



# Media Sosial dan Periklanan

*Dimas Eko Prasetyo, M.Kom*



# PERTEMUAN 8

## Pengenalan Dasar Facebook Ads



## Agenda Perkuliah :

- Definisi Facebook Ads
- Manfaat Facebook Ads
- Cara Kerja Facebook Ads
- Kekurangan Facebook Ads



# Definisi Facebook Ads



# Definisi Facebook Ads

Facebook Ads, juga dikenal sebagai Meta Ads adalah sebuah platform dari Facebook untuk memasang iklan berbayar di media sosial yang paling populer digunakan di seluruh dunia, termasuk di dalamnya Facebook dan Instagram. Jika sebelumnya bernama Facebook Inc., kini perusahaan yang menaungi Facebook, Whatsapp dan Instagram itu berubah menjadi Meta.

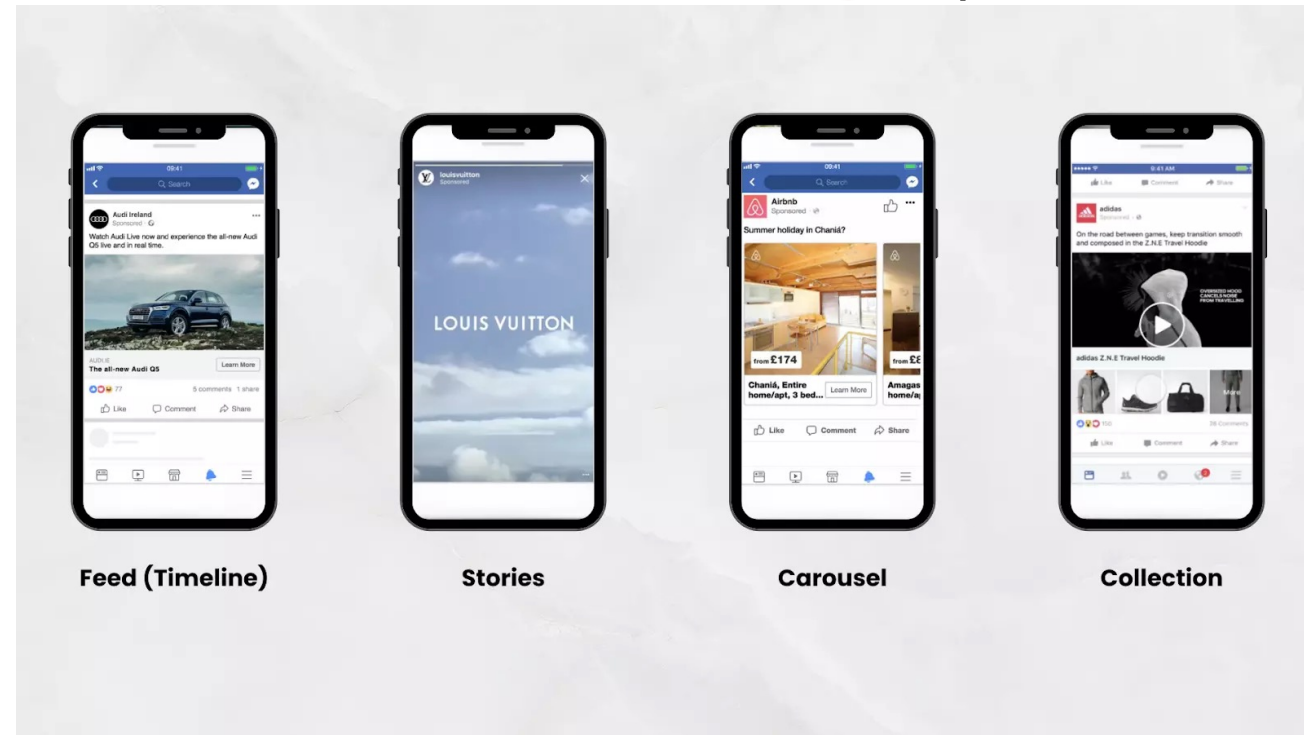


# Definisi Facebook Ads

Iklan yang muncul ketika kamu sedang melihat *story* Instagram itu dilakukan atau *diset-up* melalui Facebook Ads. Pada dasarnya, Facebook Ads adalah tempat beriklan untuk pengguna Facebook yang akan ditujukan ke para pengguna Facebook lainnya di seluruh dunia. Penempatan iklan sendiri biasanya berada pada timeline (*feed*) atau *sidebar*. Materi yang ditunjukkan bisa berupa foto, gambar bergerak (GIF), carousel, maupun video.



