

ABSTRAK

STRATEGI PERIKLANAN DALAM FACEBOOK *ADVERTISING* (Studi Kasus Pada Agensi Digital Seven Ads Dalam Membangun Citra Merek Mpl Supplements)

Oleh

GHYLBERT BINSAR CHRISTIAN SITUMORANG

FacebookAds merupakan salah satu iklan daring berbayar (*paid online ads*) yang digunakan SevenAds untuk melakukan kegiatan periklanan di jejaring sosial Facebook dan Instagram yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan layanan melalui publikasi atau iklan teks, gambar, atau video. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi periklanan menggunakan saluran Facebook *Advertising* untuk membangun citra merek suatu perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara, dan observasi. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan bahwa MPL Supplements adalah sebuah UMKM yang menjual produk suplemen kesehatan, menggunakan layanan digital marketing MPL Supplementns untuk membangun citra merek produknya sebagai produk untuk keluarga yang bisa digunakan oleh semua kalangan umur. Seven Ads untuk memberikan layanan digital marketing-nya menggunakan saluran Facebook Ads, yaitu saluran periklanan digital yang menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sebagai media penayangnya. Dalam implementasi strategi periklanannya, Seven Ads menggunakan tiga tujuan kampanye (*campaign objective*) yang disediakan oleh Facebook Ads untuk membuat kampanye iklan, yaitu *Brand Awareness*, *engagement*, dan *traffic*. Pemilihan tujuan kampanye ini paralel dengan Teori A-T-R yang menyatakan bahwa dalam periklanan, audiens harus melalui beberapa tahapan dari mengenal produk (*Awareness*), mencoba produk (*Trial*), dan melakukan aksi berdasarkan tujuan kegiatan periklanan (*Reinforcement*).

Kata Kunci: Agensi Digital Seven Ads, Strategi Periklanan, *Facebook Ads*.

ABSTRACT

ADVERTISING STRATEGY IN FACEBOOK ADVERTISING (Case Study On Seven Ads Digital Agency In Building MPL Supplements' Brand Image)

By

GHYLBERT BINSAR CHRISTIAN SITUMORANG

FacebookAds is one of the paid online ads used by SevenAds to carry out advertising activities on the social networks Facebook and Instagram which aims to promote products and services through text, image or video publications or advertisements. The purpose of this study is to determine the advertising strategy using the Facebook Advertising channel to build a company's brand image. The research method used in this study is a qualitative descriptive method. Sources of data in this study are primary and secondary data. Data collection techniques using documentation, interviews, and observation methods. After the data is collected then analyzed to get a conclusion. Based on the research results, it was found that MPL Supplements is an MSME that sells health supplement products, uses MPL Supplements digital marketing services to build the brand image of its products as products for families that can be used by all ages. Seven Ads to provide its digital marketing services uses the Facebook Ads channel, which is a digital advertising channel that uses Facebook and Instagram social media as its broadcast media. In implementing its advertising strategy, Seven Ads uses three campaign objectives provided by Facebook Ads to create advertising campaigns, namely Brand Awareness, engagement and traffic. The selection of campaign objectives is parallel to the A-T-R Theory which states that in advertising, the audience must go through several stages from getting to know the product (Awareness), trying the product (Trial), and taking action based on the objectives of the advertising activity (Reinforcement).

Keywords: *Seven Ads Digital Agency, Advertising Strategy, Facebook Ads*