

**Digital Advertising Simulation Based On Facebook Ads And Google Ads For Beginners
For Ma Hidayatul Muhtadi'in Students, Gelumbang District**

**Simulasi Iklan Digital Berbasis Facebook Ads Dan Google Ads Untuk Pemula Bagi
Pelajar Ma Hidayatul Muhtadi'in Kecamatan Gelumbang**

Rika Fitri Ramayani¹, Zakaria Harahap², Yudi Tusri³
Universitas Prabumulih^{1,2,3}

Email: rikafiririka94@gmail.com¹, zakariaharahap888@unpra.ac.id², yuditusri1@gmail.com³

Disubmit : 12 February 2026, Diterima : 20 March 2026, Terbit: 30 April 2026.

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes to various aspects of life, including marketing, communications, and education. Digital marketing is a 21st-century competency that is crucial to introduce to the younger generation, particularly students at the Islamic Senior High School (MA) level, from an early age. This Community Service (PkM) activity aims to improve digital literacy and basic skills among students at MA Hidayatul Muhtadi'in in Gelumbang District through digital advertising simulations based on Facebook Ads and Google Ads. The activity's implementation methods included lectures, interactive discussions, demonstrations, hands-on simulations, mentoring, and evaluation using pre- and post-test instruments. The material was systematically structured, starting with an introduction to digital marketing concepts and understanding digital advertising platforms, as well as practical techniques for designing simple, ethical, and educational advertisements. Participants were MA Hidayatul Muhtadi'in students with diverse digital backgrounds. The activity's results demonstrated a significant increase in participants' understanding of digital marketing concepts, the benefits of digital advertising, and the basic workflows of Facebook Ads and Google Ads. Furthermore, participants demonstrated increased self-confidence, creativity, and interest in the productive use of digital technology. This activity is expected to become a practice-based contextual learning model and contribute to strengthening digital literacy in secondary education environments.

Keyword: Digital Advertising, Facebook Ads and Google Ads.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang pemasaran, komunikasi, dan pendidikan. Digital marketing merupakan salah satu kompetensi abad ke-21 yang penting untuk dikenalkan sejak dini kepada generasi muda, khususnya pelajar tingkat Madrasah Aliyah (MA). Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan dasar pelajar MA Hidayatul Muhtadi'in Kecamatan Gelumbang melalui simulasi iklan digital berbasis Facebook Ads dan Google Ads. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi, simulasi praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Materi disusun secara sistematis mulai dari pengenalan konsep digital marketing, pemahaman platform iklan digital, hingga praktik perancangan iklan sederhana yang etis dan edukatif. Peserta kegiatan adalah pelajar MA Hidayatul Muhtadi'in yang memiliki latar belakang kemampuan digital yang beragam. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan terhadap pemahaman peserta mengenai konsep digital marketing, manfaat iklan digital, serta alur kerja dasar Facebook Ads dan Google Ads. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri, kreativitas, dan minat terhadap pemanfaatan teknologi digital secara produktif. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pembelajaran kontekstual berbasis praktik serta berkontribusi pada penguatan literasi digital di lingkungan pendidikan menengah..

Kata Kunci: Iklan Digital, Facebook Ads dan Google Ads.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa dampak besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk pendidikan dan ekonomi. Digitalisasi mendorong perubahan pola komunikasi, perilaku konsumsi informasi, serta strategi pemasaran yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis digital. Salah satu wujud nyata dari transformasi tersebut adalah berkembang pesatnya digital marketing sebagai sarana promosi yang efektif, efisien, dan terukur.

Digital marketing memanfaatkan platform digital seperti media sosial, mesin pencari, dan website untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik. Facebook Ads dan Google Ads merupakan dua platform iklan digital yang paling populer dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari pelaku usaha besar, UMKM, hingga individu. Keunggulan kedua platform ini terletak pada fleksibilitas penargetan, pengelolaan anggaran, serta kemampuan analisis kinerja iklan secara real time.

Dalam konteks pendidikan, khususnya di tingkat Madrasah Aliyah, penguasaan literasi digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Pelajar sebagai generasi digital native perlu dibekali tidak hanya kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga keterampilan memanfaatkan teknologi secara produktif, kreatif, dan bertanggung jawab. Pengenalan digital marketing sejak dini dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan jiwa kreatif, inovatif, serta wawasan kewirausahaan pelajar.

