

## ABSTRAK

Perkembangan *internet* saat ini sangat pesat. Dengan meningkatnya perkembangan *internet* salah satunya yaitu media sosial seperti Instagram, memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan kegiatan pemasaran dalam melakukan promosi. Tujuan dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas iklan melalui media sosial Instagram yang diukur dengan menggunakan metode EPIC (*Emphaty, Persuasion, Impact , dan Communication*). Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah melihat iklan JNE di media sosial instagram. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai efektivitas iklan JNE melalui media sosial Instagram menggunakan metode EPIC, hasil skor rata-rata responden pada dimensi *empathy* didapat hasil sebesar 3,15 , dimensi *persuasion* sebesar 3,06 , dimensi *impact* sebesar 3,04 , dan dimensi *communication* sebesar 3,07. Sehingga diperoleh nilai EPIC rate sebesar 3,08. Hal ini menunjukkan bahwa iklan JNE di media sosial instagram termasuk kedalam rentang skala efektif.

**Kata Kunci: Efektivitas Iklan , Metode EPIC, Instagram.**