

## ABSTRAK

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia saat ini memiliki cukup banyak manfaat serta peran bagi masyarakat penggunanya, salah satunya menjadi media penghantar informasi bagi masyarakat. Hubungan antara informasi dengan perpustakaan juga sangat erat, oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektivitas Instagram sebagai sebuah media promosi bagi Perpustakaan baca di Tebet. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan EPIC Model, salah satu alat ukur efektifitas iklan dengan pendekatan komunikasi yang dikembangkan oleh AC Nielsen salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia yang mencakup empat dimensi kritis, yaitu *emphaty*, *persuasions*, *impact*, *communication*, jadi untuk pendekatan efektivitas media menggunakan dimensi dari model ini. Populasi dalam penelitian ini ialah *followers* dari official instagram @bacaditebet. Jumlah *followers* @bacaditebet per tanggal 26 Mei 2022 yakni 5.823. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, perhitungan rumus yang telah didapatkan adalah 110 orang responden. Hasil penelitian ini menunjukkan efektivitas promosi perpustakaan @bacaditebet rata-rata perolehan skor untuk variabel media sosial termasuk ke dalam kategori tinggi ( $62,5 \text{ persen} \leq x \leq 81,25 \text{ persen}$ ) yaitu 72,05 persen, artinya rata-rata responden menilai bahwa variabel media sosial beserta dimensi yang digunakan termasuk kategori tinggi dan dinilai relevan untuk penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa dimensi *persuasion* yang memiliki nilai paling lemah 70,53% dan yang memiliki nilai paling kuat adalah dimensi *communication* 73,13% yang menunjukkan bahwa dimensi ini adalah dimensi yang paling dominan diantara faktor lain.

**Kata kunci:** Efektivitas, Instagram, Media Sosial, Promosi Perpustakaan