# Definisi Facebook Ads



Untuk bisa beriklan di Facebook Ads, tentu anda perlu memiliki akun Facebook dan membuat [Facebook Ads Manager](#).

Namun terlebih dahulu anda perlu mengenali lebih jauh tentang Facebook Ads, sebagai bahan pertimbangan apakah Facebook Ads cocok digunakan pada bisnis anda atau tidak.



# Manfaat Facebook Ads





# Manfaat Facebook Ads

Di Indonesia sendiri, kurang lebih ada 129,85 juta pengguna Facebook. Dengan kata lain, hampir setengah penduduk Indonesia menggunakan Facebook. Dengan kumpulan pengguna yang begitu banyak, Facebook menjadi tempat yang potensial untuk beriklan. Kamu bisa melakukan online marketing dan menjangkau ke hampir setengah penduduk Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Selain dari banyaknya jumlah pengguna aktif di Facebook, masih ada beberapa manfaat lain penggunaan Facebook Ads untuk bisnis kamu, diantaranya:



# Manfaat Facebook Ads

## Menargetkan pengguna dengan spesifik berdasarkan demografi

Dengan 2.39 miliar pengguna facebook dan lebih dari 1 miliar pengguna instagram, iklan kamu akan memiliki potensi untuk menjangkau lebih banyak orang yang sesuai dengan karakteristik yang kamu inginkan. Facebook menawarkan berbagai pengguna dengan target usia yang beragam mulai dari usia 13 hingga 65+. Selain usia, kamu juga bisa menargetkan berdasarkan lokasi, ketertarikan, status pernikahan, dan masih banyak lagi. Sebagai *advertiser*, akan lebih baik jika kita menargetkan secara spesifik untuk meningkatkan konversi utama, dibandingkan harus menargetkan secara keseluruhan.



# Manfaat Facebook Ads

## Fitur *Remarketing*

*Remarketing* atau pemasaran kembali adalah fitur yang bisa digunakan para *advertiser* untuk meng-*engage* kembali audiens yang sudah pernah terpapar oleh bisnis kamu, misalnya sudah pernah mengunjungi website, berinteraksi di sosial media, atau bahkan sudah sempat memasukkan produk ke keranjang namun tidak jadi membeli. Gunanya tentu saja untuk dapat meyakinkan calon customer yang sudah *aware* dengan brand kamu untuk segera melakukan konversi.



# Manfaat Facebook Ads

## Efektif untuk berbagai Tujuan *Marketing*

Dalam strategi pemasaran, terdapat istilah *funneling*, yaitu gambaran alur perjalanan pelanggan mulai awal hingga tercapai *deal* atau bisa juga disebut dengan customer *journey*. Melalui Facebook Ads, kamu bisa memilih berbagai tujuan marketing yang sesuai dengan bisnis kamu, mulai dari klik, visitor, penjualan, *leads* dan lain lain.

Jadi bisa dikatakan, FB Ads memiliki berbagai layanan untuk seluruh tujuan marketing.



# Manfaat Facebook Ads

Efektif untuk berbagai Tujuan *Marketing*



Facebook Advertising Funnel (Sumber: Sprout Social)



# Manfaat Facebook Ads

## Memahami audiens, monitor dan *improve* performa iklan

Melalui *dashboard* Ads Manager, kamu dapat memonitor performa dari iklan yang sudah ditayangkan secara real setiap saat. Jika ada yang tidak sesuai dengan rencana dan ekspektasi, kamu bisa langsung melakukan penyesuaian. Facebook Ads memungkinkan kamu untuk menelusuri informasi yang lebih mendetail, seperti hasil iklan dari waktu ke waktu dan perincian demografis. Hal ini tentunya akan sangat berguna untuk meningkatkan performa iklan kamu selanjutnya.

