

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya kemajuan teknologi saat ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk kegiatan social online saja, tetapi juga digunakan banyak orang sebagai branding suatu produk atau jasa. Sebagai salah satu contohnya media social bisa digunakan untuk mengiklankan produk atau jasa yang kita punya. Semakin banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, ini tentu saja menjadi peluang emas untuk pelaku usaha atau wirausaha yang ada di Indonesia untuk mengenalkan produk mereka secara luas kepada masyarakat. Salah satu media social yang banyak digunakan adalah Facebook.

Facebook Ads adalah fitur yang ditawarkan oleh Facebook untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu Fan Page dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut. Iklan pada facebook ads akan ditampilkan melalui aplikasi atau website Facebook. Sarana iklan dapat berupa iklan banner, iklan post, iklan video, iklan carousel, dll. Facebook ads sangat populer karena biaya iklan yang murah dan dapat menjangkau audience yang lebih tertarget. Salah satunya kita bisa memilih sendiri target audiencenya melalui dari letak geografis, umur, jenis kelamin, dan kesukaan.

Widyaloka wisata merupakan perusahaan yang bergerak pada usaha rental mobil dan paket wisata tour yang di dirikan pada tahun 2013 dan bertempat di yogyakarta. Sebagai sarana promosi, perusahaan menggunakan website www.widyalokawisata.com yang digunakan untuk menawarkan berbagai paket kebutuhan rental mobil dan wisata tour. Widyaloka wisata mempunyai visi untuk menjadi jasa rental mobil dan wisata tour yang terdepan di Yogyakarta dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen.

Oleh karena itu, melihat berbagai peluang diatas maka perlu dilakukan sebuah strategi pengembangan pemasaran untuk meningkatkan daya jual dan branding pada Widyaloka wisata dengan melakukan Analisis dan implementasi Teknik facebook ads untuk meningkatkan branding dan penjualan pada website www.widyalokawisata.com. Penggunaan iklan menggunakan facebook ads sangat penting peranannya untuk meningkatkan dan mempercepat branding suatu website agar dapat dilihat banyak audience dan terkesan lebih profesional.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana melakukan Analisis dan implementasi Teknik facebook ads untuk meningkatkan branding dan penjualan pada website www.widyelokawisata.com ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Implementasi Teknik facebook ads untuk meningkatkan branding dan penjualan pada website www.widyelokawisata.com.
2. Implementasi Teknik copywriting pada iklan facebook ads.
3. Analisis target audience untuk iklan.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan Analisis dan implementasi Teknik facebook ads untuk meningkatkan branding dan penjualan pada website www.widyelokawisata.com.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, skill, dan Jiwa wirausaha, serta dapat mengaplikasikan apa yang di pelajari dalam perkuliahan SI di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

2. Bagi Perusahaan

Untuk meningkatkan penjualan dan branding pada www.widyelokawisata.com.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode observasi untuk mengumpulkan data dengan mengadakan penelitian dan peninjauan langsung terkait permasalahan yang diambil.

1.6.2 Metode Analisis

Metode Analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Analisis SWOT Analisis SWOT merupakan metode analisis yang tepat untuk penelitian penulis tentang Penerapan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Branding dan Penjualan karena dengan analisis SWOT penulis dapat mengetahui tentang 4 hal yaitu Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman dengan teknik Facebook Ads yang diterapkan.

2. Analisis Kebutuhan Analisis kebutuhan merupakan analisis yang mencakup kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan dalam menerapkan teknik Facebook Ads.

1.6.3 Metode Implementasi

Pada tahap implementasi terdiri dari penggunaan Teknik facebook ads dan analisis target audience untuk iklan pada website *www.widyalokawisata.com*.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis ke dalam 5 bab yang masing-masing bagian bab akan di uraikan sebagai berikut :

1. **BAB I – PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian yang meliputi : Metode pengumpulan data, metode analisis, metode perancangan, metode testing, serta metode implementasi. Dan yang terakhir terdapat sistematika penulisan.

2. **BAB II – LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung masalah yang di definisikan dan di identifikasi.

3. **BAB III – ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Pada bab ini akan membahas tentang identifikasi masalah, analisis dan perancangan iklan serta strategi penerapan teknik facebook ads.

4. **BAB IV – IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas mengenai implementasi terhadap penerapan teknik facebook ads.

5. **BAB V – PENUTUP**

Ini merupakan bab penutup, yang berisi kesimpulan dan saran dari permasalahan yang telah dibahas dalam penelitian ini untuk pengembangan yang lebih lanjut.