ABSTRAK

Iklan merupakan sebuah sarana untuk mempromosikan barang atau jasa yang ingin ditawarkan, terutama kepada masyarakat. Bagi sebagian besar perusahaan, iklan menjadi suatu pilihan yang menarik, disamping sebagai sumber informasi, iklan juga dipandang sebagai media hiburan dan media komunikasi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar. Salah satu perusahaan yang melakukan periklanan produk adalah PT. Telekomunikasi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas iklan produk IndiHome melalui media *outdoor* dengan menggunakan *EPIC* model dari dimensi *Emphaty, Persuasion, Impact, Communication*. Metode Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *EPIC Rate*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukan iklan media *outdoor* produk IndiHome efektif digunakan sebagai promosi perusahaan. Hal ini ditunjukan dari nilai *EPIC Rate* sebesar 3,07.

Kata Kunci: *Emphaty, Persuasion, Impact, Communication.*