

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui efektivitas iklan transportasi online Grab di kabupaten Jember. populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan transportasi online Grab di kabupaten Jember. Sampel pada penelitian ini 112 responden diperoleh dari seluruh jumlah variabel indikator yang digunakan dalam penelitian. Pengumpulan data Kuesioner akan dibagikan dalam bentuk *Google Form* yang dapat diisi secara *online* kepada para calon responden yang merupakan pengguna media sosial di Jember yang sebelumnya pernah melihat iklan Grab, dan konsumen untuk mengetahui tingkat komunikasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Epic Model. EPIC Model dilakukan untuk mengukur efektivitas promosi dari sisi komunikasi. *EPIC Model* terdiri dari empat dimensi yaitu: empati, persuasi, dampak, dan komunikasi. Berdasarkan perhitungan hasil akhir dari nilai EPIC rate adalah 3,807 yang jika dimasukkan ke dalam skala penilaian termasuk dalam kategori efektif. Hal ini memperlihatkan bahwa iklan Transportasi Online Grab Di Kabupaten Jember dalam menarik empati audiens, mempengaruhi minat beli audiens, meninggalkan kesan yang baik, dan menyampaikan pesan secara jelas, baik, dan benar. Secara keseluruhan grafik hasil analisis efektivitas iklan Transportasi Online Grab Di Kabupaten Jember dengan metode EPIC Model

Kata Kunci : empati, persuasi, dampak, komunikasi, Epic Model

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of transparent online grab advertisements in Jember district. The population used in this study was Grab online transportation customers in Jember district. The sample in this study 112 respondents were obtained from the entire number of indicator variables used in the study. Data collection Questionnaires will be distributed in the form of a Google Form that can be filled online to prospective respondents who are social media users in Jember who have previously seen Grab advertisements, and consumers to find out the level of communication. The data analysis technique used is the Epic Model. EPIC Model is done to measure the effectiveness of promotion from the communication side. EPIC Model consists of four dimensions, namely: empathy, persuasion, impact, and communication. Based on the calculation of the final results of the EPIC rate is 3.807 which if included in the rating scale is included in the effective category. This shows that the advertisement of Grab Online Transportation in Kabupaten Jember in attracting audience empathy, influences the audience's buying interest, leaves a good impression, and delivers the message clearly, well, and correctly. Overall the graph of the analysis of the effectiveness of Grab Online Transportation advertising in Jember Regency with EPIC Model method

Keywords: empathy, persuasion, impact, communication, Epic Model