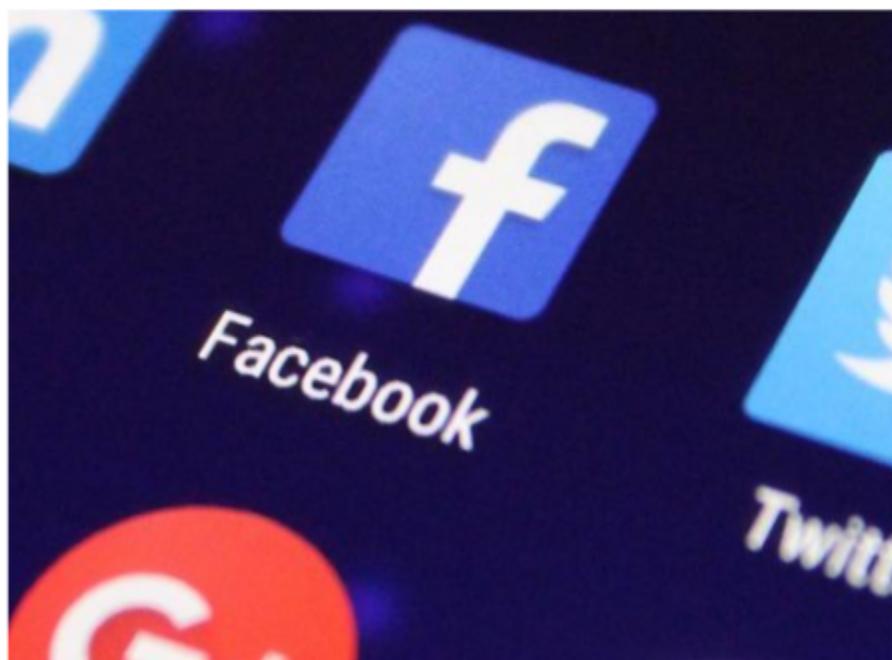


# **7 FITUR ADVANCED FACEBOOK / IG ADS**

**YANG DAPAT MEMBUAT IKLAN ANDA LEBIH EFEKTIF & EFISIEN**



**ADITYA KRISTANTO GOENAWAN**  
**FOUNDER & CEO PAKAR ([pakar.co.id](http://pakar.co.id))**

## INTRODUCTION

Digital Marketing menggunakan Facebook, Instagram dan Google dapat meningkatkan bisnis Anda secara eksponensial.

Tetapi, dikarenakan kompetisi iklan yang semakin ketat (yang menyebabkan harga beriklan di Facebook, Instagram maupun Google semakin mahal), kita harus pintar memanfaatkan pengaturan di dalam iklan kita, sehingga hasilnya efektif & efisien.

---

E-book ini disusun berdasarkan pengalaman saya dan tim me-manage budget Milyaran Rupiah di tahun 2018, di Facebook, Instagram dan Google, dan menghasilkan omset Ratusan Milyaran Rupiah untuk lebih dari 100 perusahaan.

7 Fitur Advanced yang saya bahas di sini sering kami terapkan untuk bisnis-bisnis kami, dan untuk klien-klien yang menggunakan jasa iklan dengan kami, dan mendapatkan hasil yang sangat memuaskan.

Semoga bermanfaat!

Aditya Kristanto Goenawan  
Founder & CEO - PAKAR (<https://pakar.co.id>)

## **FITUR #1: Menggunakan Lebih dari 1 Iklan (Ideal 3-4 Iklan)**

The image shows two side-by-side screenshots of Facebook advertisements for PAKAR. Both ads are sponsored and feature the same text: "Ingin tahu bagaimana cara beriklan di internet? Pelajari caranya bersama CEO PAKAR, Aditya Kristanto Goenawan, dalam workshop Internet Marketing. Melalui workshop selama 1 hari, Anda akan dapat pembelajaran... More". The left ad is a static image with a yellow background, showing a man in a suit and a calendar icon indicating the event date: "Sabtu, 20 Juli 2019 Sanggar Pratiwi Jakarta Pusat". The right ad is a video player showing the same man speaking, with a play button overlay. The right ad also includes a "LEARN MORE" button and the text "Ingin bisnis Anda naik secara luar biasa".

Contoh: 2 iklan yang berbeda untuk menjual produk yang sama (Workshop Internet Marketing):

Facebook & Instagram menjalankan iklannya menggunakan Machine Learning untuk memilih iklan yang terbaik untuk ditampilkan ke target yang telah Anda pilih.

Cara kita untuk membantu Facebook / Instagram, adalah dengan menyediakan lebih dari 1 iklan dengan target yang sama, sehingga mereka memiliki beberapa pilihan.

