, dan communication dinyatakan efektif. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa iklan Indomie versi Ayam Geprek di televisi dinyatakan efektif.

Kata kunci: efektivitas, iklan, EPIC Model.

**EFFECTIVENESS OF GEPREK CHICKEN INDOMIE VERSION
ADVERTISING ON TELEVISION BY USING EPIC MODEL
ANALYSIS METHOD IN SUKOIBER VILLAGE COMMUNITY.
GUDO KAB. JOMBANG**

ABSTRACK

By:

**Dwi Kartika Sari
NIM 1561129**

Menthor:

Erminati Pancaningrum, ST., MSM

This study aims to determine the level of effectiveness of advertisements that have been carried out by Indomie Chicken Geprek version on Television using the EPIC Model analysis method, towards the Sukoiber Village Community. This research uses descriptive quantitative approach with survey methods. In this study using a Likert measurement scale using a questionnaire. This study uses the entire population as a research sample of 100 people who have seen the Indomie ad version of the Chicken Geprek. The sampling technique used is non probability sampling. Data collection techniques using questionnaires, library data, and the internet. Analysis of the data used by using descriptive analysis method with the help of SPSS version 21.0. The results showed that each of the four dimensions of the EPIC Model namely empathy, persuasion, impact, and communication were declared effective. Overall, it can be concluded that the Indomie version of the Chicken Geprek ad on television was declared effective.

Keywords: effectiveness, advertising, EPIC Model.