

## INTISARI

Skripsi ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas media sosial Instagram @inibumiayu sebagai platform endorsement menggunakan dua metode analisis, yaitu EPIC Model dan Direct Rating Method. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan followers akun tersebut. Metode EPIC Model menghasilkan nilai rata-rata EPIC Rate sebesar 3,71, menunjukkan tingkat efektivitas yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi seperti Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication dalam konten @inibumiayu dapat efektif mempromosikan produk atau jasa. Sementara itu, dengan menggunakan Direct Rating Method, hasil analisis menunjukkan nilai akhir sebesar 76,95, menandakan efektivitas yang cukup tinggi sebagai media promosi atau endorsement. Perhitungan ini melibatkan faktor-faktor seperti Attention, Readthroughness, Cognitive, Affection, dan Behavior. Terdapat saran untuk mempertahankan kualitas konten, menjaga keaslian, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan terus berinovasi dalam strategi promosi. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa @inibumiayu memiliki efektivitas yang cukup baik sebagai media endorsement, diukur melalui dua metode analisis yang berbeda. Hasil ini memberikan kontribusi pada pemahaman terkait strategi pemasaran melalui media sosial, sambil memberikan pandangan bagi pemilik akun @inibumiayu untuk terus meningkatkan kualitas dan kreativitas dalam konten, serta menjaga interaksi positif dengan followers.

Kata kunci: direct rating method, efektivitas, endorsment, epic model, media sosial

## **ABSTRACT**

*This thesis aims to evaluate the effectiveness of Instagram social media @inibumiayu as an endorsement platform using two analysis methods, namely the EPIC Model and Direct Rating Method. This research involved 100 respondents who are followers of the account. The EPIC Model method produces an average EPIC Rate of 3.71, indicating a significant level of effectiveness. This indicates that dimensions such as Empathy, Persuasion, Impact, and Communication in @inibumiayu content can effectively promote products or services. Meanwhile, using the Direct Rating Method, the analysis results show a final value of 76.95, indicating a fairly high effectiveness as a promotional or endorsement media. This calculation involves factors such as Attention, Readthroughness, Cognitive, Affection, and Behavior. There are suggestions to maintain content quality, maintain authenticity, increase interaction with consumers, and continue to innovate in promotional strategies. Thus, this study concludes that @inibumiayu has a fairly good effectiveness as an endorsement media, measured through two different analysis methods. These results contribute to the understanding of marketing strategies through social media, while providing insight for @inibumiayu account owners to continue to improve the quality and creativity in content, as well as maintain positive interactions with followers.*

*Keywords: direct rating method, effectiveness, endorsement, epic model, social media*