EFEKTIVITAS FACEBOOK ADS SEBAGAI MEDIA IKLAN PRODUK DI PT ETHOS KREATIF INDONESIA BERDASARKAN KONSEP ADVERTISING BALANCE SCORECARD (ABSC)

SKRIPSI
Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Strata Satu Program Studi Informatika

MUHAMMAD TABSHIR CAHYA UTAMA
18552011016

PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP
2025

EFEKTIVITAS FACEBOOK ADS SEBAGAI MEDIA IKLAN PRODUK DI PT ETHOS KREATIF INDONESIA BERDASARKAN KONSEP ADVERTISING BALANCE SCORECARD (ABSC)

SKRIPSI
Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan gelar Strata Satu Program Studi Informatika

MUHAMMAD TABSHIR CAHYA UTAMA
18552011016

PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI
CILACAP
2025

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa penulisan skripsi dengan judul "Efektivitas Facebook Ads Sebagai Media Iklan Produk di PT Ethos Kreatif Indonesia Berdasarkan Konsep Advertising Balance Scorecard (ABSC)" adalah hasil karya saya dengan arahan dari pembimbing dan belum diajukan kepada pihak manapun. Sumber informasi yang dikutip dalam skripsi ini telah dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. Apabila di kemudian hari terdapat ketidaksesuaian dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Cilacap, 25 Juni 2025



M. Tabshir Cahya Utama
18552011016

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Saudara

Nama	:	Muhammad Tabshir Cahya Utama
NIM	:	18552011016
Fakultas/Prodi	:	Fakultas MIKOM / Informatika
Judul	:	Efektivitas Facebook Ads Sebagai Media Iklan Produk di PT Ethos Kreatif Indonesia Berdasarkan Konsep Advertising Balance Scorecard (ABSC)

Telah disidangkan oleh Dewan Penguji Fakultas Matematika dan Ilmu Komputer Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap pada hari / tanggal :

Rabu, 25 Juni 2025

Dan dapat diterima sebagai pemenuhan tugas akhir mahasiswa Program Strata 1 (S.1) Informatika (Kom) Fakultas Matematika dan Ilmu Komputer (FMIKOM) pada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.

Cilacap, 23 Juni 2025

Dewan Sidang

Ketua	Sekretaris
Agung Wibawa, M.Si	Verry, ST., M.Kom
NIDN.0603127903	NIDN.0628068001
Penguji 1	Penguji 2
Abdul Haq, SE., M.Cs	Agung Wibawa, M.Si
NIDN.0606067701	NIDN
Pembimbing I	Pembimbing II
Verry, ST., M.Kom	Dr.M. Khanif, M.Pd.B.I
NIDN.0628068001	NIDN.0617058703

Mengetahui,
Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Komputer

Mochamad T.A. Aziz Zein, M.Kom.
NIDN. 0613065801

HALAMAN NOTA KONSULTAN

Abdul Haq, SE., M.Cs
Dosen Fakultas Matematika dan Ilmu Komputer
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap

NOTA KONSULTAN

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Tabshir Cahya Utama
Lampiran : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Komputer
Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap
di Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Setelah membaca, memeriksa dan melakukan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara/i:

Nama : Muhammad Tabshir Cahya Utama
NIM : 18552011016
Prodi : Informatika
Judul : Efektivitas Facebook Ads Sebagai Media Iklan Produk di PT Ethos Kreatif Indonesia Berdasarkan Konsep Advertising Balance Scorecard (ABSC)

Dapat diajukan ke Fakultas Matematika dan Ilmu Komputer, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Strata Satu (S1).
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cilacap, 25 Juni 2025
Konsultan

Abdul Haq, SE., M.Cs
NIDN.0606067701

NOTA PEMBIMBING

Cilacap, 15 April 2025

Kepada Yth :
Fakultas Matematika dan Komputer (FMIKOM)
UNUGHA Cilacap
di Cilacap

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi tahap penulisan skripsi saudari:

