

**ANALISIS  
FACEBOOK ADS SEBAGAI MEDIA IKLAN PRODUK  
(STUDI KASUS : BRAND WISED CLOTHING)**

**TUGAS AKHIR**

Disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Program Strata 1,  
di Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung

oleh :

Irfan Khoirudin  
NPM : 13.304.0188



**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG  
DESEMBER 2020**

**LEMBAR PENGESAHAN  
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Telah diujikan dan dipertahankan dalam Sidang Sarjana Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan Bandung, pada hari dan tanggal sidang sesuai berita acara sidang, tugas akhir dari :

Nama : Irfan Khoirudin

Nrp : 13.304.0188

Dengan judul :

**“ANALISIS FACEBOOK ADS SEBAGAI MEDIA IKLAN PRODUK  
(STUDI KASUS: BRAND WISED CLOTHING)”**



Bandung, 6 Januari 2021

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sali Alias Majapahit', written over a faint circular stamp.

(Sali Alias Majapahit, S.ST, M.Kom)



## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :


1. Tugas akhir ini adalah benar-benar asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Pasundan Bandung maupun di Perguruan Tinggi lainnya
2. Tugas akhir ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim Dosen Pembimbing
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu dalam penulisan laporan Tugas Akhir yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan dalam sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah, serta disebutkan dalam Daftar Pustaka pada tugas akhir ini
4. Kakas, perangkat lunak, dan alat bantu kerja lainnya yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya, bukan tanggung jawab Universitas Pasundan Bandung

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian laporan tugas akhir ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiasi dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi akademik, termasuk pencabutan gelar akademik yang saya sandang sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Pasundan, serta perundang-undangan lainnya

Bandung, 6 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

Materai  
6000,-

  
( **Irfan Khoirudin** )  
NRP. 13.304.0188

## ABSTRAK

Terbatasnya jangkauan dan jam operasional bisnis offline membuat beralihnya ke bisnis online, Dikarenakan keadaan toko offline saat ini pengunjung yang datang hanya di sekitaran wilayah terdekat. Beralihnya ke toko online untuk meningkatkan kunjungan toko, jam operasional menjadi 1x24jam, dan menaikkan omzet penjualan. Untuk memasarkan produk secara online dibutuhkan traffic pengunjung.

Dengan memanfaatkan facebook ads ini dapat mengiklankan sebuah produk secara visual ke jejaring sosial media seperti facebook dan instagram untuk menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan brand awareness. Dalam perancangan iklan dapat dengan spesifik mengatur target yang ingin ditentukan.

Hasil akhir dari penelitian ini adalah mengetahui peforma kinerja iklan facebook ads, menganalisis kinerja iklan dan menentukan iklan yang bagus atau buruk.

Kata kunci : bisnis online, brand awareness, facebook ads



## ABSTRACT

The limited range and operating hours of offline businesses make it switch to online business, due to the current state of offline store, visitors who come only in the immediate vicinity. Switching to online stores to increase store visits, operating hours to 1x24 hours, and increase sales turnover. To market products online, visitor traffic is needed.

By utilizing Facebook ads, you can advertise a product visually to social media networks such as Facebook and Instagram to reach wider consumers and increase brand awareness. In advertising design, you can specifically set the target you want to determine.

The final result of this research is to know the performance of Facebook ads, analyze ad performance and determine whether ads are good or bad.

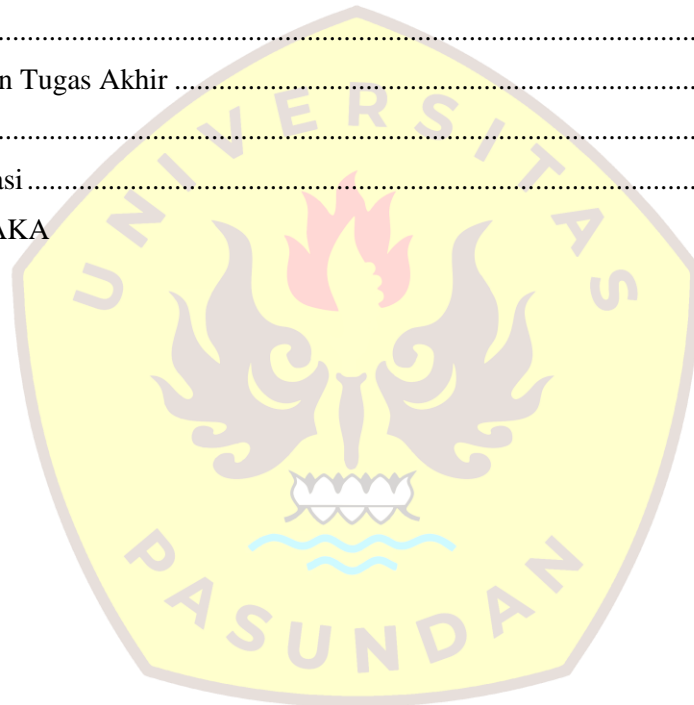
Keywords: online business, brand awareness, facebook ads,



