

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet yang sangat cepat termasuk jumlah pengguna media sosial *facebook* di Indonesia yang menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan media sosial lain, membuka peluang besar bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) Aulia Sari untuk menggunakannya sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien.

Penelitian ini merancang iklan terbaik untuk memasarkan produk dodol rumput laut Aulia Sari menggunakan *Facebook Advertising*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menguji 3 iklan *facebook* yang ditempatkan kedalam 3 lokasi yaitu desktop, kolom kanan dan *mobile*. Hasil pengujian 3 iklan Aulia Sari melalui *facebook advertising manager* diperoleh data hasil pengujian iklan yang bisa diukur tingkat efektivitas dan efisiensi iklan berdasarkan metrik iklan *reach*, *click*, *cost per click (CUC)* dan *Unique Click Through-Rate (UCTR)*. Melalui metrik pengukuran iklan *facebook* tersebut, dilakukan uji perbandingan untuk menganalisis lebih detail performansi masing-masing iklan.

Berdasarkan hasil pengujian iklan selama 7 hari, diperoleh hasil iklan paling efektif dan efisien adalah iklan dengan lokasi *mobile*. Biaya yang dikeluarkan oleh iklan lokasi *mobile* adalah Rp. 691,00 per klik iklan dengan jumlah klik iklan sebanyak 254 *unique click* serta tingkat klik iklan atau *UCTR* sebesar 14%. Berdasarkan hasil uji perbandingan iklan *facebook* Aulia Sari, terdapat perbedaan signifikan metrik iklan untuk nilai *click* dan *cost per click* antara iklan lokasi *mobile (successful ads)* dengan iklan lokasi desktop dan kolom kanan. Oleh karena itu, Aulia Sari lebih efektif dan efisien untuk menjalankan iklan *facebook* dengan lokasi penempatan iklan *mobile*.

Kata kunci : Analisis perancangan iklan *facebook*, *Facebook advertising*, *UKM Aulia Sari*