Contohnya, dari dashboard Ads Manager, kamu bisa mengetahui audiens mana yang lebih tertarik dengan jenis iklan tertentu atau kelompok mana yang paling banyak melakukan konversi sekaligus perilaku audiens tersebut selama melihat iklan.



## Manfaat Facebook Ads

### Membangun relasi dengan audiens dan mendapatkan instant feedback

Tidak seperti beriklan di offline marketing (seperti *billboard* maupun *banner* di transportasi umum), kamu bisa langsung mendapatkan *instant feedback* dari audiens yang melihat iklanmu. Kamu dapat melihat reaksi yang mereka berikan, seperti *like*, *love*, *dislike*, serta melihat komentar yang diberikan. Semua komentar dari audiens yang masuk bisa kamu lihat melalui akun Facebook pagemu. Dari sini, kamu bisa langsung menjalin komunikasi terhadap calon *customer* dan mengarahkan untuk melakukan tujuan marketing kamu. Entah itu menjadi *leads*, *subscribe newsletter*, ataupun pembelian produk. Kamu bisa langsung mendapatkan feedback dari audiens yang melihat iklanmu yang berguna untuk evaluasi performa iklan.



# Manfaat Facebook Ads

## Membentuk *Social Proof*

Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, beriklan di FB Ads bisa langsung mendapatkan *instant feedback* dari audiens yang melihat.

Dengan adanya komentar positif maupun testimoni dari customer di halaman facebook kamu, kepercayaan calon customer bisa meningkat.





# Manfaat Facebook Ads

## Meningkatkan *Brand*

Secara signifikan, beriklan di FB Ads dapat membantu meningkatkan *brand awareness* bisnis/usaha kamu. Mengapa demikian?

Setiap kamu mengiklankan produk kamu di FB Ads, akan ada banyak audiens yang melihat, entah sekedar membaca headline ataupun mengklik iklannya. Hal ini akan menambah pengetahuan audiens terhadap *brand* bisnis kamu. Tentunya hal ini tergantung pada budget yang kamu sediakan untuk beriklan. Semakin banyak budget yang kamu alokasikan, maka semakin banyak jangkauan audiens yang bisa kamu dapatkan.



# Manfaat Facebook Ads

## Memiliki fitur kontrol biaya & terjangkau

Kamu bisa menyetel sendiri berapa biaya yang kamu mau keluarkan untuk *campaign* yang sedang dipasang pada periode tertentu. Hanya dengan mulai dari Rp 10.000/hari, kamu sudah bisa melakukan online marketing melalui Facebook Ads.

## *Tracking* Menggunakan Facebook Pixel

FB Ads menggunakan FB pixel yang bisa kita sematkan pada website bisnis dengan tujuan melacak audiens dari sejak melihat iklan hingga aktivitas yang dilakukan di dalam website. Tujuannya adalah untuk menganalisa perilaku audiens untuk peningkatan performa iklan maupun peningkatan produk/layanan.



# Cara Kerja Facebook Ads



# Cara Kerja Facebook Ads

Banyak para pengiklan yang mengatakan bahwa Facebook Ads sudah tidak bagus atau tidak lagi menguntungkan.

Hal itu kemungkinan besar terjadi apabila *advertiser* tidak memahami cara kerja Facebook Ads.



# Cara Kerja Facebook Ads

## Lalu, bagaimana cara kerja Facebook Ads?

Facebook Ads didesain untuk membantu para pemilik bisnis untuk bisa menjangkau orang yang tepat dengan iklan yang sesuai. Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, lebih dari 2 Miliar orang di seluruh dunia menggunakan Facebook untuk melihat update dari temannya, komunitas, maupun hal-hal yang menjadi ketertarikan mereka. Facebook membantu menghubungkan bisnismu dengan milyaran orang di dunia dengan menampilkan iklanmu ketika mereka membuka facebook. Lantas, bagaimana supaya iklan kamu bisa muncul pada orang yang tepat?