Ingin belajar lebih banyak mengenai Strategi Digital Marketing di Facebook, Instagram dan Google?

Ingin tahu bagaimana meningkatkan bisnis Anda secara eksponensial seperti yang pernah saya lakukan di puluhan bisnis lainnya?

[Join Workshop Internet Marketing](#) PAKAR

## **FITUR #2: Narrow Audience untuk Targeting Interest**

Interest merupakan hal yang sangat menarik yang dapat ditarget di Facebook / Instagram Ads.

### Contoh:

Kita bisa men-target orang-orang yang menyukai “Sanken” untuk menjual produk-produk elektronik kita.

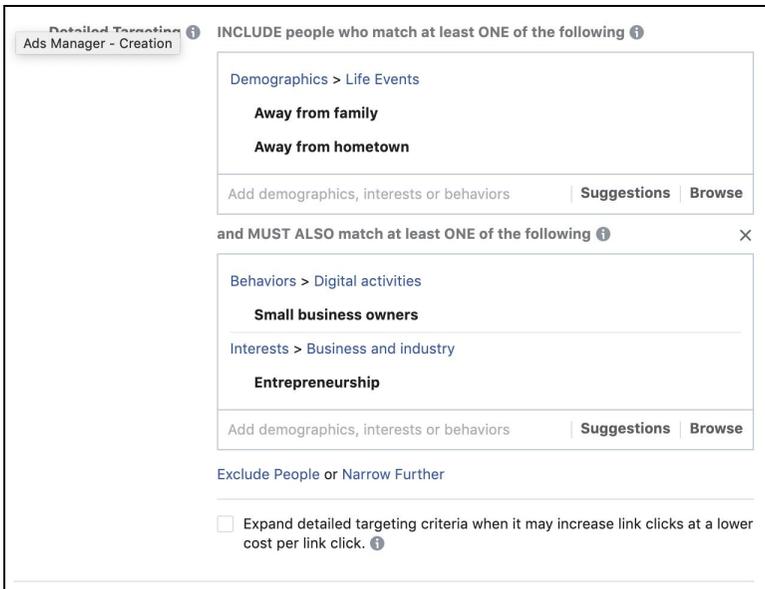
Tetapi, interest kadang bisa kurang tepat, di mana orang yang menyukai “Sanken” belum tentu benar-benar menyukai Sanken di kehidupan nyata. Karena menyukai dalam konteks Facebook / Instagram, bisa berarti dia hanya me-LIKE postingan, atau mem-VISIT website yang berhubungan dengan Sanken.

Contoh lain: bisa juga terjadi error ketika user input. Seperti kita bisa men-target orang-orang dengan Job Title “Director”, padahal user bisa saja meng-claim dirinya sebagai “Director” di PT. Pencari Cinta Sejati.

Salah satu cara untuk membuat iklan Anda lebih tertarget adalah menggunakan fitur Narrow Audience. Fitur Narrow Audience berarti Anda ingin mentarget orang yang menyukai salah satu dari A, dan salah satu dari B.

Ingin tahu lebih banyak cara membuat iklan di Facebook & Instagram Anda lebih Efektif?

[Join Workshop Internet Marketing](#) PAKAR



Contoh:

Ilustrasi men-target orang-orang yang:

- Away from Family / Away from Hometown  
--- tetapi mereka juga harus suka salah satu dari ---
- Small Business Owner / Entrepreneurship

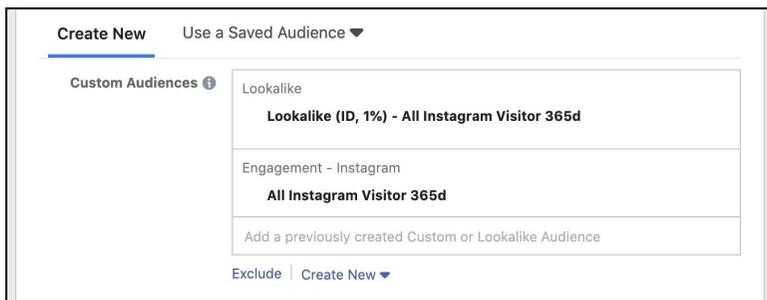
### **FITUR #3: Custom Audience / Pemirsa Khusus apabila Memungkinkan**

Dibanding bergantung kepada Interest yang belum tentu tepat, kami jauh lebih menganjurkan untuk menggunakan Custom Audience / Pemirsa Khusus.

