

**ANALISA EFEKTIVITAS IKLAN SHOPEE VERSI
KOMENG – COD CEK DULU DI YOUTUBE
MENGUNAKAN EPIC MODEL
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Jombang)**

**ABSTRAK Oleh:
Pris Anang Bayu Ramadhan
2061107**

**Dosen Pembimbing :
Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat efektivitas iklan Shopee versi Komeng-COD Cek Dulu di Youtube menggunakan analisis EPIC Model, terhadap Masyarakat Kecamatan Jombang. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Pengukuran dilakukan dengan skala Likert melalui kuesioner. Seluruh populasi yang terdiri dari 100 orang yang telah menyaksikan iklan Shopee versi Komeng-COD Cek Dulu yang digunakan sebagai sampel penelitian, menggunakan teknik *Convenience Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner, studi literatur, dan internet. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat dimensi Model EPIC—yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi—terbukti efektif. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa iklan Shopee versi Komeng-COD Cek Dulu di Youtube dinyatakan efektif.

Kata kunci : Efektivitas, iklan, Model EPIC.

**ANALISA EFEKTIVITAS IKLAN SHOPEE VERSI
KOMENG – COD CEK DULU DI YOUTUBE
MENGUNAKAN EPIC MODEL
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Jombang)**

**ABSTRACT By:
Pris Anang Bayu Ramadhan
2061107**

**Advisor:
Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

This study aims to evaluate the level of effectiveness of the Komeng-COD Cek Dulu version of Shopee advertisements on Youtube using the EPIC Model analysis, towards the people of Jombang District. This research adopts a descriptive quantitative approach with a survey method. Measurements were made with a Likert scale through a questionnaire. The entire population consisting of 100 people who have watched the Komeng-COD Cek Dulu version of Shopee advertisements used as research samples, using the Convenience Sampling technique. Data were collected through questionnaires, literature studies, and the internet. The results showed that all four dimensions of the EPIC Model-namely empathy, persuasion, impact, and communication-proved to be effective. Overall, it can be concluded that the Komeng-COD Cek Dulu version of Shopee's advertisement on Youtube is declared effective.

Keywords: Effectiveness, advertising, EPIC Model.