

***EFFECTIVENESS OF PROMOTIONS THROUGH SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM AND FACEBOOK @ABOUTTNG ON MSMEs IN  
TANGERANG CITY***

***By Indi Prautami***

***Abstract***

*An effective way to promote MSMEs is to use social media. This study is a quantitative descriptive study that aims to analyze the Effectiveness of Promotions Through Social Media Instagram and Facebook @Abouttng on MSMEs in Tangerang City with the EPIC model (Empathy, Persuasion, Impact, Communication). The object under study is the promotion of MSMEs in Tangerang City via social media Abouttng. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents who had seen the promotion of MSMEs in the city of Tangerang through social media Abouttng. Instrument testing using the SPSS 26.0 program then proceed with the measurement of the EPIC Model. Instagram has the average score of Empathy 4.46, Persuasion 4.34, Impact 4.40, Communication 4.40 all within the very effective scale range. The EPIC Rate of Instagram's is 4.40 which is included in the very effective scale, Instagram @Abouttng is very effective in promoting MSMEs in Tangerang City. Facebook has the average score of Empathy 4.35, Persuasion 4.39, Impact 4.42, Communication 4.43, all within the very effective scale range, the EPIC Rate of Facebook's is 4.39 which is included in the very effective scale range, Facebook @Abouttng is very effective in promoting MSMEs in Tangerang City.*

*Keywords : Promotion Effectiveness, Instagram, Facebook, MSME, EPIC Model*

# EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK @ABOUTTNG PADA UMKM DI KOTA TANGERANG

Oleh Indi Prautami

## Abstrak

Cara efektif untuk mempromosikan UMKM adalah memanfaatkan media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram dan Facebook @Abouttng Pada UMKM Di Kota Tangerang dengan metode pengukuran EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*). Objek yang diteliti adalah Promosi UMKM Kota Tangerang melalui Abouttng. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yang telah melihat promosi UMKM kota Tangerang melalui media sosial Abouttng. Pengujian Instrumen menggunakan program SPSS 26.0 kemudian dilanjutkan dengan pengukuran EPIC Model, Instagram memiliki hasil pengukuran EPIC Model yaitu skor rata-rata *Empathy* 4,46, *Persuasion* 4,34, *Impact* 4,40, *Communication* 4,40 semua dimensi masuk kedalam rentang skala sangat efektif. Nilai EPIC Rate Instagram yaitu sebesar 4,40 yang mana hal tersebut masuk ke dalam rentang skala sangat efektif, artinya Instagram @Abouttng sangat efektif dalam mempromosikan UMKM Di Kota Tangerang. Facebook memiliki hasil pengukuran EPIC Model yaitu skor rata-rata dimensi *Empathy* 4,35, *Persuasion* 4,39, *Impact* 4,42, *Communication* 4,43, Semua masuk rentang skala sangat efektif, Nilai EPIC Rate media sosial Facebook yaitu sebesar 4,39 yang mana hal tersebut masuk ke dalam rentang skala sangat efektif, artinya Facebook @Abouttng sangat efektif dalam mempromosikan UMKM Di Kota Tangerang.

Kata Kunci : Efektivitas Promosi, Instagram, Facebook, UMKM, EPIC Model