

ABSTRAK

Pengguna sosial media saat ini terus meningkat, dan salah satu situs yang terbesar saat ini adalah facebook. Jumlah pengguna facebook yang terus bertambah dan menjadikannya sebagai situs social networking terbesar di Indonesia, membuat perusahaan dan pengguna ingin menggunakan media ini sebagai media untuk mengiklankan produknya. Pihak facebook disini pun juga menyediakan fasilitas Facebook Ad untuk memudahkan pengguna dalam mengiklankan produknya.

Adanya berbagai macam jenis dari Facebook Ad, membuat perusahaan dan pengguna yang ingin beriklan di dalamnya perlu untuk mengetahui apa saja tipologi iklan yang ada di dalam facebook menurut para pengguna. Selain itu juga perlu dipahami apa saja faktor faktor yang berhubungan dan dapat mempengaruhi pengguna untuk bersikap terhadap iklan yang ada.

Melalui eksplorasi terhadap para pengguna facebook, diperoleh sembilan jenis tipologi iklan di dalam facebook dan sembilan faktor yang berhubungan dengan sikap pengguna terhadap iklan di Facebook. Kemudian dari faktor faktor yang ada dilihat kembali hubungan yang ada terhadap masing masing tipe iklan dan dilihat mana jenis tipe iklan dalam Facebook Ad yang positif dan yang negatif.

Kata Kunci : social media, social networking, tipologi, dan Facebook Ad.