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
DAFTAR ISTILAH .....	x
DAFTAR SIMBOL .....	xi
BAB 1 .....	1-1
PENDAHULUAN .....	1-1
1.1 Latarbelakang .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3 Tujuan Tugas Akhir .....	1-2
1.4 Lingkup Tugas Akhir .....	1-2
1.5 Metodologi Tugas Akhir .....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	1-4
LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU .....	2-1
2.1 Teori Pendukung .....	2-1
2.1.1 Istilah-istilah Facebook Ads .....	2-2
2.1.2 Jenis-jenis Format Facebook Ads .....	2-3
2.1.3 Model Objektif Facebook Ads .....	2-3
2.1.4 Manfaat Facebook Ads .....	2-5
2.2 Penelitian Terdahulu .....	2-6
BAB 3 .....	3-1
SKEMA PENELITIAN .....	3-1
3.1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir .....	3-2
3.2 Perumusan Masalah .....	3-3
3.2.1 Analisis Sebab Akibat .....	3-3
3.2.2 Solusi Masalah .....	3-4
3.3. Kerangka Berpikir Teoritis .....	3-4
3.3.1 Gambaran Produk TA .....	3-5
3.3.2 Skema Analisis Teori .....	3-6

3.4 Profile Penelitian.....	3-8
3.4.1 Objek Penelitian.....	3-9
3.4.2 Profile Tempat Penelitian.....	3-9
BAB 4.....	4-1
PEMBUATAN IKLAN DAN ANALISIS DATA KINERJA IKLAN.....	4-1
4.1 Standar Kakas.....	4-1
4.2 Pembuatan Iklan.....	4-2
4.2.1 Pembuatan Halaman.....	4-2
4.2.2 Pembuatan Pixel.....	4-3
4.2.3 Pembuatan Iklan.....	4-3
4.2.4 Analisis Data Kinerja Iklan.....	4-4
BAB 5.....	5-1
PENUTUP.....	5-1
5.1 Kesimpulan Tugas Akhir.....	5-1
5.2 Saran.....	5-2
5.3 Rekomendasi.....	5-3
DAFTAR PUSTAKA	





## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Alur Penyelesaian Tugas Akhir .....	3-1
Tabel 3. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	3-5
Tabel 3. 3 Penjelasan Skema Analisis.....	3-8
Table 4. 1 Prameter Matriks Dalam Iklan Facebook Ads.....	4-12