## Cara Kerja Facebook Ads

Ketika membuat iklan, kamu bisa menentukan beberapa karakteristik yang sesuai dengan bisnis kamu, mulai dari umur, jenis kelamin, lokasi dan ketertarikan mereka. Bahkan, kamu juga bisa memilih audiens dari segi device yang mereka gunakan. Dengan begitu, iklan yang kamu pasang hanya akan ditampilkan ke orang-orang yang memiliki karakteristik yang sudah ditentukan. Itu menjadikan Facebook Ads tempat yang efisien untuk beriklan. Salah satu kesalahan terbesar para advertiser di Facebook Ads adalah tidak menargetkan audiens dengan benar. Kebanyakan dari para *advertiser* ingin menargetkan iklan mereka kepada semua anggota Facebook agar banyak yang melihat iklan dan *convert*. Padahal tidak seperti itu.



## Cara Kerja Facebook Ads

### Contoh penargetan iklan Facebook:

Misalnya, kamu berjualan susu bayi, tentu saja pengguna produknya adalah bayi berusia 1-3 tahun. Tapi, apakah para bayi yang harus menjadi target iklan kita untuk membeli susunya sendiri? Tentu saja tidak. Sang Ibu atau Ayah lah yang harus kita targetkan. Lalu, apakah harus menargetkan semua *newly parent*? Jawabannya bisa ya, bisa tidak. Pembelian biasanya dapat dilakukan oleh Ibu ataupun Ayah. Setelah itu, kita bisa melakukan *research* lagi, siapakah pemegang *decision* untuk susu anak? Mungkin sang ayah yang akan melakukan pembelian, tapi ternyata sang Ibu lah yang memilih *brand* susu apa yang akan dibeli. Dari contoh di atas, target audiens yang lebih tepat untuk susu bayi yang kamu jual adalah Ibu, *newly parent*, berpenghasilan, suka belanja online, dan aktif sosial media. Pada dasarnya, FB ads hanya akan menampilkan iklan kita kepada audiens yang sudah kita targetkan sebelumnya, tentunya juga dipengaruhi dengan budget dan strategi yang kita gunakan. Setelah set up campaign iklan dan tayang, respon dan feedback dari audiens juga dapat mempengaruhi performa ads kita.



# Kekurangan Facebook Ads





# Kekurangan Facebook Ads

Selain memiliki kelebihan yang memudahkan para pemilik bisnis, beriklan di Facebook juga memiliki beberapa kekurangan, yaitu:

## Waktu dan tenaga

Proses menggunakan layanan FB Ads tidak bisa dilakukan secara instan, seperti langsung daftar, bayar, lalu iklan kita akan sampai ke seluruh pengguna facebook dan bisnis kita melesat pesat. Ada sumber daya yang dibutuhkan agar iklan kita berhasil tayang di Fb Ads, misalnya waktu dan tenaga.

## *Skills*

Tantangan berikutnya adalah perlu adanya kemampuan untuk menganalisa pada performa iklan yang sudah tayang. Mungkin kita akan perlu melakukan *trial error* hingga menemukan strategi iklan yang sesuai dengan tujuan marketing kita yang nantinya dapat meningkatkan bisnis.



# Kekurangan Facebook Ads

## ***Negative feedback***

Dengan melakukan promosi online tentunya kita akan mendapatkan *instant feedback*, namun tidak semua *feedback* yang diberikan merupakan *feedback* positif. Tetap ada saja resiko *customer* yang kurang puas dengan produk/pelayanan kita yang akhirnya memberikan dampak negatif untuk *brand* kita.

## **Menemukan audiens dengan interest palsu**

Berhubung cara kerja Facebook Ads adalah dengan menargetkan iklan pada audiens dengan kriteria *interest* tertentu, bukan tidak mungkin kita akan menemukan audiens yang memiliki interest yang tidak sesuai dengan aslinya. Dengan begitu, iklan kita bisa jadi tidak tepat sasaran. Melakukan promosi online pertama kali menggunakan Facebook Ads memang tidaklah mudah, butuh perencanaan matang dan alokasi *budget*. Namun bukan berarti tidak mungkin layanan Facebook Ads dapat membantu mengembangkan bisnis dan usaha kamu.



# Any Question?



# TEST

1. Menurut anda apa definisi dari Facebook Ads?
2. Menurut anda apa saja manfaat dari Facebook ads dalam memasarkan?
3. Bagaimana cara kerja dari Facebook ads itu sendiri?
4. Menurut anda apa saja kekurangan dari facebook ads?



# Terima Kasih

*Dimas Eko Prasetyo, M.Kom*