

ABSTRAK

Dalam menentukan minat calon konsumen di *Facebook*, selama ini belum ada alat bantu dan dasar tolak ukur sebagai indikator yang bisa dijadikan acuan bagi mereka untuk menentukan target pemasangan iklan secara *online*. Belum juga ditemukan adanya alat bantu berupa perangkat lunak berupa sistem penunjang keputusan yang dapat membantu para pelaku bisnis untuk mengolah data dan mengambil keputusan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat perangkat lunak sistem pendukung keputusan penentuan iklan *Facebook ads* menggunakan metode SAW, dengan 6 kriteria yaitu Halaman disukai, *Like*, *Comment*, Dibagikan, Iklan ditebus, Iklan diklik.

Hasil perhitungan dengan menggunakan sistem maupun yang telah dihitung manual menunjukkan bahwa rekreasi menjadi minat terbaik karena berdasarkan dengan nilai sebesar 14.60, dengan prosentase kesesuaian 100%, Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa minat Rekreasi dapat dijadikan sebagai alternatif utama yang direkomendasikan untuk pemasangan iklan pada *Facebook ads*. Sehingga sistem yang dirancang dapat digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan.

Kata Kunci : *Facebook Adds*, *Simple Additive Weighting (SAW)*, *Sistem Pendukung Keputusan*.

