



**TO**

**MONSTERS  
SELLING**

**RIJAL SDV**

**SERIES BISNIS KREATIF**

# **RANGKUMAN PANDUAN FB ADS PEMULA**

**BY RIJAL SDV**



# Pendahuluan

## Apa itu Facebook Ads?

Facebook Ads adalah platform iklan yang disediakan oleh Facebook, yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menayangkan iklan di Facebook, Instagram, dan Audience Network. Pengguna dapat menargetkan iklan mereka ke audiens yang spesifik berdasarkan kriteria seperti lokasi, usia, jenis kelamin, minat, dan lainnya.

Jenis iklan yang tersedia di Facebook Ads meliputi:

- Iklan berupa teks, gambar atau video
- Iklan yang mengarahkan traffic ke website
- Iklan yang meningkatkan penjualan
- Iklan yang meningkatkan brand awareness
- Iklan yang mengumpulkan leads
- Iklan yang mengarahkan traffic ke aplikasi
- Dan lain-lain

Cara kerjanya, Pengguna dapat membuat iklan dengan mengikuti beberapa langkah yang disediakan oleh Facebook Ads, seperti membuat akun iklan, membuat iklan, menentukan target audiens, menentukan anggaran iklan, dan menentukan durasi iklan. Setelah iklan disetujui oleh Facebook, iklan akan ditayangkan ke audiens yang ditentukan. Pengguna dapat melacak hasil iklan mereka dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.



# Mengapa Facebook Ads penting untuk bisnis?



Facebook Ads penting untuk bisnis karena platform ini memungkinkan bisnis untuk menargetkan audiens yang spesifik dan meningkatkan brand awareness, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan ROI.

Pada pertengahan tahun 2004 hampir bisa dikatakan sebagian besar orang tidak akan menyangka apabila pengguna Facebook akan sebanyak saat ini. sampai tulisan ini dibuat, total pengguna Facebook telah menyentuh dua setengah miliar.

Untuk di Indonesia sendiri sekitar 139 juta pengguna facebook. Ini jumlah yang besar, berdasarkan data, hampir 50% penduduk Indonesia telah memiliki akun Facebook.

Ditambah

lagi dengan mereka berhasil mendapatkan media Instagram

sekitar tahun 2012 menambah kekuatan Facebook jadi sulit disamai kompetitor. Untuk yg pandai melihat peluang, jumlah pengguna yang besar itu merupakan tentu jadi kesempatan emas.

Apa anda ketika ini relatif tidak percaya diri menggunakan Facebook Ads untuk membantu usaha anda? Buat anda yg baru dengar Facebook Ads atau ingin coba- coba mungkin butuh pemikiran yang panjang. Tetapi buat para pemilik usaha yg telah mengetahuinya, mereka lebih memahami apabila beriklan pada Facebook merupakan usaha yang paling menarik buat memasarkan usahanya.

Beberapa manfaat menggunakan Facebook Ads bagi bisnis adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan brand awareness: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk mencapai jangkauan yang lebih luas dan meningkatkan brand awareness dengan menayangkan iklan ke audiens yang sesuai dengan target pasar mereka.
2. Meningkatkan penjualan: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk mengarahkan traffic ke website mereka dan meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk atau jasa yang sesuai dengan minat audiens.
3. Meningkatkan ROI: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk menentukan anggaran iklan dan meningkatkan ROI dengan mencapai target pasar yang spesifik dan meningkatkan penjualan.

- Mengumpulkan leads: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk mengumpulkan leads dengan menawarkan form pendaftaran atau kontak yang mudah diisi oleh audiens yang tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.
- Menjangkau audiens yang berbeda : Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang berbeda melalui platform yang berbeda seperti Facebook, Instagram, Audience Network, yang memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens yang berbeda dari satu platform ke platform lainnya.
- Analisis dan Optimasi yang baik : Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk menganalisis hasil iklan mereka dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads, sehingga dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektifitas iklan.

Tetapi alasan lain yg membuat orang banya memakai Facebook Ads menjadi media pemasaran mereka, adalah Facebook Ads Menjadi Media Promosi yg kuat sehingga beriklan Menjadi sangat efektif.



# Siapa yang dapat menggunakan Facebook Ads?



Facebook Ads dapat digunakan oleh berbagai jenis bisnis, mulai dari perusahaan besar hingga UKM. Tidak ada batasan ukuran bisnis atau industri tertentu yang dapat menggunakan Facebook Ads. Semua bisnis yang ingin meningkatkan brand awareness, meningkatkan penjualan, atau meningkatkan ROI dapat menggunakan Facebook Ads. Perusahaan besar dapat menggunakan Facebook Ads untuk meningkatkan brand awareness mereka dan mengarahkan traffic ke website mereka. UKM dapat menggunakan Facebook Ads untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan brand awareness. Pemilik bisnis kecil juga dapat menggunakan Facebook Ads untuk meningkatkan penjualan dan mengarahkan traffic ke website mereka. Facebook Ads juga dapat digunakan oleh individu, seperti penjual online atau pemilik bisnis kecil yang ingin meningkatkan penjualan produk atau jasa mereka. Secara keseluruhan, Facebook Ads dapat digunakan oleh siapa saja yang ingin meningkatkan brand awareness, meningkatkan penjualan, atau meningkatkan ROI, tidak peduli seberapa besar atau kecil bisnis tersebut.

# **Alasan Facebook Ads Menjadi Media Promosi yang Powerful**







## **Beriklan Menjadi Super Efektif**

Itu semua lantaran platform beriklannya memakai prosedur pemecahan algoritma & sistem yg akurat. Algoritma ini terus diupdate & diperbaiki secara berkala supaya kampanye iklan yg dijalankan bisa hadir pada orang-orang yg tepat.



## **Proses Mudah dan Hasil Cepat**

Di karenakan Prosesnya praktis & hasil cepat

Kini seluruh orang hingga perusahaan mampu beriklan menggunakan budget minim sekalipun. Proses pembuatan kampanye iklan pun tergolong sangat gampang dan simple.

Anda cuma membutuhkan beberapa menit atau beberapa jam buat yg pemula untuk beriklan pada Facebook, yang cuma perlu menciptakan halaman profil, biaya iklan, konten materi iklan baik berupa foto, video dan teks iklannya serta link tautan yang bisa diklik.



## **Target Market yang Spesifik**

Facebook mampu menghadirkan target Market yg Spesifik, sehingga anda mampu mengiklankan ke sasaran market yg sangat spesifik mulai berdasarkan jenjang umur, pekerjaan sampai kebiasaan para user. Misalnya user ini senang baca artikel apa, senang mengidolakan seniman apa, punya kendaraan atau belum, punya kartu kredit atau tidak, telah menikah atau belum serta banyak kondisi lainnya.

Oleh sebab itu, akibat sangat spesifiknya data yang di berikan tadi menciptakan kesempatan bagi pemilik usaha untuk mampu menampilkan iklan berdasarkan buyer persona ideal atau sasaran market ideal yang di butuhkan mereka.



## **Praktis Di modifikasi.**

Facebook punya banyak aneka macam tipe iklan yg mampu dicoba oleh pengiklan. cara yg sangat menarik lantaran bisa disesuaikan menggunakan objective berdasarkan kampanye iklan. modifikasi iklan yg begitu gampang & cepat. Mau mengganti gambar, video, teks iklan, atau link tautan, mampu dilakukan dengan sangat cepat & simple.



## **Fitur Semakin Baik dan Banyak**

Salah satu kekuatan Facebook merupakan cara mereka yg terus aktif mengupdate & memodifikasi pengalaman pengguna biasa sampai para pengiklan. Menambah fitur yg semakin segar & lengkap sehingga menciptakan suatu kondisi dimana Facebook semakin sulit digoyahkan. Saat sekarang ini facebook juga mengakuisisi beraneka macam perusahaan skala macro lainnya misalnya Instagram & Whatsapp untuk menjadikannya masuk ke jaringan usaha mereka.

Facebook Ads sempurna bagi usaha online maupun offline. Anda bisa mengiklankan berbagai macam produk kapanpun Anda inginkan. Oleh karena beriklan pada Facebook sangat gampang tetapi hal tersebut tidak bisa dilakukan secara asal-asalan. Yang Anda perlu tahu agar supaya iklan anda terhindar dari boncos & bisa memperoleh profit.



# Membuat Akun Facebook Ads

Ebook pedoman Cara Beriklan pada Facebook Ads buat Pemula ini, kami memakai cara melalui Ads Manager. Ini adalah cara paling lazim dan paling gampang buat mulai beriklan pada Facebook Ads.



# Sebelum Memulai Facebook Ads, Pastikan Hal Berikut :



Sebelum memulai Facebook Ads, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dan dilakukan untuk meningkatkan keberhasilan kampanye iklan Anda.

Berikut ini adalah beberapa langkah yang dapat dilakukan:

1. Menentukan tujuan iklan: Pastikan Anda tahu apa yang ingin Anda capai dengan iklan Anda, seperti meningkatkan brand awareness, meningkatkan penjualan, atau mengarahkan traffic ke website.
2. Menentukan target audiens: Identifikasi audiens yang Anda inginkan untuk mencapai tujuan iklan Anda, seperti lokasi, usia, jenis kelamin, minat, dan lainnya.
3. Menyiapkan konten iklan: Buat konten iklan yang menarik dan relevan bagi target audiens Anda, seperti iklan teks, gambar, atau video.
4. Mengoptimalkan website: Pastikan website Anda memiliki tampilan yang baik dan mudah digunakan sebelum mengarahkan traffic ke website melalui iklan.

