

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan motor vespa melalui media sosial yakni instagram dengan menggunakan metode EPIC. Empat dimensi EPIC yakni Dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact* dan *Communication*. Jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tabulasi sederhana, skor rata-rata dan perhitungan EPIC rate. Keempat dimensi EPIC Model diantaranya, *empathy* (3.16), *persuasion* (3.09), *impact* (3.08), dan *communication* (3.14) berada pada garis skala efektif. Dalam gambar tersebut juga dijelaskan bahwa hasil skor rata-rata yaitu dengan nilai 3.11 ini berarti perusahaan harus lebih meningkatkan metode untuk lebih menonjolkan kelebihan yang dimiliki motor VESPA dibandingkan merek lain pada kategori yang serupa sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh konsumen walaupun masih berada dalam skala efektif.

**Kata kunci:** Efektivitas Iklan, EPIC, Instagram