

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas iklan shopee di instagram dan di youtube. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode EPIC dimana metode ini terdiri dari (*Emphaty, Persuasion, Impact, Comunication*). Metode EPIC salah satu alat ukur efektifitas iklan dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC Nielsen salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia yang mencakup empat dimensi kritis yaitu : empati, persuasi, dampak dan komunikasi (*Emphathy, Persuasion, Impact, and Communication*). Dari keempat dimensi tersebut akan didapatkan batasan (*range*) yang akan menentukan posisi suatu iklan dalam tujuan tingkat efektifitas seperti : Sangat tidak efektif, Tidak efektif, Cukup efektif, Efektif, Sangat efektif. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel, dengan jumlah sampel yang diambil. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember 2016/2017 dimana pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa efektifitas iklan shopee dalah dengan meningkatkan kreatifitas iklan shopee agar pesan yang disampaikan mudah diingat oleh konsumen dan mampu bersaing dengan kompetitor yang lain.

Kata kunci: Efektifitas Iklan shopee di instagram dan youtube

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of shopee ads on Instagram and on YouTube. This is done by using the EPIC method where this method consists of (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication). The EPIC method is one of the tools to measure the effectiveness of advertising with a communication approach developed by AC Nielsen, one of the world's leading marketing research companies covering four critical dimensions: empathy, persuasion, impact and communication (Emphathy, Persuasion, Impact, and Communication). Of the four dimensions will be obtained limits (range) that will determine the position of an advertisement in the goal of the level of effectiveness such as: Very ineffective, Not effective, Effective enough, Effective, Very effective. This study uses a purposive sampling technique to obtain samples, with the number of samples taken. The population in this study were students of the Faculty of Economics, Muhammadiyah University, Jember 2016/2017 where data collection used questionnaires. The results of the study found that the effectiveness of shopee advertising is by increasing shopee ad creativity so that the message conveyed is easily remembered by consumers and able to compete with other competitors.

Keywords: Effectiveness of Shopee Ads on Instagram and YouTube