

ABSTRAK

Lobi Store hadir karna adanya peluang jenis barang pelengkap, yang masih sulit didapatkan oleh masyarakat Seram bagian barat, hal ini dikarenakan masih minimnya usaha ritel yang bergerak dibidang perlengkapan rumah dan penampilan, padahal jika dilihat lebih dekat bisnis dalam segmentasi ini memiliki pangsa pasar yang cukup tinggi, berdasarkan hal tersebut, Lobi Store berinovasi untuk membuka toko pertama kami di pasar rakyat kota Piru dengan target konsumen utama adalah masyarakat urban, tetapi untuk mencakup penjualan yang lebih luas maka kami harus memberikan media baru dalam pemasaran maupun transaksi, dan salah satu strategi kami adalah membuat sosial median untuk Lobi Store khususnya di media instagram dikarenakan konsumen utama kami adalah millennial. Pemasaran berbasis sosial media sangat menjanjikan dikarenakan pertumbuhan pengguna gadget di Indonesia sangat massif apalagi di stimulus dengan pandemic covid-19 yang memberikan dampak besar dalam transaksi menggunakan media digital. Pendekatan yang dipakai dalam suatu penelitian oleh penulis ialah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018: 15) pendekatan kuantitatif adalah metode yang diterapkan dalam penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan data statistik. Dalam penelitian ini, akan diketahuinya efektivitas terpaan iklan instagram Lobi Store. Pada penelitian ini menggunakan Variabel yakni Efektivitas Iklan (X).penjabaran pembahasan diatas mengenai analisis efektivitas social media marketing Laman Instagram Lobi Store Kota Piru 2022 yang menggunakan cara metode EPIC Model Nielsen, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang mana merupakan konsumen yang melihat iklan dari Laman Instagram Lobi Store. Pada penilitian kuantitatif ini, hanya menggunakan satu variabel X saja dengan 4 sub variabel EPIC Model garis kontinum efektivitas social media marketing Laman Instagram Lobi Store Kota Piru 2022 sebesar 3,2 berada pada kategori efektif, dengan nilai maksimal untuk efektivitas yaitu sebesar 5. Maka secara keseluruhan variabel X nya adalah dengan metode EPIC Model Nielsen efektif, dari hasil tersebut mencerminkan konten, penerapan branding, emosi, dan informasi iklan terhadap konsumen tersampaikan dengan baik.

Kata kunci : Iklan, Efektifitas, EPIC Model