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Metodologi Penyelesaian Tugas Akliir .....	7
Gambar 3. 1 Fishbone Diagram .....	3-3
Gambar 3. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	3-5
Gambar 3. 3 Skema Analisis .....	3-7
Gambar 3. 4 Logo Facebook 2019.....	3-8
Gambar 3. 5 Struktur Organisasi Wised Clothing.....	3-10
Gambar 4.1 Pembuatan Halaman 1.....	4-1
Gambar 4. 2 Pembuatan Halaman 2.....	4-2
Gambar 4. 3 Tampilan Profil Halaman Facebook.....	4-2
Gambar 4. 4 ID Piksel.....	4-3
Gambar 4. 5 Pembuatan Iklan 1 .....	4-3
Gambar 4. 6 Pembuatan Iklan 2.....	4-4
Gambar 4. 7 Pembuatan Iklan 3.....	4-4
Gambar 4. 8 Pembuatan Iklan 4.....	4-5
Gambar 4. 9 Pembuatan Iklan 5.....	4-5
Gambar 4. 10 Pembuatan Iklan 6.....	4-6
Gambar 4. 11 pembuatan Iklan 7.....	4-6
Gambar 4. 12 Pembuatan Iklan 8.....	4-7
Gambar 4. 13 Pembauatan Iklan 9.....	4-7
Gambar 4. 14 Pembuatan Iklan 10.....	4-8
Gambar 4. 15 Pembuatan Iklan 11.....	4-8
Gambar 4. 16 Pembuatan Iklan 12.....	4-9
Gambar 4. 17 Pembuatan Iklan 13.....	4-9
Gambar 4. 18 Pembuatan Iklan 14.....	4-10
Gambar 4. 19 Parameter Metriks Kinerja Iklan .....	4-11
Gambar 4. 20 Biaya Per Hasil Per Klik Tautan .....	4-13
Gambar 4. 21 Frekuensi .....	4-13
Gambar 4. 22 Biaya Per 1.000 Orang yang Dijangkau.....	4-14
Gambar 4. 23 Per Klik Tautan Unik .....	4-15

## DAFTAR LAMPIRAN

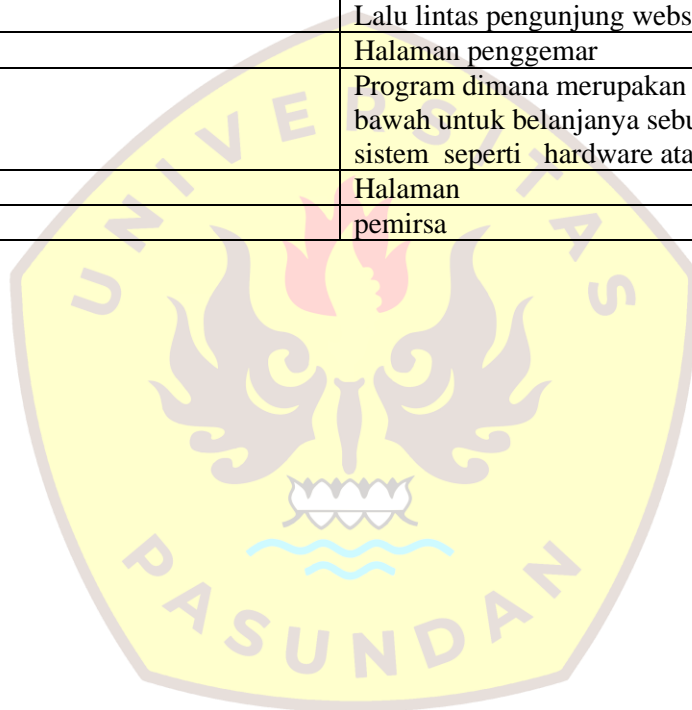
Lampiran 1 Metodologi Pengerjaan Tugas Akhir.....	L-1
Lampiran 2 Penelitian Terdahulu .....	L-2
Lampiran 3 Perencanaan Strategi Facebook Ads .....	L-9
Lampiran 4 Membuat Halaman Facebook Ads .....	L-10
Lampiran 5 Hasil Analisis Kinerja Iklan .....	L-11





## DAFTAR ISTILAH

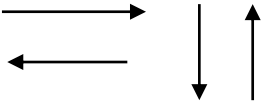


1	Online	Terkoneksi ke jaringan Internet
2	Offline	Bisnis menggunakan toko
3	Brand Awareness	Kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek, termasuk nama, gambar ,logo dan juga slogan - slogan tertentu yang pernah digunakan oleh merek tersebut dalam mempromosikan produk – produk mereka
4	Interest	Minat
5	Profit	Laba bersih atau pendapatan bersih
6	Omzet	Laba kotor atau pendapatan kotor
7	Marketplace	Website / aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko
8	Traffic	Lalu lintas pengunjung website
9	Fan page	Halaman penggemar
10	Platfrom	Program dimana merupakan dasar atau titik bawah untuk belanjanya sebuah teknologi sistem seperti hardware atau software
11	Page	Halaman
12	Audience	pemirsa



