

ABSTRAK

Teknologi informasi dan komunikasi adalah sesuatu yang bermanfaat untuk mempermudah semua aspek kehidupan manusia. Media sosial Instagram menjadi sarana yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk mereka dari waktu ke waktu. Kelebihan pebisnis dan pedagang di Instagram tidak perlu membayar jika ingin memperkenalkan produknya terhadap konsumen sehingga mereka bisa mengemat biaya iklan. Instagram adalah salah satu platform yang sangat populer di dunia. Di Indonesia penggunaan platform Instagram mencapai 61.610.000 artinya 22,6 persen atau nyaris seperempat penduduk di Indonesia menggunakan Instagram. Instagram sangat banyak manfaatnya selain pebisnis, Instagram dapat memperoleh informasi yang sedang tren. berdasarkan data tersebut Finewale salah satu merek *fashion* lokal yang menggunakan media sosial khususnya Instagram sebagai salah satu objek pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui poin penting Efektivitas pada iklan yang di tampilkan melalui Instagram *Advertisement* kepada audiens dari merek *fashion* Finewale. penelitian Metode Penelitian yang digunakan adalah Metode Kuantitatif, Analisis Deskriptif dengan melakukan penyebaran kuesioner secara daring kepada 100 responden pengguna sosial media Instagram. Hasil penelitian dari Analisis Deskriptif dinilai sangat baik dengan nilai untuk dimensi *Empathy* 84%, untuk dimensi *Persuasion* dengan nilai 86%, untuk dimensi *Impact* dengan nilai 87,5%, untuk dimensi *Communication* dengan nilai 81,5% dapat dikatakan semua bahwa semua variabel pada penelitian ini termasuk kategori sangat baik. Kemudian teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik *nonprobability sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Teori Landasan yang digunakan adalah EPIC MODEL. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keseluruhan nilai dari rata rata EPIC RATE sebesar 4,08 dikategorikan sangat efektif.

Kata Kunci : *Efektivitas Iklan, Finewale.*