- Membuat anggaran iklan: Buat anggaran iklan yang realistis dan sesuai dengan tujuan iklan Anda.
- Membuat akun Facebook Ads: Buat akun Facebook Ads untuk membuat dan mengelola iklan Anda.
- Membuat iklan : Membuat iklan yang sesuai dengan tujuan dan target audiens yang Anda tentukan.
- Memantau dan mengoptimalkan iklan: Pantau hasil iklan Anda dan optimalkan iklan Anda sesuai dengan hasil yang Anda dapatkan.



**Petunjuk langkah  
demi langkah  
tentang cara  
mendaftar dan  
mengaktifkan akun  
Facebook Ads.**

Untuk menggunakan layanan Facebook Ads, pastikan terlebih dahulu kamu telah membuat fanpage atau akun bisnis. Jangan mencampuradukkannya dengan akun pribadi karena dapat mempengaruhi kredibilitas bisnis saat ini.

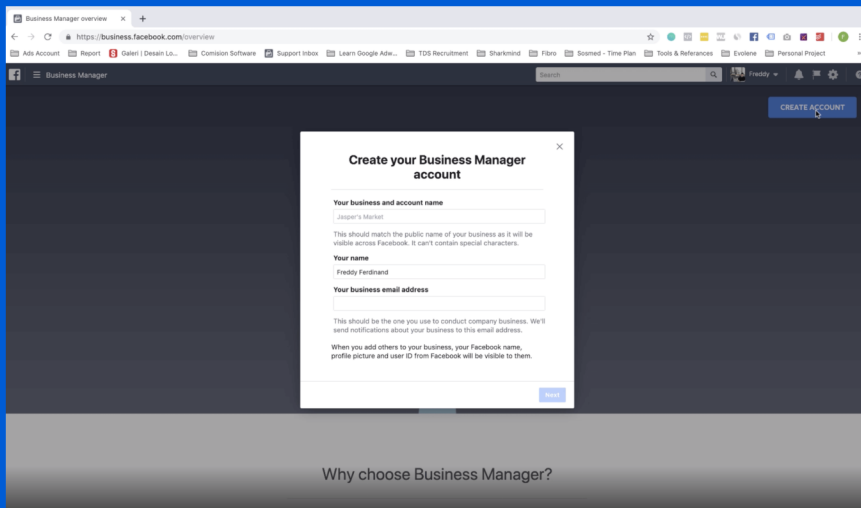
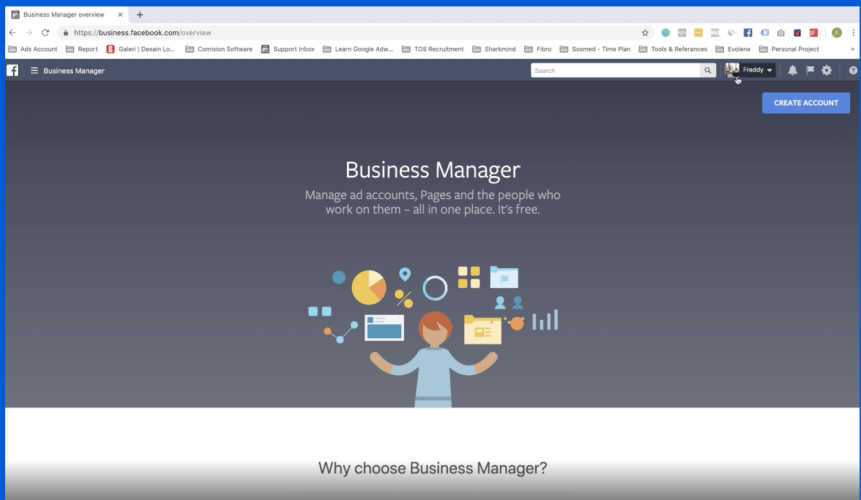


## **Login Facebook Ads**

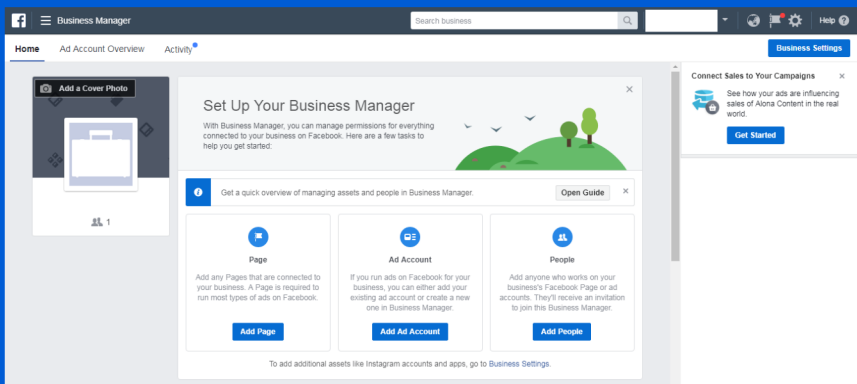
Login Facebook Ads Untuk mengakses halaman Facebook Ads, kamu akan diarahkan ke halaman beranda di pojok kanan atas profil Facebookmu. Kemudian klik ikon panah bawah dan pilih Buat Iklan. Anda akan secara otomatis mengakses halaman Pengelola Iklan Facebook. Disini anda di minta untuk mempersiapkan halaman yang merupakan Business Manager.

Business Manager merupakan sebuah media yg dibuat oleh Facebook agar mempermudah pengelolaan berbagai akun iklan, mengelola aneka fanspage, & mampu bekerja sama menggunakan Business Manager lainnya misalnya share Facebook Pixel, Share Custom Audience, Share Look a Like Audience, atau Share Fanspage dengan gampang,

langkah-langkahnya sebagai berikut: Buka website business.facebook.com



- Buat akun baru dengan memberi nama bisnis kamu, misalnya Flower Store. Jika Facebook tidak mengizinkan penggunaan nama pilihan kamu. Modifikasi terus sampai kamu mendapatkan persetujuan nama bisnis dari Facebook, disarankan menggunakan huruf besar untuk kata pertama agar lebih mudah di setuju Facebook
- Pilih Continue dan setelah itu tambahkan nama & email kamu. Email ini disarankan menggunakan email perusahaan atau email dari domain kamu dan tidak harus sama dengan email saat user menggunakan email Facebook.
- Klik Finish, Dan kamu akan menemukan page awal misalnya ini: Buat Facebook Fanspage.



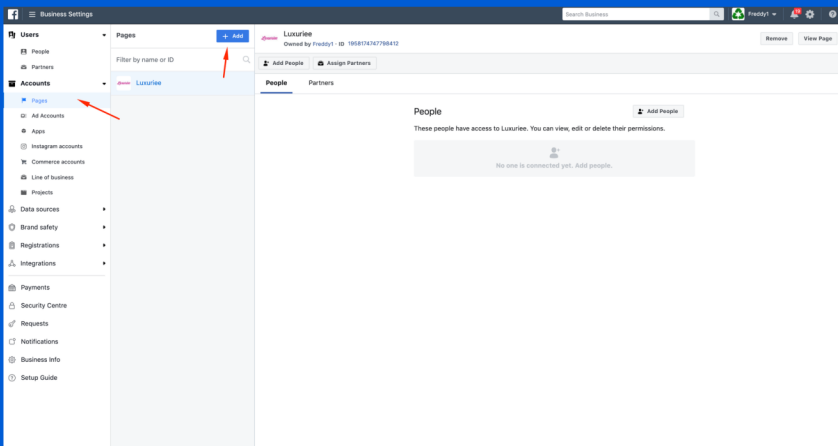


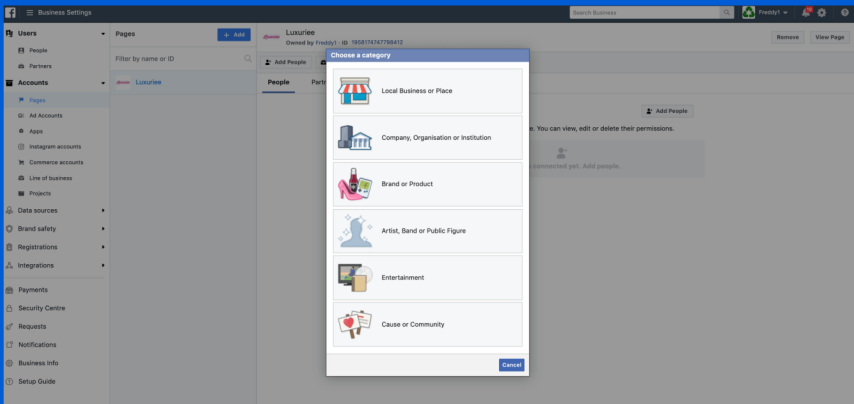
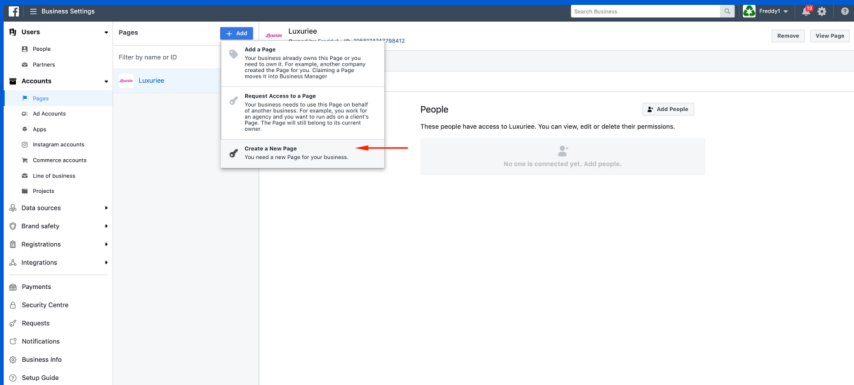
# Buat Facebook Fanpage

Fanpage merupakan lokasi buat beriklan. Kamu mampu menciptakan konten iklan pada halaman ini. Bagaimana langkahnya?