Nama	: Muhammad Tabshir Cahya Utama
NIM	: 18552011016
Fakultas	: Matematika dan Ilmu Komputer
Prodi	: Matematika/Sistem Informasi/Teknik Informatika
Judul	: Efektivitas Facebook Ads Sebagai Media Iklan Produk di PT Ethos Kreatif Indonesia Berdasarkan Konsep Advertising Balance Scorecard (ABSC)

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan ke sidang skripsi. Bersamaan ini kami kirimkan skripsi tersebut, semoga dapat segera disidangkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Verry, S.T., M.Kom	Dr.M. Khanif, M.Pd.B.I
NIDN. 0628068001	NIDN 0617058703

HALAMAN MOTO

"Dan jika kamu membalas, maka balaslah dengan (balasan) yang sama dengan siksaan yang ditimpakan kepadamu. Tetapi jika kamu bersabar, sesungguhnya itulah yang lebih baik bagi orang yang sabar"

(QS. An-Nahl : 126)

"Jika kamu ingin hidup tenang, santai, merdeka maka hiduplah dengan kadar/ukuranmu sendiri, jangan mengikuti gaya hidup orang lain, itulah orang yang merdeka"

Habib Ali Zainal Abidin Bin Seggaf Bin Abu Bakar Assegaf

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Rabb semesta alam yang senantiasa memberikan karunia sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua Bapak Faud dan Ibu Siti Mahmudah yang selalu mendidik saya, memberikan do'a, dukungan, nasihat dan semangat yang tiada henti.
2. Kakak tercinta Layli Mumbasitoh, adik saya Muhammad Azam Hutomo dan Kakek dan Nenek Saya serta saudara tersayang yang selalu memberikan do'a dan semangat tiada henti di setiap detik langkahku.
3. Pembimbing Bapak Verry, S.T., M.Kom dan Dr.M. Khanif, M.Pd.B.I , yang telah membantu proses pengerjaan peneleetian dan skripsi saya dengan baik dan penuh kesabaran.
4. Bapak Safiq Rosad, S.T., M. Kom, selaku Kaprodi Informatika yang senantiasa memotivasi saya dalam penelitian ini.
5. Kepada PT. Ethos Kreatif Indonesia yang telah memperkenankan saya melalakukan penelitian di kantornya
6. Keluarga FMIKOM Angkatan 18 yang selalu memberikan keceriaan, kebersamaan dan motivasi.
7. Keluarga program studi Informatika, Sistem Informasi, Matematika yang saya banggakan
8. Seluruh teman UNUGHA yang telah memberikan do'a, dukungan, dan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Sholawat dan salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembimbing seluruh umat manusia.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari banyak pihak, karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak M.T.A.A.Zein, M.Kom Dekan FMIKOM UNUGHA
2. Bapak Verry, S.T., M.Kom pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr.M. Khanif, M.Pd.B.I pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Safiq Rosad, S.T., M. Kom, Pembimbing Akademis
5. PT. Ethos Kreatif Indonesia yang telah mengizinkan saya penelitian di perusahaan nya
6. Bapak-Ibu dosen Program Studi Informatika FMIKOM UNUGHA
7. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT membalas jerih payah dan pengorbanan yang telah diberikan dengan balasan yang lebih baik. Amiin. Penulis berharap semoga karya kecil ini bermanfaat bagi pembaca.