## DAFTAR SIMBOL


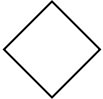

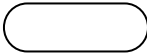

### FLOW DIRECTION SYMBOLS

Yaitu, simbol yang dipakai untuk menghubungkan antara simbol yang satu dengan simbol lainnya atau disebut juga connecting line

	Arus / Flow	Penghubung antara prosedur / proses
	Connector	Simbol keluar / masuk prosedur atau proses dalam lembar / halaman yang sama
	Off-line Connector	Simbol keluar / masuk prosedur atau proses dalam lembar / halaman yang lain

### PROCESSING SYMBOLS

Merupakan simbol yang menunjukkan jenis operasi pengolahan dalam suatu prosedur

	Process	Simbol yang menunjukkan pengolahan yang dilakukan Komputer
	Decision	Simbol untuk kondisi yang akan menghasilkan beberapa kemungkinan jawaban / aksi
	Predefined Process	Simbol untuk mempersiapkan penyimpanan yang akan digunakan sebagai tempat pengolahan didalam storage
	Terminal	Simbol untuk permulaan atau akhir dari suatu program
	Manual Input	Simbol untuk pemasukan data secara manual on-line keyboard

# BAB 1

## PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi tugas akhir serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

### 1.1 Latarbelakang

Perkembangan bisnis online pada saat ini banyak diminati dari berbagai latar belakang pendidikan & pekerjaan berbisnis untuk menambah penghasilan atau benar – benar fokus berbisnis. Dikarenakan bisnis offline terkendala oleh terbatasnya jangkauan konsumen. Keadaan toko offline pada saat ini hanya mengandalkan promo-promo toko untuk bagaimana mendatangkan pengunjung ke toko. Itu pun pengunjung toko yang datang masih di sekitaran wilayah bandung. banyak pebisnis yang mulai memperkenalkan merek bisnis & memasarkan produknya secara online melalui media sosial, marketplace & toko online. oleh karena itu kita berencana untuk beralih ke toko online.

Untuk memasarkan produk melalui toko online dibutuhkan traffic pengunjung, salah satu solusi penyedia traffic pengunjung berbayar adalah Facebook Ads. Facebook Ads adalah fitur yang ditawarkan oleh Facebook untuk mempromosikan atau mengiklankan produk / jasa melalui halaman fan page yang sudah dibuat oleh pengguna Facebook dengan jangkauan yang dapat ditentukan dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut.[WIK19]

Facebook ads merupakan sebuah strategi pemasaran produk dengan cara menarik pelanggan dengan menggunakan berbagai informasi dan produk yang menarik. Facebook ads memanfaatkan pengguna sosial media yang sangat besar dan terus meningkat yaitu facebook dan instagram. Facebook ads sangat membantu untuk strategi marketing dan brand awareness karena dapat menyebarkan informasi iklan sangat cepat.

Dalam perancangan iklan, para pengiklan dapat dengan spesifik mengatur target pasar yang ingin mereka tuju, seperti wilayah geografi, jenis kelamin, umur, hal yang disukai, status pernikahan, pendidikan, dan lain sebagainya, dan setelah pengiklan memilih karakter target iklan apa saja yang akan dipilih, ia akan mengetahui berapa banyak jumlah target iklan mereka, dan hal tersebut membuat iklan yang dibuat menjadi lebih efektif dan tepat pada sasaran.[WIK19]

Setelah iklan disetujui oleh Facebook & tayang maka kita dapat melakukan analisa apakah performa iklan tersebut bagus / buruk melalui parameter metrik yang ada meliputi : hasil, jangkauan, impresi, biaya per hasil per klik tautan, jumlah yang dibelanjakan, skor relevansi,

frekuensi, klik tautan unik, klik tautan, Biaya per 1000 orang yang dijangkau, CPM (Biaya per 1000 tayangan) & Biaya per klik tautan unik.[PEL19]





Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “pemanfaatan facebook ads sebagai media iklan produk (studi kasus : produk brand wised)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada antara lain :

1. Konsumen yang ingin berbelanja ke toko offline hanya disekitaran wilayah terdekat.
2. Terbatasnya jarak sehingga konsumen diluar wilayah tidak bisa untuk berbelanja.
3. Sudah ada Toko Online tetapi masih sepi pengunjung.

