

## ABSTRAK

Iklan merupakan sebuah sarana untuk mempromosikan barang atau jasa yang ingin ditawarkan, terutama kepada masyarakat. Bagi sebagian besar perusahaan, iklan menjadi suatu pilihan yang Menarik, disamping sebagai sumber informasi , iklan juga dipandang sebagai media hiburan dan komunikasi pemasaran untuk menjangkau target pasar utama jika ditayangkan di televisi. Salah satu perusahaan yang melakukan brand building lewat beriklan adalah PT Coca Cola. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektifitas Iklan produk Sprite menggunakan EPIC Model. Hasil Analisis dengan menggunakan EPIC Model diketahui bahwa iklan Televisi Produk “Sprite versi Cak Lontong Kenyataan Yang Menyegarkan” telah sangat efektif dalam memperkenalkan produk Sprite kepada konsumen. Bagi pihak Perusahaan memperhatikan kualitas iklan yang berfungsi untuk mempromosikan produk. Dalam melakukan penelitian lebih lanjut diharapkan dapat menggali variabel yang lain dengan jumlah sampel yang lebih besar agar ditemukan komparatif studi yang dapat memperkaya hasil penelitian

**Kata kunci : *emphaty, persuasion, impact, communication***

## ABSTRACT

*Advertising is means to promote the good services want to offer. especially to the public. For most companies, advertising is become attractive option, as well as a source of information, advertising is also seen as entertainment media and effective marketing communications media to reach the target market, especially if it aired on television. One company that is doing brand building through advertising PT Coca Cola. The purpose of this study was to determine the effectiveness of Sprite product television advertising methods EPIC Models. Results of analysis using the EPIC model know that television advertising has been very effective in introducing of Sprite products to consumers. For the company should pay more attention to the quality of advertisements that serve to promote the product. In doing further research is expected to explore other variables with a large sample size in order to find comparative studies can enrich the result of this study*

**Keywords : *emphaty, persuasion, impact, communication***