- Klik Business Manager setelah itu
- klik Business Settings dan
- Klik Pages.
- Klik Add Tambah page pada bagian tengah page.

Apabila kamu telah punya fanpage sebelumnya, pilih Add a Page. Tapi pastikan Profil kamu tetap pada akun Business manager. Kalau belum mempunyainya, pilih Create a New Page.





- Berikan nama pada Page kamu.
- Pilih Add People buat menambahkan orang yg mampu mengakses page ini. Tapi pastikan orang tadi telah terdaftar pada akun Business Manager. Hal Ini akan dibahas dalam artikel Business Setting.



## **Menambahkan informasi bisnis**

Menambahkan informasi bisnis ke akun Facebook Ads dapat dilakukan dengan beberapa langkah sederhana.

Berikut ini adalah cara untuk menambahkan informasi bisnis Anda:

1. Login ke akun Facebook Ads Anda.
2. Pilih ikon hamburger di pojok kiri atas halaman dan pilih "Business Manager".
3. Klik tombol "+ Create" dan pilih "Business".
4. Isi informasi bisnis Anda, seperti nama perusahaan, alamat, dan nomor telepon.
5. Pilih industri dan kategori bisnis yang sesuai dengan bisnis Anda.
6. Klik "Create" untuk menambahkan informasi bisnis Anda.
7. Setelah informasi bisnis Anda ditambahkan, Anda dapat mengakses dan mengelola informasi bisnis Anda dari menu "Business Manager" di akun Facebook Ads Anda.

Jika Anda sudah memiliki halaman Facebook untuk bisnis Anda, Anda dapat menautkannya dengan akun Facebook Ads Anda untuk mengelola iklan dan analisis dari satu tempat. Pastikan informasi bisnis yang Anda masukkan adalah benar dan terbaru, karena ini akan digunakan oleh audiens untuk menghubungi Anda.

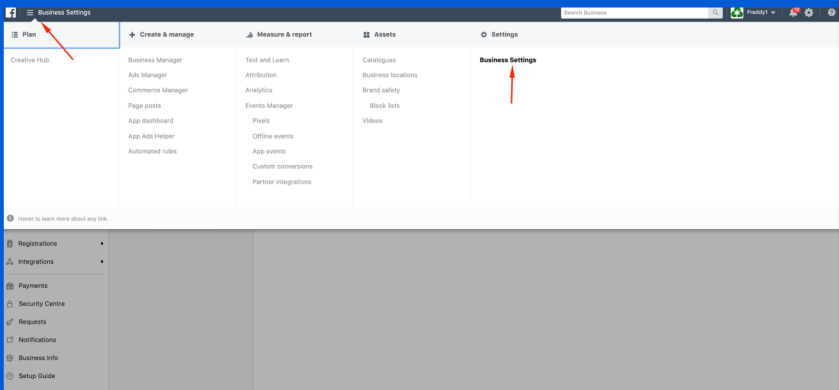




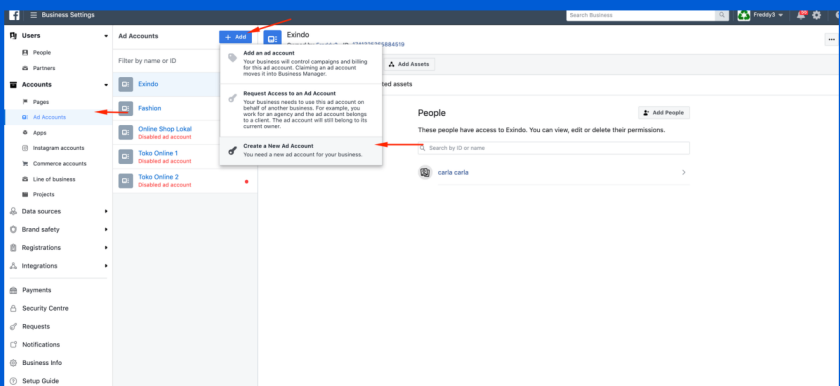


# Buat akun Iklan Facebook Ads

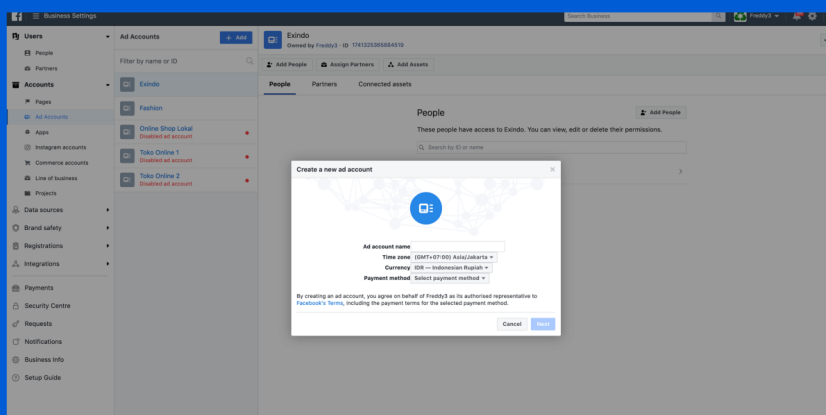
Buat akun Iklan Facebook Ads Sekarang kamu akan belajar buat menciptakan akun iklan pada Facebook. Pertama-tama, klik akun Business Manager lalu klik Business Settings.



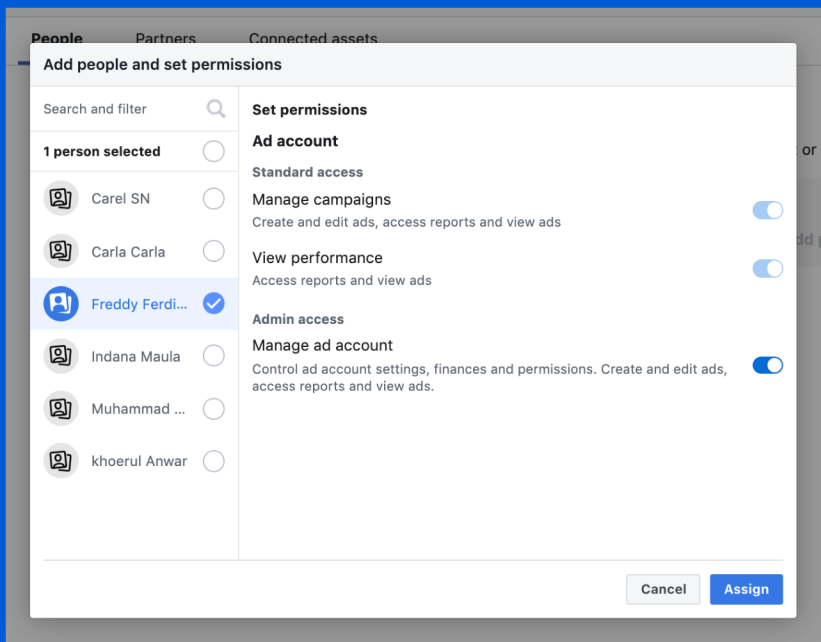
Klik bagian Ad Accounts lalu tambah Ad Accounts baru. Ada drop down tampilan menggunakan 3 pilihan. Pilih yg paling bawah Create a New Ad Account.



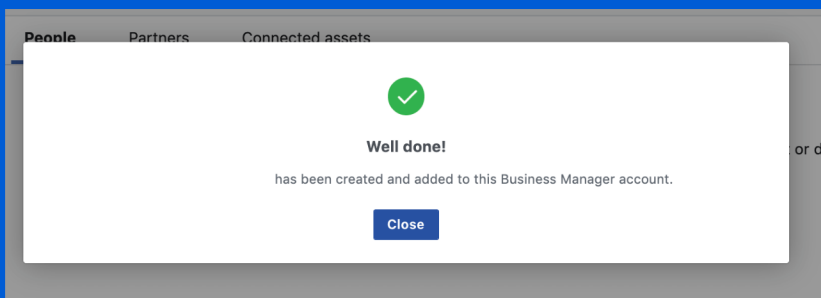
Lalu buat nama akun iklan. Nama akun nantinya mampu diubah jadi tenang saja dan jangan terlalu ribet mengisinya. Pilih time zone, Currency dan Payment Methods yg tersedia. apabila kamu berjualan di Indonesia sangat sarankan buat memakai time zone Indonesia GMT +7 dan currency nya IDR (Indonesia Rupiah). Setelah seluruhnya terselesaikan, klik tombol biru Create Ad Account.



