

ABSTRAK

Perkembangan yang pesat terhadap dunia digital dan *social media marketing* di Indonesia mendorong Greenlight melakukan strategi pemasaran melalui media sosial Instagram yang hingga saat ini memiliki 592K pengikut di akun sosial media Instagram @itsgreenlight. Namun demikian, peningkatan penjualan pada produk *Greenlight* pun terbilang lambat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas iklan di media sosial Instagram *Greenlight*.

Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *sampling purposive* dengan kriteria pengambilan sampel seperti pernah melihat iklan *Greenlight* di media sosial Instagram, yang dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 orang. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode EPIC Model yang bertujuan untuk perhitungan efektivitas iklan yang terdiri dari empat dimensi yaitu *empathy, persuasion, impact, dan communication*.

Hasil yang didapat dari dimensi *empathy* sangat efektif dengan nilai 3,35, dimensi *persuasion* efektif dengan nilai 3,12, dimensi *impact* efektif dengan nilai 3,24, dan dimensi *communication* sangat efektif dengan nilai 3,35. Penelitian ini mendapat hasil yang menyatakan bahwa efektivitas iklan *Greenlight* di sosial media Instagram dengan menggunakan metode EPIC Model adalah sangat efektif dengan nilai EPIC Rate sebesar 3,26.