

## ABSTRAK

### EVALUASI EFEKTIVITAS CONTENT SOSIAL MEDIA SEBAGAI PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA MENGGUNAKAN *EPIC* *MODEL* (STUDI KASUS : INSTITUT TEKNOLOGI TELKOM PURWOKERTO)

Oleh

DWI CHANDRA ADITYA SONDAWA

20103018

Institut Teknologi Telkom Purwokerto, didirikan pada tahun 2002 di bawah Yayasan Pendidikan Telkom, merupakan perguruan tinggi swasta di Jawa Tengah yang berfokus pada pengembangan teknologi informasi. Dalam era digital yang terus berkembang, pemanfaatan sosial media sebagai alat promosi penerimaan calon mahasiswa baru menjadi semakin krusial bagi perguruan tinggi. Sosial media, khususnya Instagram, dianggap sebagai platform komunikasi modern yang memungkinkan berbagai kegiatan seperti berbagi foto, video, dan informasi secara lengkap. Meskipun eksistensi Instagram dinilai relevan dalam promosi penerimaan calon mahasiswa baru, penelitian ini menemukan bahwa keefektifan media sosial tersebut masih dinilai cukup efektif. Permasalahan pada penelitian ini yaitu mengukur tingkat efektivitas sosial media dalam promosi penerimaan calon mahasiswa baru pada sosial media instagram di Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Fokus penelitian adalah pada tingkat efektivitas promosi penerimaan calon mahasiswa baru melalui Instagram. Penelitian bertujuan meningkatkan efektivitas promosi dan memberikan rekomendasi penggunaan media sosial dalam penerimaan calon mahasiswa baru. Melalui penelitian kuantitatif dengan penggunaan data primer dan sekunder, serta analisis data menggunakan metode SPSS dan *EPIC model*, disimpulkan bahwa promosi melalui Instagram oleh Institut Teknologi Telkom Purwokerto tergolong sangat efektif. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan empat dimensi *Emphaty, Persuasion, Impact, dan Communication* (EPIC) model, menunjukkan nilai rata-rata yaitu 4,41 nilai tersebut terletak diantara 4,21-5,00 yang dinyatakan sangat efektif. Secara khusus, dimensi *Communication* menjadi yang paling dominan dengan nilai 4.51, menandakan tingkat efektivitas yang sangat tinggi. Kesimpulan ini memberikan dasar kuat untuk meningkatkan strategi promosi melalui Instagram dan memberikan rekomendasi bagi penggunaan media sosial dalam penerimaan calon mahasiswa baru.

**Kata Kunci:** Sosial Media, Promosi, *EPIC model*