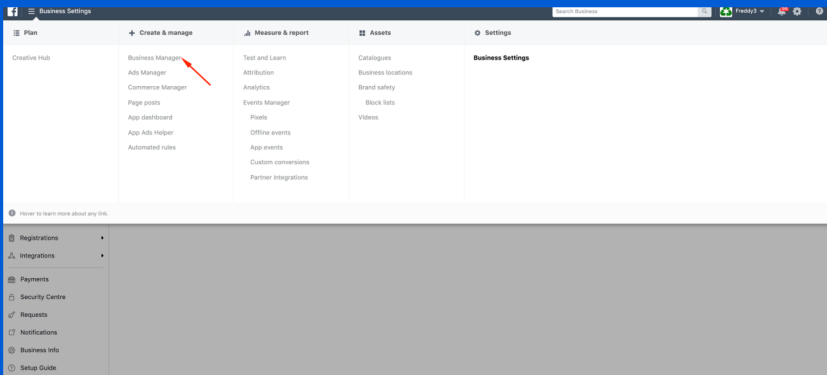
Setelah itu kamu akan ditanya siapa yg boleh mengakses akun iklan ini. Pilih nama user yg tersedia & berikan level akses yg diperbolehkan. apabila kamu menjadi admin maka sangat sarankan buat mengaktifkan seluruhnya.



Setelah terselesaikan, pilih Save Changes dan Close.

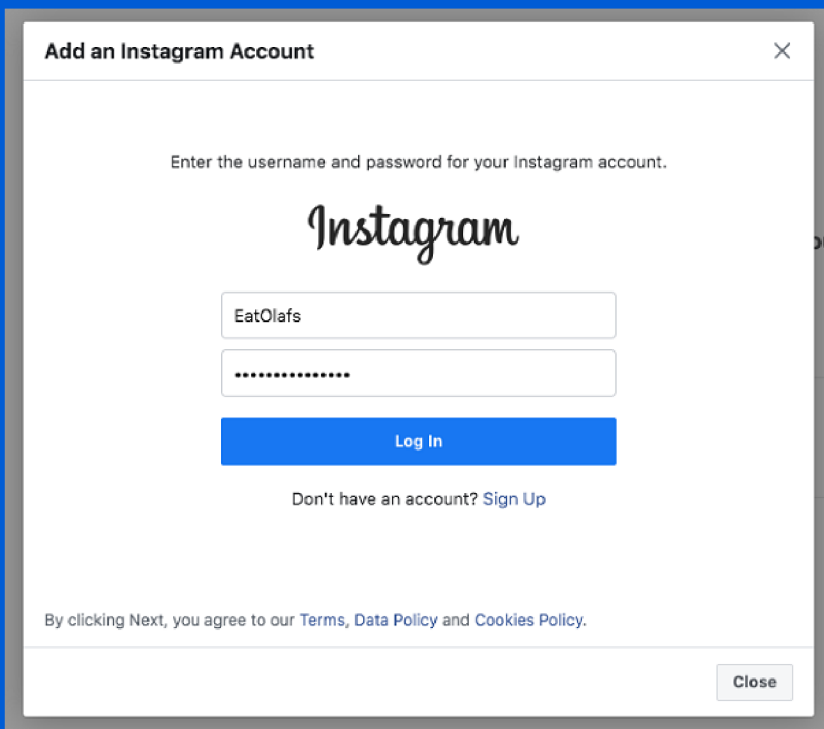
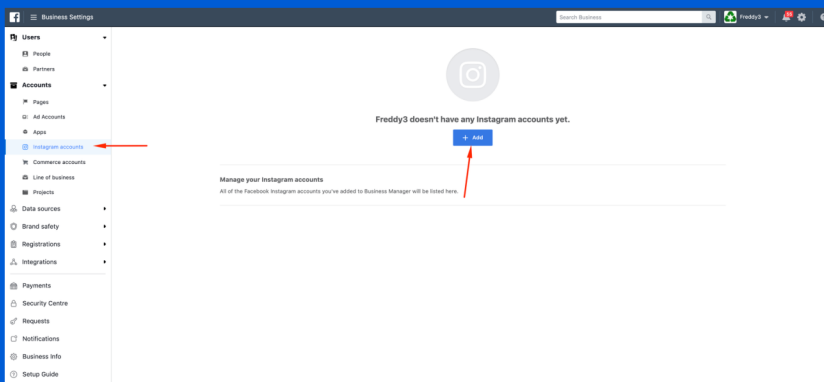


kamu akan dapat mengakses iklanmu di halaman manajer bisnis utama. Cara mengaksesnya, klik akun Business manager di bagian bisnis settings



## **Hubungkan Akun Instagram dengan Business Manager**

Hubungkan Akun Instagram kamu menggunakan Business Manager apabila kamu ingin beriklan pada Instagram lewat Facebook Ads maka kamu harus mengkoneksikan akun Instagrammu, caranya sangat gampang. Pilih bagian Instagram Accounts dan tambahkan username serta password pada akun Instagrammu.





## **Buat Facebook Pixels**

Buat Facebook Pixels jangan terlewatkan dalam membuat Facebook Pixels. Tanpa menggunakan Pixels, iklan tidak akan bisa mengiklankan produk bisnismu secara maksimal.

Facebook Pixels memberi akses kepada pemilik akun Facebook Business Manager buat melacak konversi, meningkatkan secara optimal

iklan Facebook, membangun sasaran audiens buat iklan dan retargeting lead yg pernah tertarik dengan produkmu.

Untuk buat menambahkan Pixels terdapat pada dibagian Data Sources (Sumber Data) pada business setting.



### Track Website Conversions Using Pixel

Add the pixel code to your website to run conversion campaigns, build advanced reporting and custom retargeting. The pixel is a snippet of code that securely receives information from a website. [Learn More](#)

Pixel Name

38

Check your website for easy set up options

By clicking Continue I agree to the Facebook Business Tools Terms.

[Give Feedback](#)

[Continue](#)



## Perkuat keamanan akun

Supaya akun terlindung oleh serangan peretas, perketat keamanan akunmu menggunakan pengaturan two-factor authentication. Pilih pengaturan yg mewajibkan seluruh orang yang kamu iijinkan buat melakukan autentifikasi sebelum log in supaya akun bisnis managemu mendapatkan perlindungan yang maksimal.



### Two-factor authentication • Required for everyone

Requires others to log in with their phone as well as a password.

Required for everyone ▼

#### Manage Your Personal Settings

Text Message (SMS) to

Use your phone as an extra layer of security to keep other people from logging into your account.

[Edit Settings](#)

#### Code Generator

Generate a special login code to authenticate your login on a phone or computer you haven't used before.

[Edit Settings](#)

#### Recovery Codes

Use these codes for when you don't have your phone with you, like when you're traveling.

[Get Codes](#)

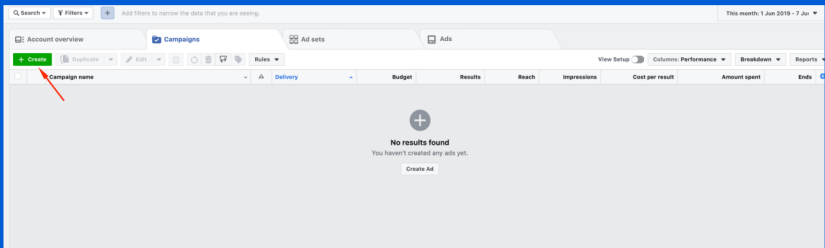


**Kamu siap untuk  
menjalankan  
iklan Facebook  
Ads pertamamu.**

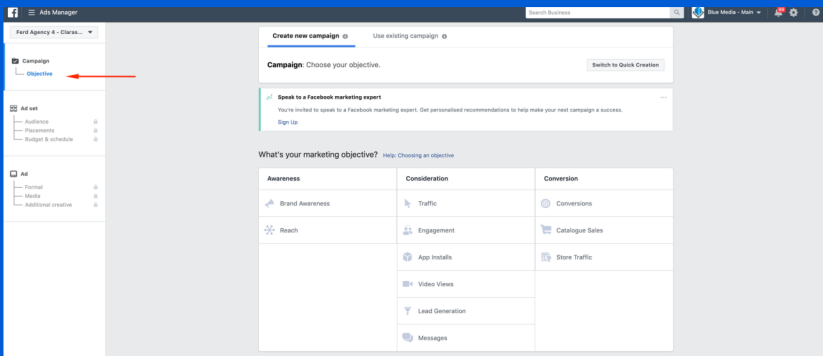


# ➔ Pasang iklan

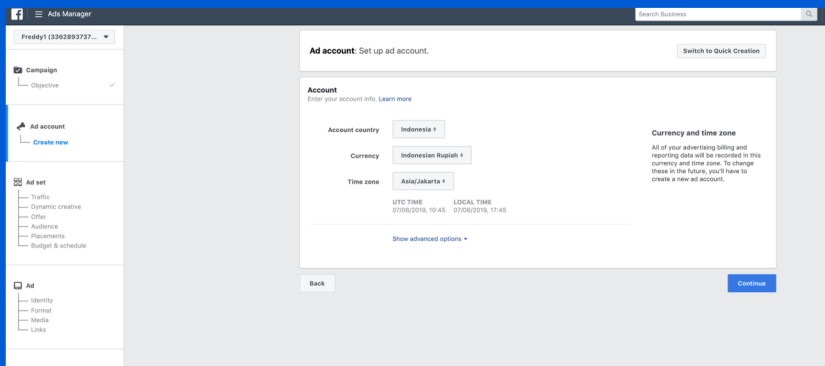
Tahapan persiapan Pasang iklan di Facebook Business Manager telah terselesaikan dan akunnya telah tersedia, siap buat digunakan. Ini saatnya kamu mengetahui cara mengiklankan sesuatu memakai situs web ini. Temukan tampilan Ads Manager, dan klik tombol Create ( buat ).



