

## ABSTRAK

Teknologi yang semakin berkembang, memungkinkan kita untuk memanfaatkan berbagai media dalam memasarkan produk. Namun hingga saat ini televisi masih menjadi media favorit bagi para pemasar, hal ini terbukti dari survei yang dilakukan oleh Nielsen. Salah satu iklan yang sering muncul di televisi adalah shampoo rejoice hijab 3 in 1 yang dibintangi fatin sidqia. Keefektivan iklan tersebut dapat dinilai menggunakan EPIC model. Tujuan penelitian untuk menilai seberapa efektifkah suatu iklan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. dengan jumlah sampel sebanyak 80 orang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah EPIC Model dan pengolahan data menggunakan SPSS 21 dan Excel. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, iklan rejoice hijab 3 in 1 termasuk dalam iklan yang cukup efektif.

Kata Kunci: EPIC, Televisi, Iklan

## ABSTRACT

*Technology that is increasingly developing, allows us to utilize various media in marketing our products. But until now television is still a favorite media for marketers, this is evident from a survey conducted by Nielsen. One ad that often appears on television is the hijab 3 in 1 rejoice shampoo starring Fatin Sidqia. The effectiveness of these advertisements can be assessed using the EPIC model. The purpose of the study is to assess how effective an advertisement is. This type of research is quantitative descriptive. with a total sample of 80 people and the sampling technique used was non probability sampling with the convenience sampling method. The analytical tool used is EPIC Model and processing data using SPSS 21 and Excel. Based on the results of the analysis conducted, the 3 in 1 hijab rejoice ad is included in the ad that is quite effective.*