Contoh targeting yang bisa dipilih menggunakan Custom Audience / Pemirsa Khusus adalah:

- Visitor Website Anda
- Visitor Instagram Anda
- Visitor Lead Form Anda
- Visitor Instant Experience Anda
- Database Customer Anda

Dengan men-target orang-orang yang sudah pernah bersinggungan dengan Anda, Anda akan mendapatkan orang-orang yang jauh lebih relevan dan lebih tepat dibandingkan Anda menggunakan hanya Interest sebagai targeting.



Contoh: mentarget orang-orang yang sudah mengunjungi Instagram @pakar.id selama 365 hari terakhir. Dan Lookalike (orang-orang yang mirip) dengan visitor Instagram @pakar.id selama 365 hari terakhir tersebut.

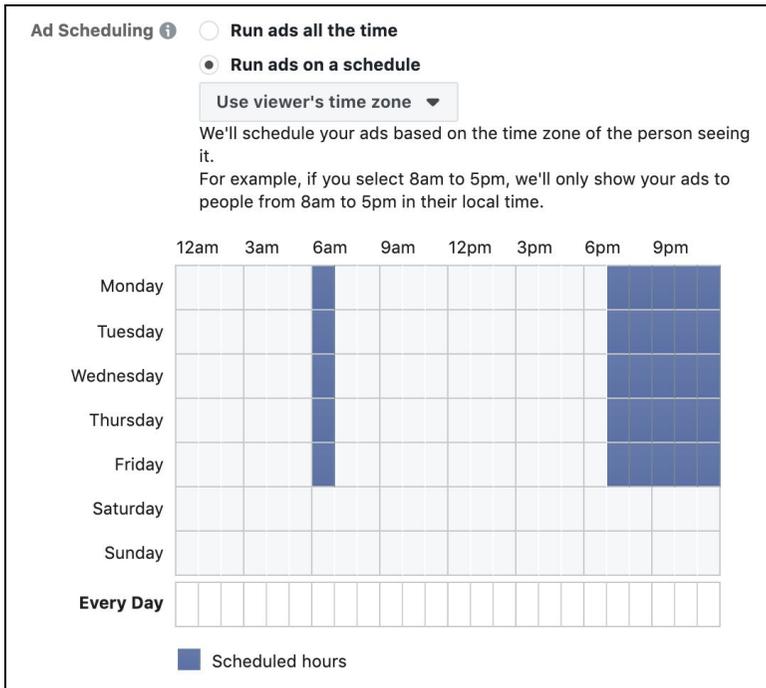
Selain Facebook & Instagram, Google dapat Anda manfaatkan untuk meningkatkan Bisnis Anda?

Dan di beberapa industri, iklan di Google jauh lebih efektif dan efisien dibandingkan iklan di Facebook & Instagram.

Ingin tahu lebih lanjut?

[Join Workshop Internet Marketing](#) PAKAR

#### **FITUR #4: Gunakan Scheduling Apabila Anda Tahu Persis Jam Dimana Target Pasar Anda Me-Respon**



Ilustrasi menggunakan schedule di dalam Facebook / instagram Ads. Di sini iklan akan menyala setiap jam 6-7 pagi, dan 19-24 malam.

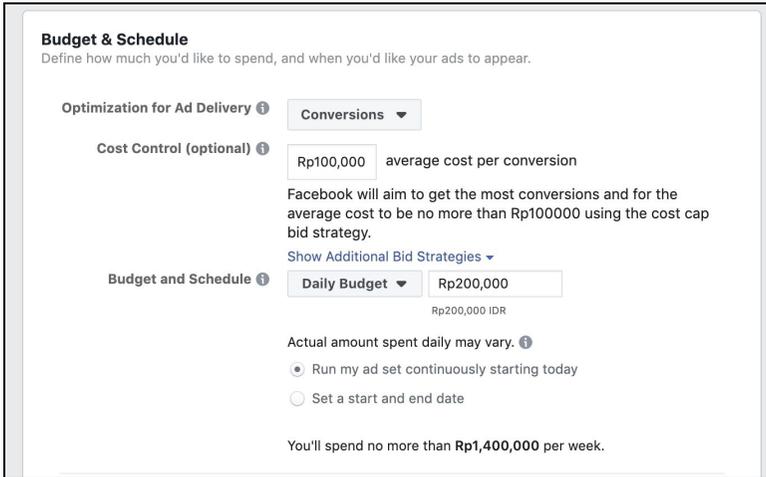
Best practice nya adalah dengan membuat iklan terlebih dahulu yang menyala 24 jam, kemudian menganalisa lebih lanjut kapan target pasar Anda lebih me-respon terhadap iklan Anda.