Cilacap, 26 Juni 2025

Penulis

ABSTRAK

MUHAMMAD TABSHIR CAHYA UTAMA Judul "Efektivitas Facebook Ads Sebagai Media Iklan Produk di PT Ethos Kreatif Indonesia Berdasarkan Konsep Advertising Balance Scorecard (ABSC)". Dibimbing oleh Verry, S.T., M.Kom dan Dr.M. Khanif, M.Pd.B.I.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas iklan Facebook PT Ethos Kreatif Indonesia dengan menggunakan pendekatan *Advertising Balance Scorecard* (ABSC) yang mencakup empat dimensi: *Objective*, Creativity, Execution, dan Media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang merupakan pengguna media sosial dan pernah melihat iklan Facebook dari perusahaan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis deskriptif melalui bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, efektivitas iklan Facebook PT Ethos Kreatif Indonesia berada dalam kategori "efektif" dengan nilai rata-rata pada keempat dimensi berada dalam rentang interpretasi 3,41–4,20 pada skala Likert 1–5. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi periklanan yang diterapkan telah mampu mencapai tujuan komunikasi pemasaran, menarik perhatian audiens, mengeksekusi pesan dengan baik, dan memanfaatkan media secara optimal.

Kata kunci : *Efektifitas iklan, Facebook Ads Advertising Balance Scorecard, Media Iklan*

ABSTRACT

MUHAMMAD TABSHIR CAHYA UTAMA Title "Effectiveness of Facebook Ads as a Product Advertising Media at PT Ethos Kreatif Indonesia Based on the Advertising Balance Scorecard (ABSC) Concept". Supervised by Verry, S.T., M.Kom and Dr.M. Khanif, M.Pd.B.I. This study aims to analyze the effectiveness of Facebook ads at PT Ethos Kreatif Indonesia using the Advertising Balance Scorecard (ABSC) approach which includes four dimensions: Objective, Creativity, Execution, and Media. This study uses a descriptive quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 30 respondents who are social media users and have seen Facebook ads from the company. Data analysis was carried out using descriptive analysis techniques with the help of SPSS software. The results of the study indicate that overall, the effectiveness of Facebook ads at PT Ethos Kreatif Indonesia is in the "effective" category with an average value in all four dimensions in the interpretation range of 3.41–4.20 on a Likert scale of 1–5. These findings indicate that the advertising strategy implemented has been able to achieve marketing communication goals, attract audience attention, execute messages well, and utilize media optimally.

Keywords: *Advertising effectiveness, Facebook Ads Advertising Balance Scorecard, Advertising Media*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iii
LEMBAR PENGESAHAN iv
HALAMAN NOTA KONSULTAN v
HALAMAN NOTA PEMBIMBING vi
HALAMAN MOTO vii
HALAMAN PERSEMBAHAN viii
KATA PENGANTAR ix
ABSTRAK x
ABSTRACT xi
DAFTAR ISI xii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR TABEL xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Batasan Masalah 3
D. Tujuan Penelitian 3
E. Manfaat Penelitian 3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 4
A. Penelitian Terkait 4
B. Landasan Teori 5
BAB III METODOLOGI 11
A. Waktu dan Tempat Penelitian 11
B. Prosedur Penelitian 11
C. Metodologi Penelitian 11
D. Teknik Pengumpulan Data 13
E. Alat dan Bahan 14
F. Perancangan Kuisioner 14
G. Analisis Data 16
H. Jadwal Penelitian 20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 21

A. Hasil 21
B. Pembahasan.....23
BAB V KESIMPULAN..... 32
A. Kesimpulan 32
B. Saran/Rekomendasi.....33
DAFTAR PUSTAKA 34
LAMPIRAN.....36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Statistik Kelompok Usia Pengguna Facebook 9
Gambar 2. Prosedur Penelitian..... 11

DAFTAR TABEL

Table 1. Daftar Penelitian Terkait 4
Table 2. Perancangan Kuisioner 15
Table 3. Jadwal Penelitian 20
Table 4. Hasil Uji Validitas 21
Table 5. Reliability Statistics 22
Table 6. Hasi Tanggapan Responden 23
Table 7. Hasil Tanggapan Responden 24
Table 8. Hasil Tanggapan Responden - Kreativitas & Eksekusi 26
Table 9. Hasil Tanggapan Responden Dari Berbagai Indikator 27
Table 10. Hasil Tanggapan Responden - Media 28
Table 11. Rata-rata Tanggapan Responden 29