

**Analisa efektivitas iklan konten tik-tok @ayucitra by monokrom
menggunakan *epic model***

ABSTRAK Oleh:

Ajeng Yoesti handoko Putri

1861247

Dosen Pembimbing :

Dr. Erminati Pancaningrum, ST.,MSM.

Perkembangan dunia digital membuat persaingan dengan berbagai cara untuk tetap bertahan dalam industri perbelanjaan modern, salah satu cara yang dilakukan adalah memperbanyak konten iklan promosi yang dibuat oleh seller. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan efektivitas iklan konten ayucitra bymonokrom menggunakan EPIC Model. Jenis penelitian ini adalah *deskriptif*. Sampel penelitian ini merupakan seluruh masyarakat Jombang yang pernah melihat iklan ayucitra bymonokrom dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah EPIC Model dengan cara menganalisis tingkat efektivitas iklan yang dilihat dari empat perspektif yaitu empati, persuasi, dampak dan komunikasi. Hasil penelitian didapat nilai EPIC 4.13. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum tingkat efektivitas iklan yang telah dilakukan oleh ayucitra bymonokrom di tik-tok sudah efektif. Iklan yang efektif adalah iklan yang cukup berhasil dalam merebut perhatian dari penonton, dapat dipahami, respon kognitif, respon afektif, serta sikap yang mendukung dari penonton itu sendiri.

Kata Kunci: Iklan, *Epic Model*, Ayucitra Bymonokrom

**Analyze the effectiveness of @ayucitra by monokrom content ads using the
epic model**

ABSTRACT By:

**Ajeng Yoesti handoko Putri
1861247**

Dosen Pembimbing :

Dr. Erminati Pancaningrum, ST.,MSM.

The development of the digital world makes competition in various ways to stay afloat in the modern railway industry, one way to do this is to increase promotional advertising content created by sellers. This study aims to determine, analyze and explain the effectiveness of ayucitra bymonochrome content advertising using the EPIC Model. This type of research is descriptive. The research sample is all the people of Jombang who have seen the Ayucitra bymonochrome advertisement with purposive sampling technique. The data analysis method used in this study is the EPIC Model by analyzing the level of advertising effectiveness seen from four perspectives, namely empathy, persuasion, impact and communication. The results of the research on the EPIC value of 4.13. So it can be said that in general the level of effectiveness of the advertisements that have been carried out by Ayucitra Bymonochrome on Tik-Tok has been effective. An effective ad is an ad that is quite successful in grabbing attention from the audience, reachable, cognitive response, affective response, and a supportive attitude from the audience itself.

Keywords: Advertising, Epic Model, Ayucitra Bymonokrom