

Kampanye Iklan dan Pemasaran Melalui Ads

Cahyani Pratisti, S.Pi., MBA

Tujuan Pembelajaran

1. Memahami konsep dasar kampanye iklan digital (Meta Ads & Google Ads).
2. Menjelaskan metrik utama dalam analitik digital (CPC, CPM, CTR, Conversion).
3. Mendesain kampanye iklan sederhana untuk produk lokal atau UKM.
4. Menganalisis hasil iklan dan membuat refleksi strategi digital marketing.

Tren Iklan Digital di Indonesia

- 88,1% pengguna internet Indonesia aktif di media sosial, 64% di antaranya pernah membeli produk setelah melihat iklan online.
- Rata-rata waktu online harian: 7 jam 42 menit (2 jam di media sosial) (We Are Social & Meltwater, Digital Report, 2025).

Apa Itu Kampanye Iklan Digital?

- Kampanye digital adalah serangkaian aktivitas promosi berbayar di platform online.
- Platform utama: Meta Ads (Facebook, Instagram) dan Google Ads (Search, Display, YouTube).
- Tujuan: *brand awareness, traffic, leads, penjualan.*
- Contoh: promosi '*Catering Sehat Kampus*' atau '*Produk Thrift Store Online*'.

CPC (Cost Per Click)

- Menunjukkan biaya untuk setiap klik pada iklan digital.
- Rumus:
$$\text{CPC} = \text{Total Biaya Iklan} / \text{Jumlah Klik}$$
- Contoh:
Biaya = Rp150.000, Klik = 200
$$\text{CPC} = 150.000 / 200 = \text{Rp}750$$
- Catatan: Semakin rendah CPC → kampanye semakin efisien.

CPM (Cost Per Mille / 1000 Tayangan)

- Biaya untuk setiap 1.000 kali iklan ditampilkan.
- Rumus:
$$\text{CPM} = (\text{Total Biaya Iklan} / \text{Jumlah Tayangan}) \times 1000$$
- Contoh:
Biaya = Rp200.000, Tayangan = 50.000
$$\text{CPM} = (200.000 / 50.000) \times 1000 = \text{Rp}4.000$$
- Catatan: Cocok untuk kampanye *brand awareness*.

CTR dan Conversion Rate

- CTR (Click Through Rate):
Persentase orang yang mengklik iklan dibandingkan yang melihat.
- Rumus:
$$\text{CTR} = (\text{Jumlah Klik} / \text{Jumlah Tayangan}) \times 100\%$$

Contoh: Klik = 250, Tayangan = 10.000 → CTR = 2,5%
- Conversion Rate (CR):
Persentase pengunjung yang melakukan tindakan (beli, daftar, dll).
- Rumus:
$$\text{CR} = (\text{Jumlah Konversi} / \text{Jumlah Klik}) \times 100\%$$

Contoh: Klik = 200, Konversi = 20 → CR = 10%

Langkah-Langkah Membuat Kampanye Meta Ads

1. Masuk ke Meta Ads Manager.
2. Pilih tujuan kampanye (awareness, traffic, engagement).
3. Tentukan target audiens (usia, lokasi, minat).
4. Atur anggaran dan jadwal.
5. Desain konten (gambar/video + teks iklan).
6. Luncurkan dan pantau hasil.

Contoh: Iklan 'Tapis Lampung untuk Gen Z'.

Langkah-Langkah Membuat Kampanye Google Ads

1. Buka ads.google.com.
2. Pilih jenis kampanye: Search atau Display.
3. Tentukan keyword, lokasi, dan budget.
4. Buat headline dan deskripsi iklan.
5. Analisis hasil di dashboard.

Contoh: 'Jasa Foto Wisuda Murah Bandar Lampung' di Google Search.

Panduan Praktikum Kampanye Iklan Digital

1. Pilih produk/jasa lokal (milik sendiri/UKM sekitar kampus).
2. Tentukan platform (Meta atau Google Ads).
3. Rancang materi iklan (headline, teks, visual).
4. Buat target audiens & anggaran simulasi.
5. Hitung estimasi CPC, CPM, CTR.
6. Presentasikan hasil dalam slide 5 halaman.

Refleksi Mahasiswa

- Apa insight yang Anda dapatkan dari simulasi kampanye digital?
- Apa perbedaan Meta Ads dan Google Ads?
- Apa tantangan utama menarik perhatian konsumen online?

"Digital marketing bukan tentang siapa yang berteriak paling keras, tapi siapa yang berbicara paling relevan." — Seth Godin