

Analisa Epic Model: Mengukur Efektivitas Iklan Pandalovely Di Instagram

ABSTRAK

Oleh :

Nabilla Nur Fatmawati

Dosen Pembimbing

Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM

Abstrak : Kemajuan teknologi di zaman yang serba canggih ini, mengakibatkan semakin banyak digunakan dan diikuti oleh pertumbuhan internet yang memberikan kemudahan komunikasi dan interaksi antar individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengukuran efektivitas iklan Pandalovely dengan pendekatan EPIC Model di Instagram. Metode yang digunakan adalah EPIC Model untuk mengetahui efektivitas iklan Pandalovely dengan menilai berdasarkan empat dimensi yaitu (Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Pandalovely di Instagram. Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 97 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, analisis tabulasi sederhana, dan skor rata-rata dimasukkan ke dalam rentang skala EPIC Model. Hasil dari penelitian dari iklan Pandalovely yang diukur berdasarkan dimensi EPIC Model menunjukkan efektif.

Kata kunci : Efektivitas, Iklan, EPIC Model