

ABSTRAK

ANALISIS EFEKTIFITAS PENGGUNAAN IKLAN MELALUI META ADS DAN GOOGLE ADS PADA UMKM FASHIONLABS.ID

Perkembangan media online dan media sosial sangat kuat, kunjungan terhadap media online dan media sosial berkisar 30-583 juta kunjungan dengan rentang waktu kunjungan selama 5-23 menit per kunjungan. Media sosial seperti youtube, instagram, facebook, tiktok, dan twitter sering dikunjungi oleh masyarakat yang menunjukkan bahwa memiliki daya tarik yang tinggi. Fashionlabs.id merupakan salah satu UMKM yang menggunakan platform internet sebagai media periklanan. Fashionlabs.id tercatat telah cukup lama menggunakan platform periklanan seperti Meta Ads dan juga Google ads untuk mempromosikan brand maupun produknya kepada konsumen. Penelitian saat ini ingin menguji dan menganalisis seberapa besarlah efektifitas penggunaan iklan melalui Meta ads dan Google ads pada umkm fashionlabs.id.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pemasangan iklan pada platform Meta Ads dan Google Ads yang akan dilakukan selama 3 bulan. Populasi dalam penelitian adalah *user impressions* yang didapatkan dari hasil iklan menggunakan Meta Ads dan Google Ads. Sampel dalam penelitian berasal dari hasil iklan yang dilakukan pada Meta Ads dan Google Ads sebanyak 2 sampel per minggu yang ditotal sebanyak 24 sampel. Pengolahan Data dilakukan melalui proses analisis di Meta Ads Manager dan Google Analytics menggunakan Microsoft Excel. Analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis model interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Target audience* yang dicapai sudah sesuai dengan target yang ditetapkan oleh UMKM Fashionlabs.id. 2) Platform Google ads memiliki efektifitas lebih tinggi untuk menarik minat audiens pada UMKM Fashionlabs.id. 3) Model campaign Google ads dengan campaign yang lebih spesifik seperti ‘Butuh Pakaian dan Perlengkapan Bayi’ lebih banyak mendapatkan impression dari pengguna, demikian juga dengan total clicks yang didapatkan apabila dibandingkan dengan menggunakan campaign konten yang lebih umum.

Kata kunci : *Meta ads, Google ads, UMKM, Fashionlabs.id*