

ANALISIS EFEKTIVITAS PEMANFAATAN FACEBOOK ADS SERTA INSTAGRAM ADS SEBAGAI MEDIA PERIKLANAN MELALUI JEJARING SOSIAL PADA CV. JAWARA DIGITAL ART (JDA) STORE

Shafira Khoirotun Nisa

Abstrak

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang sangat erat hubungannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Iklan pada saat ini tidak hanya melalui media cetak, akan tetapi menggunakan teknologi yang lebih canggih dan mencakup banyak pemirsa yang luas. Jejaring sosial merupakan *platform* dimana perusahaan dapat memperoleh calon konsumen yang potensial karena cakupannya yang luas. *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* merupakan fitur iklan yang ditawarkan oleh jejaring sosial Facebook dan Instagram. CV. Jawaara Digital Art (JDA) Store merupakan sebuah perusahaan *e-commerce* yang memanfaatkan *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* sebagai media periklanannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan bagaimana efektivitas pemanfaatan *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* sebagai media periklanan. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dimana peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dalam CV. JDA Store. Dari metode tersebut diketahui bahwa pemanfaatan *Facebook Ads* dan *Instagram Ads* sebagai media periklanan belum efektif. Pada bulan Februari, dari keseluruhan 7.817 *lead* yang masuk, terdapat 1.422 *lead* yang melakukan pembelian dan hanya mencapai persentase sebesar 18,19%. Sedangkan pada bulan Maret dari sebanyak 4.769 *lead* masuk, terdapat 1.854 *lead* melakukan pembelian dengan persentase sebesar 38,88% atau sebanyak. Kedua hasil ini masih kurang dari target yang ditentukan yaitu 100%.

Kata Kunci: *Facebook Ads, Instagram Ads, Media Periklanan.*

EFFECTIVENESS ANALYSIS OF THE USE OF ADS FACEBOOK AND ADS INSTAGRAM AS A MEDIA FOR ADVERTISING THROUGH SOCIAL NETWORK IN CV. JAWARA DIGITAL ART (JDA) STORE

Shafira Khoirotun Nisa

Abstract

Advertising is one form of marketing communication that is very closely related to the success of a company in achieving its marketing goals. Advertising at this time is not only done through printed media, but also uses technology that is more sophisticated and covers a wide range of viewers. Social networking is a platform where companies can get potential potential customers because of their wide coverage. Facebook Ads and Instagram Ads are advertising features offered by social networks Facebook and Instagram. CV. Jawara Digital Art (JDA) Store is an e-commerce company that utilizes Facebook Ads and Instagram Ads as its advertising media. The purpose of this research is to know and explain the effectiveness of using Facebook Ads and Instagram Ads as advertising media. The type of research used is a qualitative descriptive method where the researcher makes observations and interviews with the parties involved in the CV. JDA Store. From this method, it is known that the use of Facebook Ads and Instagram Ads as advertising media has not been effective. In February, out of a total of 7,817 leads entered, there were 1,422 leads who made purchases and only reached a percentage of 18.19%. Whereas in March from 4,769 incoming leads, there were 1,854 leads making purchases with a percentage of 38.88% or as many as. Both of these results are still less than the specified target of 100%.

Keywords: Facebook Ads, Instagram Ads, Media Advertising