

ABSTRAKSI

Mega Sari Wahyuning Tyas, Nomor Induk Mahasiswa 152110074, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dengan judul penelitian Efektifitas *Jingle* Iklan Televisi Mastin Ekstrak Kulit Manggis Dianalisis Menggunakan EPIC Model (Studi pada Mahasiswi S1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta), 2015. Pembimbing Dr. Susanta , M.Si da, Saaptika Kancana, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas *Jingle* iklan Produk Mastin Ekstrak Kulit Manggis dilihat melalui dimensi Empati, Persuasif, Dampak dan Komunikasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang pernah mendengar *jingle* iklan dan konsumen produk Mastin Ekstrak Kulit Manggis. Metode pengolahan data menggunakan analisis Deskriptif. Penelitian ini menunjukkan bahwa dari dimensi Empati, Persuasif, Dampak, dan Komunikasi setelah dihitung menggunakan EPIC Rate, memperoleh hasil rata-rata dari Empathy adalah 4,03 , dimensi Persuasif 3,79 , kemudian pada dimensi Dampak diperoleh 3,9 , dan pada dimensi keempat yaitu Komunikasi memperoleh hasil skor 4 , sehingga jika dijumlahkan dan kemudian dibagi 4 dari dimensi tersebut diperoleh skor 3,93 , dimana dalam skala Likert skor tersebut masuk dalam kategori efektif . Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa *Jingle* iklan Mastin Ekstrak Kulit Manggis adalah baik, mampu mengajak pemirsa untuk membeli produk, memberikan informasi yang cukup, mudah diingat, dan lebih menonjol dibandingkan dengan produk merek lain sejenis.