Apabila sudah maka kamu akan di arahkan menuju page ini. Sederhananya apabila kamu belum punya website maka gunakan objective Engagement, dan bila kamu punya website maka gunakan objective Traffic.

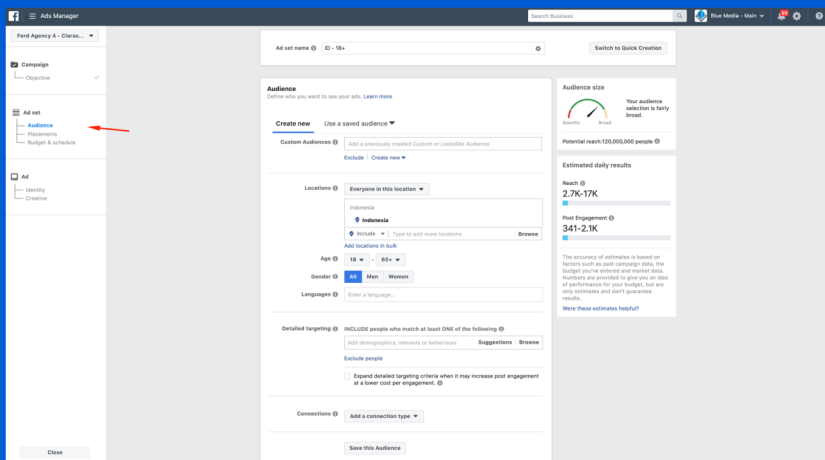


Kemudian Tambahkan akun. isikan dinformasi negara, mata uang dan Zone waktu yg kamu inginkan kemudian klik lanjutkan.



The screenshot shows the 'Ad account' setup page in Facebook Ads Manager. The left sidebar contains navigation links: Campaign, Ad account (with a 'Create new' link), Ad set, and Ad. The main content area is titled 'Ad account: Set up ad account.' and includes a 'Switch to Quick Creation' button. Below this, the 'Account' section prompts the user to 'Enter your account info. Learn more'. It features three dropdown menus: 'Account country' (set to Indonesia), 'Currency' (set to Indonesian Rupiah), and 'Time zone' (set to Asia/Jakarta). To the right, a 'Currency and time zone' note explains that all advertising billing and reporting data will be recorded in the selected currency and time zone. At the bottom, there are 'Back' and 'Continue' buttons.

Masukkan nama iklanmu pada Ad Set Name. Ini umumnya dinamakan serupa dengan audience yg dituju dan targetnya. Di bagian kanan kamu mampu melihat perkiraan Potential Reach atau potensi jumlah orang yg melihat iklanmu.




The screenshot shows the 'Audience' setup page in Facebook Ads Manager. The left sidebar is the same as the previous screen, but the 'Audience' link under 'Ad set' is highlighted with a red arrow. The main content area is titled 'Audience' and includes a 'Switch to Quick Creation' button. Below this, the 'Audience' section prompts the user to 'Define who you want to see your ads. Learn more'. It features a 'Create new' button and a 'Use a saved audience' dropdown. Under 'Custom Audiences', there is a link to 'Add a previously created Custom or Lookalike Audience'. Below this, there are sections for 'Locations' (set to Everyone in this location), 'Age' (set to 18+), 'Gender' (set to All), and 'Languages' (set to All languages). At the bottom, there is a 'Detailed targeting' section with options to 'Include people who match at least ONE of the following' and 'Exclude people'. On the right side, there is a 'Audience size' section with a gauge showing 'Potential reach 120,000,000 people'. Below this, there is an 'Estimated daily results' section showing 'Reach 2.7K-17K' and 'Post Engagement 341-2.1K'. At the bottom, there is a 'Connections' section with a link to 'Add a connection type'. A 'Save this Audience' button is at the bottom right.

klik lanjutkan setelah semua terselesaikan.

Di page selanjutnya kamu diarahkan ke tombol Create New Ad. Tombol Create New Ad tidak akan terlihat pada halaman Fanpage.

**Nama Set Iklan**

Set Belajar Facebook Ads



**Traffic**

**Pilih tempat Anda ingin mendorong lalu lintas. Anda akan memasukkan detail selengkapnya tentang tujuan nanti.**

☒ **Situs Web**

☐ **Aplikasi**  
Pilih aplikasi yang ingin Anda iklankan. Anda dapat mengiklankan aplikasi mana saja yang Anda daftarkan di situs developer Facebook. [Pelajari Selengkapnya](#)

☐ **Messenger**  
Kirim orang dari iklan ke percakapan Messenger dengan bisnis Anda. Iklan Anda akan ditampilkan ke orang yang kemungkinan besar akan membuka Messenger.

☐ **WhatsApp**  
Saat seseorang mengklik iklan, utas pesan dengan bisnis Anda akan dibuka di WhatsApp. Iklan Anda akan ditampilkan ke orang yang kemungkinan besar akan membuka WhatsApp.

jumlah anggaran di tentukan dahulu sebelum mulai iklan. Dibagian ini kamu bisa memilih menggunakan biaya anggaran harian atau biaya anggaran sepanjang masa promosi. Tentukan pula kapan masa mulai dan berakhir.

### Anggaran & Jadwal

Anggaran

Anggaran Harian

Rp 200.000

IDR

☒ Anggaran Harian

☐ Anggaran Sepanjang Masa Promosi

berbeda-beda. ⓘ

28/6/2020

10:22

Waktu Jakarta

Berakhir · Opsional

☒ Tetapkan tanggal berakhir

28/6/2020

10:22

Waktu Jakarta

Tampilkan Opsi Lainnya ▾

Tentukan sasaran audiens yg kamu inginkan berdasarkan lokasi, usia, jenis kelamin dan penargetan terperinci lain misalnya demografi, ketertarikan, atau behavior mereka pada media sosial.

**Pemirsa**

**Buat Pemirsa Baru**

Gunakan Pemirsa Tersimpan ▼

**Pemirsa Khusus**

Buat Baru ▼

Cari Pemirsa yang Ada

Kecualikan

**Lokasi**

Lokasi:

- Indonesia

**Umur**

18 - 65+

**Jenis Kelamin**

Semua jenis kelamin

**Penargetan Terperinci**

Semua demografi, minat, dan perilaku

Perluasan Penargetan Terperinci:

- Nonaktif

Tampilkan Opsi Lainnya ▼

Simpan Pemirsa Ini

Gunakan custom audience buat menjangkau orang-orang yg telah pernah berinteraksi terhadap iklan atau bisnismu. Contoh: orang-orang yg telah pernah mengunjungi website-mu. Dimana kamu menargetkan iklan pada orang-orang yg telah mempunyai ketertarikan dalam bisnismu dan berpotensi mempunyai nilai konversi yang lebih tinggi.

## Selanjutnya materi iklan / ADS

**Nama Iklan**

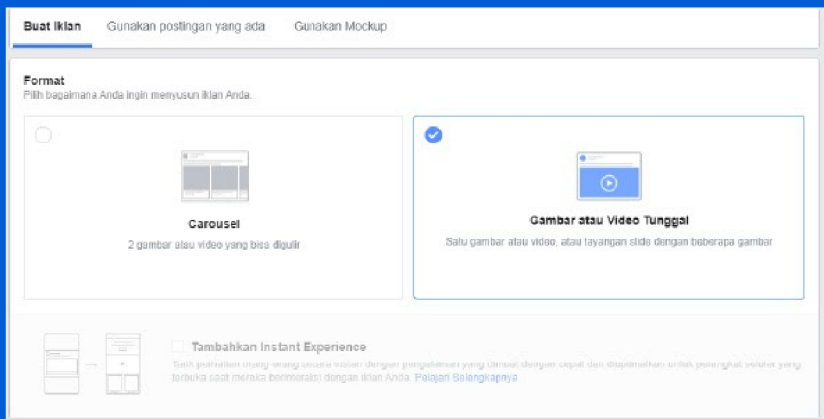
**Identitas**

**Halaman Facebook**

**Akun Instagram**

Isi informasi nama iklan yang kamu buat dan hubungkan dengan fanspage serta akun instagram bisnis kamu.