Selain scheduling, ada fitur lain bernama Campaign Budget Optimization yang bisa Anda gunakan untuk meng-efisiensikan iklan Facebook & Instagram Anda.

Ingin tahu lebih lanjut?

[Join Workshop Internet Marketing](#) PAKAR

## **FITUR #5: Cost Control / Manual Bid untuk Lebih Mengontrol Pengeluaran Iklan Anda**



**Budget & Schedule**  
Define how much you'd like to spend, and when you'd like your ads to appear.

Optimization for Ad Delivery ⓘ **Conversions** ▼

Cost Control (optional) ⓘ  average cost per conversion

Facebook will aim to get the most conversions and for the average cost to be no more than Rp100000 using the cost cap bid strategy.

Show Additional Bid Strategies ▼

Budget and Schedule ⓘ **Daily Budget** ▼   
Rp200,000 IDR

Actual amount spent daily may vary. ⓘ

Run my ad set continuously starting today

Set a start and end date

You'll spend no more than **Rp1,400,000** per week.

Contoh ilustrasi menggunakan Cost Control Rp 100.000,- / conversion. Artinya kita memberitahu Facebook / Instagram untuk mengejar orang-orang yang dapat memberikan Conversion di bawah Rp 100.000,-

Artinya, kita tidak akan mengejar orang-orang yang sedang dikejar oleh terlalu banyak advertiser (baca: mahal), dan kita akan mendapatkan calon customer dengan harga murah.

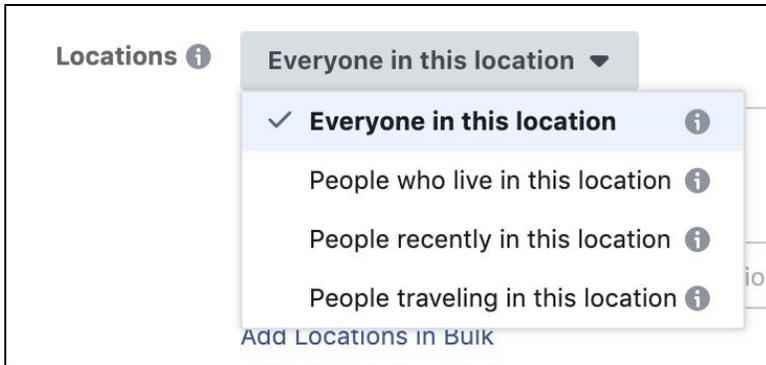
Pelajari jumlah cost-control / manual bid yang tepat dari data historical Anda, karena cost-control yang terlalu kecil akan membuat iklan Anda tidak berjalan.

Ingin tahu lebih detail strategi Manual Bidding untuk Iklan Facebook & Instagram Anda.

[Join Workshop Internet Marketing](#) PAKAR

## **FITUR #6: Locations Options**

Banyak yang melupakan opsi satu ini. Ketika Anda memilih lokasi target Facebook / Instagram Ads Anda, Anda akan diminta untuk memilih, apa yang Anda maksud dengan Locations yang Anda pilih.



Berikut adalah tabel nya (asumsi target lokasi adalah Jakarta):

<b>Audience</b>	Tinggal di Jakarta	Tinggal di Jakarta	Tinggal di Surabaya	Tinggal di Bogor
	Sedang di Jakarta	Sedang di Surabaya	Sedang di Jakarta	Sedang di Jakarta
Everyone	KENA	KENA	KENA	KENA
People who live	KENA	KENA	TIDAK KENA	TIDAK KENA
People recently	KENA	TIDAK KENA	KENA	TIDAK KENA
People travelling	TIDAK KENA	TIDAK KENA	KENA	TIDAK KENA

Biasanya kita akan menggunakan People who live, kecuali ada kebutuhan lainnya.

## **FITUR #7: Mentarget Mobile Device dengan OS Version Tertentu**



The screenshot shows the 'Specific Mobile Devices & Operating Systems' targeting section. It includes a dropdown for 'Android Devices Only', a list of 'Included Devices' (Android Smartphones and Android Tablets), a search bar for device names, and 'OS Versions' settings with a minimum of '9.0 Pie' and a maximum of 'None'. There is also an unchecked checkbox for 'Only when connected to Wi-Fi'.

Untuk memfilter orang-orang yang lebih affluent (kelas menengah ke atas), salah satu cara yang bisa Anda manfaatkan adalah dengan men-target orang-orang yang memiliki HP lebih baru (misalkan: dengan memfilter versi OS Android).

Ingin dapat konsultasi gratis selama 6 bulan dengan saya dan Expert-Expert Digital Marketing dari Tim PAKAR?

[Join Workshop Internet Marketing](#) PAKAR