## **1.3 Tujuan Tugas Akhir**

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat mengetahui langkah-langkah pembuatan iklan di facebook ads.
2. Dihasilkannya analisa data kinerja iklan facebook ads sehingga dapat disimpulkan bagus / buruk kinerja iklan selama tayang.
3. Peran facebook ads untuk brand wised clothing ini dapat mempromosikan produk lebih luas jangkauannya, mendatangkan pengunjung toko online lebih banyak dan juga menentukan target pasar yang telah di tentukan.

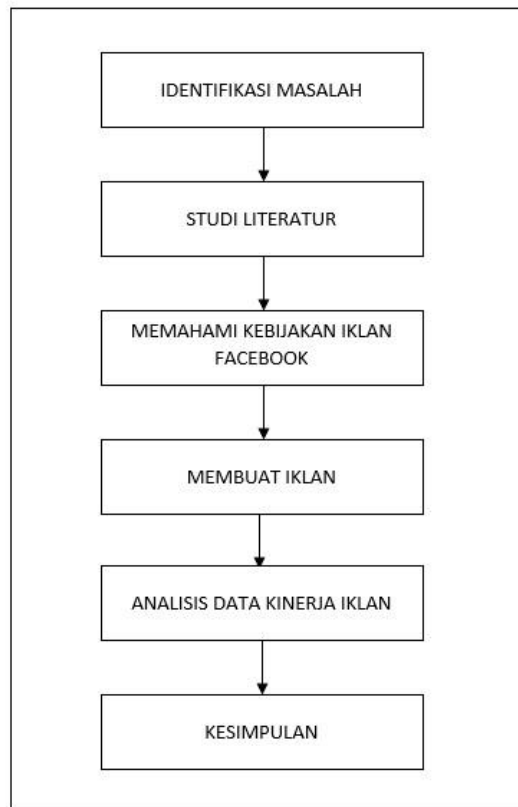
## **1.4 Lingkup Tugas Akhir**

Penyelesaian Tugas Akhir dibatasi sebagai berikut :

1. Bagaimana cara pembuatan iklan facebook ads.
2. Bagaimana cara analisis data kinerja iklan facebook ads.
3. Tidak membahas mengenai desain iklan.
4. Tidak membahas mengenai omset.
5. Tidak membahas mengenai profit.

## **1.5 Metodologi Tugas Akhir**

Dalam menyelesaikan tugas akhir, penulis menggunakan beberapa metode penelitian yang dilakukan berikut langkah-langkah yang akan ditempuh dalam mencapai tujuan tugas akhir ini dapat dilihat pada gambar :



Gambar 1. 1 Metodologi Penyelesaian Tugas Akhir

Berikut merupakan rincian dari metodologi tugas akhir ini, diantaranya:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data permasalahan yang terjadi di bisnis offline.

2. Studi Literatur

Tahap ini dilakukan pencarian referensi yang didapat dari buku, jurnal ilmiah maupun *e-book* di internet untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diidentifikasi untuk mencapai tujuan dari tugas akhir.

3. Memahami Kebijakan Iklan Facebook

Mengetahui tentang kebijakan-kebijakan iklan facebook untuk bisa dipahami sebelum melakukan pembuatan iklan.

4. Membuat Iklan

Tahap ini memberitahukan bagaimana cara membuat kampanye iklan, set iklan dan iklan.

5. Analisis Data Kinerja Iklan

Menganalisis iklan apakah iklan tersebut bagus atau buruk dilihat dari biaya yang dikeluarkan, jangkauan, klik tautan dan lainnya.



## 6. Kesimpulan

Pada tahap ini akan dilakukan penyimpulan dari penelitian yang telah dilakukan terkait dengan masalah yang sudah diidentifikasi, serta saran sebagai prospek penelitian selanjutnya.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Isi dari subbab ini adalah gambaran rencana sistematika penulisan laporan, yang ditunjukkan dengan daftar bab yang akan dibuat.