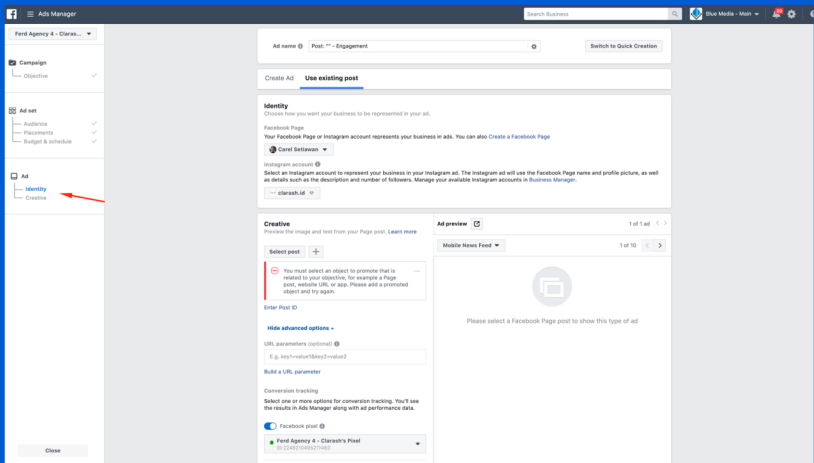
Dalam mempersiapkan Iklan, Pilih Buat Iklan & format yg diinginkan. Bisa dengan format courusel atau format foto/video. Pada bagian ini kita akan menentukan gambar tunggal.



Pada pemilihan gambar atau video yang digunakan, jangan lupa perhatikan rekomendasi spesifikasi gambar yg diijinkan berdasarkan Facebook. Gambar yang mengandung terlalu penuh tulisan bisa mengalami penurunan penayangan atau bahkan bisa juga tidak akan ditampilkan sama sekali. Kamu bisa mengecek terlebih dulu gambar apa yg akan kamu, pakai pada privacy policy atau kebijakan beriklan Facebook.

Tentukan pula destinasi yg dituju, bisa berupa website atau Facebook Event, kemudian pilih tombol Call-to-Action (CTA) yg sesuai. Contoh: Selengkapnya, Beli Sekarang dan lain- lain.







## Pembayaran Iklan

Pembayaran Iklan merupakan langkah terakhir guna memunculkan iklan pada Facebook. Kamu bisa memasukkan data kartu kredit atau debitmu misalnya dalam gambar berikut.



Select a Payment Method

Help

Current Balance: Rp0 IDR

Add a new payment method to your Facebook Ads account · [Terms Apply](#)

☒ Credit or Debit Card




Name on Card

Card Number


Expiration

MM




YY

Security Code 


☐ Payment Method from Business Manager



☐ Bank Transfer



☐ Facebook Ad Coupon

 Your payment info is stored securely. [Learn More.](#)

Cancel

Continue

Nah, itulah cara yg bisa kamu lakukan buat menghasilkan & mengelola Facebook Business Manager.

Selain mengelola Facebook Business Manager, terdapat berbagai tips & trik usaha lainnya yg mampu untuk kamu lakukan.



# Tips dan Trick Menentukan kreatif iklan



**cara membuat  
kreatif iklan yang  
menarik, termasuk  
tips dan trik untuk  
meningkatkan  
tingkat klik.**

Menentukan kreatif iklan yang menarik dapat membantu meningkatkan tingkat klik dan efektivitas iklan Anda.

Berikut ini adalah beberapa tips dan trik untuk membuat kreatif iklan yang menarik:

- Buat konten yang menarik dan relevan: Buat konten iklan yang menarik dan relevan bagi target audiens Anda. Usahakan untuk menyampaikan pesan yang jelas dan menonjolkan keunggulan produk atau jasa Anda.
- Gunakan gambar atau video yang menarik: Gunakan gambar atau video yang menarik dan berkualitas tinggi untuk menarik perhatian audiens Anda.
- Buat iklan yang tidak mengganggu: Buat iklan yang tidak mengganggu dan sesuai dengan etika iklan.
- Buat iklan yang mobile-friendly: Pastikan iklan Anda dapat dilihat dengan baik pada perangkat mobile, karena sebagian besar audiens mengakses Facebook melalui perangkat mobile.

- Buat iklan yang menonjolkan tawaran khusus: Buat iklan yang menonjolkan tawaran khusus atau diskon untuk menarik perhatian audiens Anda.
- A/B testing : Melakukan A/B testing pada iklan Anda untuk menentukan iklan yang paling efektif dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.
- Gunakan Call-to-action : Gunakan Call-to-action yang jelas dan efektif dalam iklan Anda untuk mengarahkan audiens Anda untuk melakukan tindakan yang diinginkan.
- Optimalkan iklan : Optimalkan iklan Anda dengan mengubah target audiens, anggaran iklan, jenis iklan, dan lainnya, dan menganalisis hasil iklan melalui laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- Copywriting : Gunakan copywriting yang menarik dan mengingatkan audiens untuk melakukan tindakan yang diinginkan.
- Monitor iklan : Monitor iklan Anda secara teratur untuk menentukan apakah iklan Anda efektif atau perlu dioptimalkan.

**cara menentukan  
kata kunci yang  
tepat untuk iklan,  
termasuk tips dan  
trik untuk  
meningkatkan  
tingkat relevansi.**



Menentukan kata kunci yang tepat adalah kunci untuk meningkatkan relevansi iklan Anda dan membantu mencapai tujuan iklan Anda.

Berikut ini adalah beberapa tips dan trik untuk menentukan kata kunci yang tepat untuk iklan Anda:

- Gunakan kata kunci yang spesifik: Gunakan kata kunci yang spesifik dan relevan untuk produk atau jasa yang Anda tawarkan. Misalnya, jika Anda menjual sepatu, gunakan kata kunci seperti "sepatu lari" atau "sepatu kulit" daripada kata kunci umum seperti "perlengkapan olahraga".
- Gunakan kata kunci yang long-tail: Gunakan kata kunci long-tail yang lebih spesifik dan mencakup lebih dari satu kata kunci. Misalnya, "sepatu lari wanita" atau "sepatu kulit pria" daripada "sepatu".
- Gunakan peralatan kata kunci: Gunakan peralatan kata kunci seperti Google Keyword Planner atau SEMrush untuk menemukan kata kunci yang populer dan relevan untuk produk atau jasa Anda.

- Gunakan kata kunci negatif: Gunakan kata kunci negatif untuk mengecualikan audiens yang tidak relevan dengan produk atau jasa Anda.
- Gunakan kata kunci dalam bahasa yang sesuai: Pastikan kata kunci yang Anda gunakan dalam bahasa yang sesuai dengan target audiens Anda.
- Monitor kata kunci : Monitor kata kunci yang Anda gunakan secara teratur dan optimalkan iklan Anda sesuai dengan hasil yang Anda dapatkan.
- Gunakan kata kunci yang menonjolkan keunggulan : Gunakan kata kunci yang menonjolkan keunggulan produk atau jasa Anda seperti "murah" , "baru" , "eksklusif" dll.
- Audiens research: Melakukan research terhadap audiens Anda dan menentukan kata kunci yang digunakan oleh mereka dalam mencari produk atau jasa yang Anda tawarkan. Ini akan membantu Anda menemukan kata kunci yang lebih relevan dan meningkatkan tingkat klik iklan Anda.

**cara mengatur  
budget iklan yang  
efektif, termasuk  
cara**

**Mengoptimalkan  
Iklan**

Mengatur budget iklan yang efektif dapat membantu meningkatkan efektivitas iklan Anda dan membantu mencapai tujuan iklan Anda.

Berikut ini adalah beberapa tips dan trik untuk mengatur budget iklan yang efektif:

- **Buat anggaran yang realistis:** Buat anggaran iklan yang realistis dan sesuai dengan tujuan iklan Anda. Anggaran yang terlalu kecil dapat menyebabkan iklan Anda tidak dilihat oleh audiens yang cukup, sementara anggaran yang terlalu besar dapat menyebabkan pemborosan dana.
- **Tentukan jangka waktu iklan:** Tentukan jangka waktu iklan Anda, seperti berapa lama iklan akan ditayangkan. Ini akan membantu Anda menentukan anggaran iklan yang sesuai.

- Optimalkan anggaran iklan: Optimalkan anggaran iklan Anda dengan mengubah target audiens, jenis iklan, dan lainnya, dan menganalisis hasil iklan melalui laporan yang disediakan oleh Facebook Ads. Ini akan membantu Anda menentukan anggaran yang efektif dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang Anda dapatkan.
- Atur bid iklan: Anda dapat menentukan bid iklan untuk menentukan berapa banyak Anda akan berinvestasi untuk setiap klik atau tampilan. Ini akan membantu Anda mengatur budget dan meningkatkan efektivitas iklan Anda.
- Analisis data: Analisis data yang diperoleh dari iklan Anda seperti tingkat klik, engagement, dll, akan membantu Anda mengetahui bagaimana iklan Anda berjalan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas iklan Anda.

- Monitor iklan secara teratur: Monitor iklan Anda secara teratur untuk mengetahui bagaimana iklan Anda berjalan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas iklan Anda.
- Optimalkan iklan secara berkala: Optimalkan iklan Anda secara berkala dengan mengubah target audiens, jenis iklan, dan lainnya, dan menganalisis hasil iklan melalui laporan yang disediakan oleh Facebook Ads. Ini akan membantu Anda meningkatkan efektivitas iklan Anda dan mencapai tujuan iklan Anda.
- Pemantauan kinerja iklan: Pemantauan kinerja iklan secara teratur akan membantu Anda mengetahui bagaimana iklan Anda berjalan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas iklan Anda.

