

## **ABSTRAK**

Penelitian dengan judul Efektivitas Iklan Online PT. Traveloka Dikalangan Pengguna Media bertujuan untuk mengetahui efektivitas dari iklan Traveloka yang ditampilkan di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak manajemen PT. Traveloka Indonesia untuk mengevaluasi iklan tersebut secara optimal sehingga mendapatkan hasil yang diharapkan. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari 128 responden yang merupakan warga kota Jember yang pernah melihat iklan Traveoka di media sosial. Teknik analisis yang dilakukan adalah metode EPIC yang diperkenalkan oleh perusahaan *The Nielsen Company*. Dimana variablenya adalah *empathy* (empati), *persuasion* (persuasi), *impact* (dampak), *communication* (komunikasi). Hasil analisis EPIC untuk masing-masing variabel adalah  $empathy = 3.875$ ,  $persuasion = 3.850$ ,  $impact = 3.950$ , dan  $communication = 3.950$ . Dari empat variabel yang diteliti, jika dimasukan ke dalam skala efektivitas maka keempat hasil analisis dari variabel tersebut secara parsial berada di rentang “efektif”. Nilai EPIC rate yang merupakan nilai rata-rata dari keempat variabel berada di angka 3.906. Nilai ini berada dalam rentang “efektif” pada rentang skala efektivitas.

**Kata Kunci:** efektivitas iklan, media sosial, traveloka, metode EPIC

## **ABSTRACT**

*The Research with effectiveness title of ONLINE advertising. Traveloka among users Media aims to do Find out the effectiveness of South advertising Traveloka very displayed in the media socially. The results of this research are expected to provide benefits to the management of Traveloka Indonesia to do evaluate advertising the optimal to get the result a very expected. The used of data in this study was obtained from 128 respondents who were citizens of the Jember, who have seen a Traveoka advertisement on social media. The technique of analyzing data is an EPIC model introduced by the Nielsen company. The variable or the research is Empathy, persuasion, Impact, Communication. The EPIC Analysis results for each variable are empathy = 3.870, persuasion =3.850, Impact = 3.950, and Communication =3.950. From the four variables of the study, if incorporated into the scale of effectiveness. Then the fourth analysis result of the variable is partially in the range "the effective Manner". An EPIC rate value that is the average value of the four variables with the number of 3.906. These values are in the "effective" range at the scale of effectiveness range.*

**Keywords:** ad effectiveness, social media, EPIC model