Laporan tugas akhir dibuat untuk mendokumentasikan pengerjaan tugas akhir. Maka dari itu, diusulkan sistematika penulisan yang menjelaskan mengenai bab-bab pada laporan tugas akhir beserta isinya secara rinci, serta keterkaitan antara bab sebelum dan sesudahnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi penjelasan umum mengenai usulan penelitian yang dilakukan dalam pengerjaan tugas akhir. Di dalamnya berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan tugas akhir, lingkup tugas akhir, metodologi pengerjaan tugas akhir, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

#### **BAB 2. LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU**

Bab ini berisi definisi, teori-teori serta konsep yang diperlukan dalam pengerjaan tugas akhir. Bab ini juga membahas mengenai jurnal-jurnal ilmiah terdahulu yang memiliki kemiripan dengan tugas akhir yang dikerjakan.

#### **BAB 3. SKEMA PENELITIAN**

Bab ini berisi penjelasan alur penyelesaian tugas akhir, analisis persoalan dan manfaat tugas akhir, kerangka pemikiran teoritis, dan profile tempat penelitian.

#### **BAB 4. PERANCANGAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan perancangan iklan & analisis data kinerja iklan selama tayang.

#### **BAB 5. PENUTUP**

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian serta pernyataan yang didapat berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, serta keterkaitan dari semua tahap yang dilakukan dalam penelitian. Di dalamnya terdapat pula saran yang diusulkan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan prospek penelitian selanjutnya, serta rekomendasi penerapan di perusahaan terkait

## DAFTAR PUSTAKA

- [ALA16] Alam, Syamsul “ FB Ads matrices (Panduan Lengkap Iklan Efektif di Facebook yang Murah Meriah !!)” Tersedia <http://www.syamsulalam.net/tips-iklan-facebook-ads-efektif-murah/#>.
- [AMB16] Amboko, Tri, Chomarudin “*Perancangan Promosi-Online Clothing YARDS.CO* Yogyakarta “. Yogyakarta; 2016.
- [AMS96] Amstrong, Garry dan Philip, Kotler “*Dasar-dasar Pemasaran*” Jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia. Alexander Sindoro. Jakarta : PT.Prehallindo; 1996
- [APR14] Apriliawati, Mita “*Iklan Online Dalam Media Social (Tinjauan Yuridis Terhadap Peraturan Perundang-Undangan)*”, Surakarta;2014
- [APR16] Aprianta, Gita “*Pemanfaatan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Produk Lokal*”, Semarang; 2016
- [FAC18] Facebook, “Bagaimana cara membuat halaman ?” Tersedia <https://web.facebook.com/business/help/104002523024878> diakses :11.22 AM 26/06/2018
- [FAC18] Facebook, “Menggunakan Piksel Facebook” Tersedia <https://web.facebook.com/business/help/952192354843755> diakses : 20.58 PM 26/06/2018
- [FAC18] Facebook, “Membuat iklan dengan Pembuatan Iklan Terpadu” Tersedia <https://web.facebook.com/business/help/898399293584952> diakses: 21.48 PM 26/06/2018
- [FAC18] Facebook, Kebijakan Periklanan” Tersedia <https://web.facebook.com/policies/ads> diakses : 10.07 PM 24/11/2018
- [HUA18] Huang, Rico “Tutorial Cara Beriklan di Facebook Ads Lengkap dari A-Z” Tersedia <https://www.alona.co.id/social-media/tutorial-cara-beriklan-di-facebook-ads-lengkapdari-a-z/> diakses : 03.25 PM 21/06/2018
- [PEL19] Pelletreau, Claire “14 Facebook Ad Metrics that Actually Matter ( and 4 You Should Just Ignore) “ Tersedia <https://clairepells.com/metrics/> diakses : 12.44 PM 06/07/2019
- [SHO18] Sholeh, Muhammad “Apa itu Facebook Ads dan Istilah-istilah Di Dalamnya” Tersedia <https://kirim.email/apa-itu-facebook-ads-dan-istilah-istilah-di-dalamnya/> diakses : 12.01 PM 16/07/2019
- [WIK19] Wikipedia, “Iklan Facebook” Tersedia [https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan\\_Facebook](https://id.wikipedia.org/wiki/Iklan_Facebook) diakses : 11.42 AM 18/09/2019
- [WUL16] Wulandari Septiana, Ayu “Analisis Pengaruh Social Media Facebook Ads Terhadap Peningkatan Brand Awareness Merries Baby Diapers” Jakarta; 2016