**cara  
menggunakan A/B  
testing untuk  
menguji variasi  
iklan dan  
meningkatkan  
performa iklan.**

A/B testing adalah metode yang digunakan untuk menguji variasi dari iklan dan menentukan variasi mana yang paling efektif. Ini dapat digunakan untuk meningkatkan performa iklan dengan menentukan variasi iklan yang paling efektif.

Berikut ini adalah cara menggunakan A/B testing untuk menguji variasi iklan dan meningkatkan performa iklan:

- Buat variasi iklan: Buat beberapa variasi iklan yang berbeda, misalnya variasi yang berbeda dalam judul, gambar, atau teks iklan.
- Tentukan kriteria sukses: Tentukan kriteria sukses iklan, seperti tingkat klik, tingkat konversi, atau tingkat engagement.
- Uji variasi iklan: Uji variasi iklan Anda dengan menampilkan iklan yang berbeda kepada audiens yang sama dan mengukur kinerja variasi iklan tersebut berdasarkan kriteria sukses yang telah ditentukan.



- Analisis data: Analisis data yang diperoleh dari uji coba A/B dan bandingkan kinerja variasi iklan yang berbeda.
- Pilih variasi iklan yang paling efektif: Pilih variasi iklan yang paling efektif berdasarkan hasil uji coba A/B dan gunakan variasi tersebut untuk iklan Anda.
- Lanjutkan uji coba A/B: Lanjutkan uji coba A/B secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.
- Monitor hasil: Monitor hasil dari iklan yang digunakan secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh. Ini akan membantu Anda menjaga performa iklan Anda tetap optimal dan meningkatkan ROI dari iklan Anda.

**cara  
menggunakan  
remarketing untuk  
menjangkau  
audiens yang  
sudah pernah  
melihat iklan Anda  
sebelumnya.**

Remarketing adalah teknik yang digunakan untuk menjangkau audiens yang sudah pernah melihat iklan Anda sebelumnya dengan menayangkan iklan yang sama atau berbeda kepada mereka. Ini dapat digunakan untuk meningkatkan tingkat konversi dan meningkatkan efektivitas iklan Anda.

Berikut ini adalah cara menggunakan remarketing untuk menjangkau audiens yang sudah pernah melihat iklan Anda sebelumnya:

- **Buat daftar audiens:** Buat daftar audiens yang terdiri dari orang-orang yang sudah pernah melihat iklan Anda sebelumnya.
- **Buat iklan remarketing:** Buat iklan remarketing yang sesuai dengan daftar audiens yang sudah dibuat.
- **Tentukan target audiens:** Tentukan target audiens yang akan ditujukan untuk iklan remarketing Anda, seperti orang-orang yang sudah pernah melihat iklan Anda sebelumnya.

- Pasang iklan remarketing: Pasang iklan remarketing Anda di Facebook Ads dan tentukan jangka waktu iklan.
- Analisis data: Analisis data dari iklan remarketing Anda untuk mengetahui bagaimana iklan Anda berjalan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas iklan Anda.
- Optimalkan iklan remarketing: Optimalkan iklan remarketing Anda secara berkala dengan mengubah target audiens, jenis iklan, dan lainnya, dan menganalisis hasil iklan melalui laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- Monitor hasil: Monitor hasil dari iklan remarketing Anda secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.

**cara menganalisa  
performa iklan,  
termasuk cara  
mengukur tingkat  
klik, tingkat  
konversi, dan  
tingkat ROI.**

Analisis performa iklan adalah proses untuk mengukur efektivitas iklan Anda dan mengevaluasi hasil yang diperoleh dari iklan Anda

Berikut ini adalah cara menganalisa performa iklan, termasuk cara mengukur tingkat klik, tingkat konversi, dan tingkat ROI:

- **Tingkat klik (CTR):** Tingkat klik (CTR) adalah jumlah klik yang diperoleh dari iklan dibagi dengan jumlah tampilan iklan. Ini menunjukkan seberapa efektif iklan Anda dalam menarik perhatian audiens. Anda dapat mengukur CTR dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- **Tingkat konversi:** Tingkat konversi adalah jumlah konversi yang diperoleh dari iklan dibagi dengan jumlah klik iklan. Ini menunjukkan seberapa efektif iklan Anda dalam mengubah audiens menjadi pelanggan. Anda dapat mengukur tingkat konversi dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.

- **Tingkat ROI (Return on Investment):** Tingkat ROI adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dari iklan dibagi dengan jumlah dana yang dikeluarkan untuk iklan. Ini menunjukkan seberapa efektif iklan Anda dalam menghasilkan keuntungan. Anda dapat mengukur tingkat ROI dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- **Monitor hasil:** Monitor hasil dari iklan secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.
- **Analisis data:** Analisis data dari iklan Anda untuk mengetahui bagaimana iklan Anda berjalan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas iklan Anda.

# Menggunakan Fitur Tambahan





# Menggunakan iklan video:

Iklan video di Facebook adalah salah satu jenis iklan yang dapat digunakan untuk meningkatkan tingkat engagemen dan meningkatkan efektivitas iklan Anda.

Berikut ini adalah cara menggunakan iklan video di Facebook, termasuk tips dan trik untuk meningkatkan tingkat engagemen:

- **Buat video iklan yang menarik:** Buat video iklan yang menarik dan informatif, yang dapat mengambil perhatian audiens dan memberikan informasi yang mereka butuhkan.
- **Tentukan target audiens:** Tentukan target audiens yang akan ditujukan untuk iklan video Anda, seperti orang-orang yang berminat dalam produk atau jasa yang Anda tawarkan.
- **Pasang iklan video:** Pasang iklan video Anda di Facebook Ads dan tentukan jangka waktu iklan.

- Optimalkan iklan video: Optimalkan iklan video Anda dengan mengubah target audiens, jenis iklan, dan lainnya, dan menganalisis hasil iklan melalui laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- Monitor hasil: Monitor hasil dari iklan video Anda secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.
- Gunakan subtitel : Buat subtitel pada video iklan anda, karena ini akan membantu audiens yang tidak memiliki volume atau yang menonton video tanpa suara.
- Buat video yang interaktif: Buat video yang interaktif dengan mengajak audiens untuk bertindak setelah menonton video, seperti klik link atau membeli produk.
- Membuat video yang pendek :  
Membuat video yang pendek , karena video yang pendek akan lebih mudah untuk diingat dan lebih cepat untuk ditonton.

# Menggunakan iklan carousel:

Iklan carousel di Facebook adalah salah satu jenis iklan yang dapat digunakan untuk meningkatkan tingkat engagemen dan meningkatkan efektivitas iklan Anda.

Berikut ini adalah cara menggunakan iklan carousel di Facebook, termasuk tips dan trik untuk meningkatkan tingkat engagemen:

- **Buat kreatif iklan yang menarik:** Buat kreatif iklan yang menarik dan informatif, yang dapat mengambil perhatian audiens dan memberikan informasi yang mereka butuhkan.
- **Tentukan target audiens:** Tentukan target audiens yang akan ditujukan untuk iklan carousel Anda, seperti orang-orang yang berminat dalam produk atau jasa yang Anda tawarkan.
- **Pasang iklan carousel:** Pasang iklan carousel Anda di Facebook Ads dan tentukan jangka waktu iklan.

- Optimalkan iklan carousel: Optimalkan iklan carousel Anda dengan mengubah target audiens, jenis iklan, dan lainnya, dan menganalisis hasil iklan melalui laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- Monitor hasil: Monitor hasil dari iklan carousel Anda secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.
- Gunakan gambar yang menarik : gunakan gambar yang menarik dan berkualitas tinggi pada setiap slide dari iklan carousel anda, untuk membuat iklan anda lebih menarik
- Buat konten yang konsisten: Buat konten yang konsisten di setiap slide iklan carousel anda, agar audiens dapat mengerti maksud dari iklan anda dan memudahkan mereka untuk mengingat iklan anda
- Buat call to action: Buat call to action pada setiap slide iklan carousel anda, agar audiens tahu tindakan apa yang harus dilakukan setelah melihat iklan anda.

# Facebook Analytics

Mengukur performa iklan sangat penting untuk mengetahui seberapa efektif iklan Anda dalam mencapai tujuan bisnis Anda dan mengevaluasi hasil yang diperoleh.

Berikut ini adalah cara mengukur performa iklan, termasuk cara mengukur tingkat klik, tingkat konversi, dan tingkat ROI:

- **Tingkat klik (CTR):** Tingkat klik (CTR) adalah jumlah klik yang diperoleh dari iklan dibagi dengan jumlah tampilan iklan. Ini menunjukkan seberapa efektif iklan Anda dalam menarik perhatian audiens. Anda dapat mengukur CTR dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- **Tingkat konversi:** Tingkat konversi adalah jumlah konversi yang diperoleh dari iklan dibagi dengan jumlah klik iklan. Ini menunjukkan seberapa efektif iklan Anda dalam mengubah audiens menjadi pelanggan. Anda dapat mengukur tingkat konversi dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.

