

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat saat ini menjadi sesuatu yang tidak dapat diubah. Perkembangan teknologi komunikasi sudah pasti berdampak pada informasi. Di zaman ini masyarakat tentunya sangat membutuhkan informasi yang aktual dan cepat. Dengan adanya media massa tentu saja akan mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi. Menurut Nielsen Radio Audio Measurement tahun 2016, tingkat penetrasi radio pada konsumen tertinggi berada di kota Palembang dengan 97%, disusul oleh pendengar di kota Makassar (60%), Bandung (54%), Banjarmasin (53%) dan Yogyakarta (51%). Kota Bandung berada pada urutan ketiga, salah satu radio di Bandung yang menarik sebuah perusahaan untuk memasang iklan adalah radio Play99ers Bandung.

Radio Play99ers Bandung merupakan radio anak muda Bandung yang memiliki target audience dimulai dari umur 15 tahun hingga 24 tahun. Mempunyai banyak program yang beragam, tentunya sangat menarik sebuah perusahaan untuk memasang iklan pada radio ini, salah satunya adalah Everjoy Café. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti bagaimana efektivitas iklan dari Everjoy Café. Metode yang digunakan untuk mengukur efektifitas iklan tersebut adalah EPIC Model yang terdiri dari empat dimensi yaitu Empati (*Emphaty*), Persuasi (*Persuassion*), Dampak (*Impact*), Komunikasi (*Communication*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif.

Teknik sampling yang digunakan adalah teknik nonprobability sampling dengan jenis purposive sampling dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa iklan dari Everjoy Café di Play99ers Radio Bandung dianggap efektif karena hasil yang didapat dari perhitungan Model EPIC masuk rentang efektif (68% -84%), yaitu dimensi empati 76,5%, dimensi persuasi 73,75%, dimensi dampak 78,2%, dan dimensi komunikasi 77,2%.

Kata Kunci : *efektifitas iklan, EPIC Model*