

Abstract

During the Covid-19 pandemic, all communication activities and from the economic sector take advantage of the internet. This is in line with various companies that take part in selling and promoting their products on social media. One of the companies that took part in working on digital marketing Facebook Ads, from the fashion product brand, Wearmoura. This study intends to determine the use of Facebook ads in increasing sales of Wearmoura fashion products during the pandemic in 2021. The research method used is qualitative with the stages of interview, observation and documentation. This research uses a marketing communication theory approach presented by Philip Kotler and Kevin Keller. In the study, it was found that the increase in sales of Wearmoura products using Facebook Ads with various campaign stages accompanied by analyzing ad traffic data, ad optimization, and scalling budget.

Keywords : Wearmoura, Social Media, Digital Marketing, Facebook Ads

Abstrak

Di masa pandemi Covid-19 segala aktivitas komunikasi maupun dari sector ekonomi, memanfaatkan adanya internet. Hal tersebut sejalan dengan berbagai perusahaan yang banyak berkiprah menjual dan mempromosikan produknya di media sosial. Salah satu perusahaan yang ikut andil dalam menggarap digital marketing Facebook Ads, dari brand produk fashion yaitu Wearmoura. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui penggunaan facebook ads dalam meningkatkan penjualan produk fashion Wearmoura di masa pandemi tahun 2021. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan tahap wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori komunikasi pemasaran yang dipaparkan oleh Philip Kotler dan Kevin Keller. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa peningkatan penjualan produk Wearmoura menggunakan Facebook Ads dengan berbagai tahap campaign yang disertai dengan menganalisa data trafik iklan, optimasi iklan, dan scalling budget.

Keywords : Wearmoura, Social Media, Digital Marketing, Facebook Ads