- **Tingkat ROI (Return on Investment):** Tingkat ROI adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dari iklan dibagi dengan jumlah dana yang dikeluarkan untuk iklan. Ini menunjukkan seberapa efektif iklan Anda dalam menghasilkan keuntungan. Anda dapat mengukur tingkat ROI dengan menggunakan laporan yang disediakan oleh Facebook Ads.
- **Monitor hasil:** Monitor hasil dari iklan secara berkala untuk mengevaluasi performa iklan Anda dan membuat perubahan sesuai dengan hasil yang diperoleh.
- **Analisis data:** Analisis data dari iklan Anda untuk mengetahui bagaimana iklan Anda berjalan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas iklan Anda.

# Menganalisa data audiens

Analisis data audiens adalah proses untuk mengetahui profil demografi, minat, dan perilaku audiens Anda. Ini dapat membantu Anda dalam meningkatkan relevansi iklan Anda dan meningkatkan efektivitas iklan Anda.

Berikut ini adalah cara untuk menganalisa data audiens, termasuk cara mengetahui demografi, minat, dan perilaku audiens:

- **Demografi:** Demografi adalah informasi tentang karakteristik fisik dan sosial dari audiens, seperti usia, jenis kelamin, lokasi, pendidikan, dan lainnya. Facebook Ads menyediakan laporan demografi yang dapat Anda gunakan untuk mengetahui profil demografi audiens Anda.
- **Minat:** Minat adalah informasi tentang hobi, kegiatan, dan produk yang disukai oleh audiens. Facebook Ads menyediakan laporan minat yang dapat Anda gunakan untuk mengetahui profil minat audiens Anda.

- **Perilaku:** Perilaku adalah informasi tentang aktivitas yang dilakukan oleh audiens, seperti frekuensi belanja, jenis produk yang dibeli, dan lainnya. Facebook Ads menyediakan laporan perilaku yang dapat Anda gunakan untuk mengetahui profil perilaku audiens Anda.
- **Monitor audiens:** Monitor audiens anda secara berkala dengan menggunakan data yang diterima dari Facebook Ads.
- **Buat kelompok audiens:** Buat kelompok audiens berdasarkan data yang diperoleh dari analisis data audiens anda, agar anda dapat membuat iklan yang lebih relevan dan efektif.



# Menentukan arah strategi pemasaran

Menentukan arah strategi pemasaran berdasarkan data yang didapat dari analisis performa iklan dan data audiens adalah proses yang penting dalam meningkatkan efektivitas iklan dan mencapai tujuan bisnis Anda.

Berikut ini adalah cara untuk menentukan arah strategi pemasaran berdasarkan data yang didapat dari analisis performa iklan dan data audiens:

- Identifikasi tujuan pemasaran:  
Identifikasikan tujuan pemasaran Anda, seperti meningkatkan brand awareness, meningkatkan penjualan, atau meningkatkan tingkat konversi. Ini akan menjadi dasar dari strategi pemasaran Anda.

- Analisis data performa iklan: Analisis data performa iklan Anda, termasuk tingkat klik, tingkat konversi, dan tingkat ROI. Identifikasi iklan yang paling efektif dan iklan yang kurang efektif. Dari sini anda dapat mengetahui bagaimana iklan anda diperlakukan oleh audiens anda.
- Analisis data audiens: Analisis data audiens Anda, termasuk demografi, minat, dan perilaku. Identifikasi audiens yang paling efektif untuk mencapai tujuan pemasaran Anda. Dari sini anda dapat mengetahui bagaimana audiens anda merespon iklan anda.
- Buat strategi pemasaran: Buat strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan pemasaran Anda dan data yang didapat dari analisis performa iklan dan data audiens. Misalnya anda dapat mengubah jenis iklan yang digunakan, atau mengubah target audiens, atau membuat iklan yang lebih menarik dan personal.

- Implementasi dan evaluasi:  
Implementasikan strategi pemasaran dan evaluasi hasilnya. Jika hasil tidak sesuai dengan yang diharapkan, buat perubahan pada strategi pemasaran dan coba lagi.
- Optimalkan iklan dan strategi pemasaran: Optimalkan iklan dan strategi pemasaran anda dengan mengambil data dari analisis performa iklan dan data audiens yang baru. Ini akan membantu Anda meningkatkan efektivitas iklan dan mencapai tujuan pemasaran Anda. Jangan ragu untuk mengubah dan menyesuaikan strategi pemasaran Anda sesuai dengan hasil yang didapat dari analisis performa iklan dan data audiens.
- Monitor hasil: Monitor hasil dari strategi pemasaran Anda secara berkala untuk mengevaluasi performa dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran Anda. Ini akan membantu anda mengetahui apakah strategi pemasaran anda sudah sesuai dengan tujuan yang anda harapkan atau tidak.

# Kesimpulan



Facebook Ads adalah salah satu platform iklan online yang paling populer di dunia dan memberikan berbagai manfaat bagi bisnis.

Berikut ini adalah ringkasan manfaat menggunakan Facebook Ads bagi bisnis:

- Mencapai audiens yang spesifik: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens yang spesifik berdasarkan demografi, minat, dan perilaku.
- Meningkatkan brand awareness: Facebook Ads dapat digunakan untuk meningkatkan brand awareness dengan menampilkan iklan yang menarik dan relevant pada audiens yang tepat.
- Meningkatkan penjualan: Facebook Ads dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dengan mengarahkan audiens yang tertarget ke halaman produk atau situs e-commerce.

- Mengoptimalkan ROI: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk mengoptimalkan ROI dengan menargetkan audiens yang tepat dan mengukur performa iklan dengan tepat.
- remarketing: Facebook Ads juga memungkinkan bisnis untuk melakukan remarketing yaitu menjangkau kembali audiens yang sudah pernah melihat iklan sebelumnya
- Mengukur performa iklan: Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk mengukur performa iklan dengan tepat, termasuk tingkat klik, tingkat konversi, dan tingkat ROI.
- Analisis data audiens : Facebook Ads memungkinkan bisnis untuk menganalisis data audiens, termasuk demografi, minat, dan perilaku, untuk meningkatkan relevansi iklan dan efektivitas pemasaran.

# Bonus



# tips dan trik untuk meningkatkan performa iklan.

Berikut adalah beberapa tips dan trik yang dapat digunakan untuk meningkatkan performa iklan pada Facebook Ads:

- Targeting audiens yang tepat: pastikan untuk menargetkan audiens yang tepat dengan menggunakan kriteria demografi, minat, dan perilaku. Ini akan membantu Anda mencapai audiens yang paling mungkin tertarik dengan produk atau layanan Anda.
- Kreativitas iklan: Buat iklan yang menarik dan relevant dengan menggunakan gambar atau video yang atraktif dan konten yang berkualitas. Iklan yang menarik lebih mungkin untuk diklik dan dilihat oleh audiens.



- A/B testing: Uji variasi iklan dengan menggunakan A/B testing untuk menemukan iklan yang paling efektif. Ini akan membantu Anda mengetahui apa yang bekerja dan apa yang tidak bekerja dalam iklan Anda.
- Pemilihan kata kunci: Pilih kata kunci yang tepat untuk iklan Anda untuk meningkatkan relevansi iklan dengan audiens yang ditargetkan. Ini akan memastikan bahwa iklan Anda ditampilkan pada halaman yang sesuai dengan minat audiens Anda.
- Budget iklan: Atur budget iklan dengan bijak untuk memastikan bahwa iklan Anda dilihat oleh audiens yang tepat tanpa menguras anggaran. Ini akan membantu Anda memaksimalkan pengeluaran iklan Anda.
- Analisis performa iklan: Analisis performa iklan secara berkala untuk mengevaluasi efektivitas iklan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan performa iklan. Ini akan membantu Anda mengetahui apa yang bekerja dan apa yang tidak bekerja dalam iklan Anda.

- Optimalkan iklan: Optimalkan iklan anda berdasarkan data yang didapat dari analisis performa iklan. Misalnya anda dapat mengubah targeting audiens, konten, atau jenis iklan.
- Analisis data audiens: Analisis data audiens Anda, termasuk demografi, minat, dan perilaku untuk meningkatkan relevansi iklan dan efektivitas pemasaran. Ini akan membantu Anda mengetahui audiens Anda dan menyesuaikan iklan Anda untuk sasaran yang lebih efektif.
- Remarketing: gunakan remarketing untuk menjangkau kembali audiens yang sudah pernah melihat iklan Anda sebelumnya. Ini akan membantu Anda meningkatkan tingkat konversi dan meningkatkan tingkat ROI.
- menggunakan jenis iklan yang tepat: gunakan jenis iklan seperti video dan carousel ads yang menarik dan meningkatkan engagemen audiens. Ini akan membantu Anda meningkatkan tingkat klik dan meningkatkan tingkat konversi.



**Tidak begitu sulit, kan?  
Jadi, manfaatkan fitur  
ini dengan baik agar  
bisnismu terus  
berkembang.**

# Disclaimer :

Harap dicatat bahwa hasil yang diperoleh mungkin berbeda untuk setiap individu dan kami tidak dapat menjamin hasil tertentu.



**Selamat mencoba,  
salam sukses  
online!**