

**ANALISIS EPIC MODEL IKLAN #ANAKBANGSABISA PT. GO-JEK  
INDONESIA PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @gojekindonesia**

**NADIRA MAURIZKA KUPUTRI**

**Abstrak**

Media sosial sebagai bentuk dari media baru menawarkan pilihan baru dalam beriklan yang lebih efektif. Karena didalamnya tercipta komunikasi dua arah yang sangat menguntungkan pengiklan. Seperti yang dilakukan PT. Go-Jek Indonesia dalam kampanye iklan yang mereka lakukan mulai Hari Kemerdekaan Indonesia ke-73 hingga berakhirnya *Asian Games 2018* dengan mengusung *hashtag #AnakBangsaBisa* untuk mengajak audiens mereka khususnya di Instagram untuk ikut memberikan apresiasi kepada merek-merek lokal dan warga Indonesia yang sukses mengharumkan nama bangsa. Penelitian ini melihat efektivitas iklan *#AnakBangsaBisa* pada *followers* Instagram @gojekindonesia dengan menggunakan *EPIC Model* yang dikembangkan oleh AC Nielsen. Berdasarkan hasil analisa data yang didapatkan dari 100 responden, didapatkan *EPIC Rate* sebesar 4,13 (Efektif) hal tersebut menandakan bahwa efektivitas iklan *#AnakBangsaBisa* efektif dilihat dari seluruh dimensi *Empathy*, *Persuasion*, *Impact*, dan *Communication*. Dengan dimensi *Impact* yang melibatkan audiens dan pengetahuan mereka dalam membedakan merek Go-Jek; sebagai dimensi dengan skor kumulatif tertinggi yaitu di kisaran 4,25 (Sangat Efektif). Melalui Penelitian ini kita dapat mengetahui bahwa Instagram terbukti efektif dan dapat dijadikan media konvensional untuk membangun hubungan antara audiens dengan pengiklan.

**Kata kunci:** *EPIC Model*, efektivitas iklan, media sosial, Instagram, Go-Jek.

**THE ANALYSIS OF #ANAKBANGSABISA BY PT. GO-JEK INDONESIA  
USING EPIC MODEL ON @gojekindonesia INSTAGRAM FOLLOWERS**

**NADIRA MAURIZKA KUPUTRI**

***Abstract***

*Social media as a new form of new media offers more option for an effective way of advertising. Because it creates a two-way communication that very profitable for the advertiser. As the PT. Go-Jek Indonesia did in an advertising campaign which start between The 73<sup>rd</sup> Independence Day of Indonesia to the last day of Asian Games 2018, they come up with title #AnakBangsaBisa with the aim of encouraging their audiences on Instagram to appreciate local brands and citizens that have made the country proud. This research discusses the #AnakBangsaBisa advertising effectiveness on @gojekindonesia Instagram's followers using EPIC Model developed by AC Nielsen. From the data analysis with 100 respondents, EPIC Rate was obtained in a score of 4,13 (Effective) which means the #AnakBangsaBisa advertising effectiveness is effective based on all dimensions of Empathy, Persuasion, Impact, and Communication. With the dimension of Impact; that involve audiences with their knowledge to differentiate Go-Jek with other brand; as dimension with the highest cumulative score in the range of 4,25 (Highly Effective). Through this research we can cognize that Instagram is proven effective to build engagement between audiences and advertiser.*

**Keywords:** *EPIC Model, Ad Effectiveness, social media, Instagram, Go-Jek.*