

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar efektivitas iklan Grab melalui *Fanpage facebook* Grab Indonesia dengan menggunakan EPIC analisis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar efektivitas iklan dengan objek Grab melalui *Fanpage Facebook Grab* Indonesia yang diukur dengan metode *purposive sampling* dan menyebarkan kuisioner online kepada 100 responden pengikut *fanpage facebook* Grab dengan teknik *Google Forms*. Variabel yang diteliti untuk mengukur efektivitas adalah empati, persuasi, dampak, dan komunikasi. Dari skor rata-rata pendapat responden atas pernyataan yang mengukur dimensi empati di dapat hasil sebesar 6,91 dimensi persuasi sebesar 6,89 dimensi dampak sebesar 6,90 dan dimensi komunikasi sebesar 6,99 sehingga diperoleh EPIC rate sebesar 6,92. Nilai EPIC rate tersebut menunjukkan bahwa iklan Grab melalui *Fanpage Facebook* dinilai efektif.

Kata Kunci : efektivitas iklan, *Fanpage Facebook* Grab Indonesia, metode EPIC