MA Hidayayul Muftadi'in Kecamatan Gelumbang merupakan lembaga pendidikan yang berperan penting dalam membentuk karakter dan kompetensi peserta didik. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi dengan pihak sekolah, diketahui bahwa sebagian besar pelajar belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai digital marketing dan pemanfaatan iklan digital. Penggunaan media sosial oleh pelajar masih didominasi untuk hiburan dan komunikasi personal, belum diarahkan pada aktivitas yang bersifat edukatif dan produktif. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk simulasi iklan digital berbasis Facebook Ads dan Google Ads. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual sekaligus pengalaman praktis kepada pelajar agar mampu mengenal, memahami, dan mempraktikkan dasar-dasar periklanan digital secara sederhana dan etis. Melalui kegiatan ini diharapkan pelajar memiliki bekal awal dalam menghadapi tantangan era ekonomi digital. Pelatihan ini ditujukan bagi siswa-siswi MA Hidayayul Muftadi'in Kecamatan Gelumbang. Adanya pelatihan ini diharapkan siswa-siswi Pelajar sebagai generasi digital native perlu dibekali tidak hanya kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga keterampilan memanfaatkan teknologi secara produktif, kreatif, dan bertanggung jawab. Pengenalan digital marketing sejak dini dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan jiwa kreatif, inovatif, serta wawasan kewirausahaan pelajar.

2. Metode

Dalam kegiatan ini rencanakan pada tanggal 1 Oktober 2025 yang bertempat di Sekolah MA Hidayatul Muftadiin Sigam Kab. Muara Enim Sumatera Selatan di peruntukan untuk Siswa-siswi Kelas XII sebanyak 50 orang peserta.

Peralatan

Untuk menunjang kegiatan tersebut supaya berjalan lancar dan sukses dapat disebutkan beberapa peralatan antara lain:

1. Laptop Merek HP Inter core i5
2. LCD Proyektor
3. Slide Materi
4. Handpone berbasis *Smartphone android*

Susunan Acara

Untuk kelancaran kegiatan bertempat Sekolah MA Hidayatul Mubtadiin Sigam Kab. Muara Enim Sumatera Selatan dan Peruntuk untuk 50 orang peserta yang terdiri para siswa-siswi MA Hidayatul Mubtadiin Sigam.

Tabel 3.1 Susunan Acara

No	Waktu	Kegiatan
1	10.00 WIB-10.30 WIB	Kumpul Peserta dan Panitia
2	10.30WIB-10.45 WIB	Sambutan dari kepala Sekolah
3	10.45 WIB-11.00 WIB	Sambutan dari ketua Pengabdian Masyarakat
4	11.00WIB-12.30WIB	Acara Inti
5	12.30 WIB-13.30WIB	Ramah-tamah penutupan

Sumber : Data lapangan pengabdian penulis 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa susunan acara kegiatan dimulai kumpul para panitia, peserta dan dosen sekitar jam 10.00WIB-10.30 WIB, setelah itu dilanjutkan dengan kata sambutan oleh kepala Sekolah MA Hidayatul Mubtadiin Sigam Kab. Muara Enim Sumatera Selatan, kata sambutan dari ketua pengabdian yang disampaikan oleh Rika Fitri Ramayani., S.Kom., MM. Sedang kegiatan ini acara inti dimulai dengan pamparan materi oleh masing-masing dosen dari jam 11.00 WIB-12.00 WIB yang nana masing-masing dosen diberikan pemberian materi dan pembekalan jatah waktu 1 (satu) jam. Sekitar jam 12.30 WIB siang diakhiri dengan ramah tamah disertakan dengan diskusi ringan mengenai materi pembekalan sampai jam 13.30 WIB.

Metode Pelaksanaan



Gambar 2.1 Digaram Pelaksanaan PKM

Adapun penjelasan dari diagram tahapan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menggambarkan alur kegiatan yang dilaksanakan secara **sistematis, terencana, dan berkelanjutan**, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir berupa luaran kegiatan. Alur ini disusun

untuk memastikan bahwa kegiatan PkM tidak hanya bersifat seremonial, tetapi benar-benar menjawab kebutuhan mitra dan menghasilkan dampak nyata.

1. Identifikasi Masalah Mitra

Tahap awal kegiatan PkM dimulai dengan identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra, yaitu MA Hidayayul Mubtadi'in Kecamatan Gelumbang. Identifikasi dilakukan melalui observasi awal dan komunikasi dengan pihak sekolah untuk mengetahui kondisi, kebutuhan, serta kendala yang dihadapi pelajar dalam pemanfaatan teknologi digital. Pada tahap ini ditemukan bahwa pemahaman pelajar mengenai digital marketing dan iklan digital masih terbatas.

2. Analisis Kebutuhan dan Potensi Mitra

Setelah masalah teridentifikasi, dilakukan analisis kebutuhan dan potensi mitra. Analisis ini bertujuan untuk memetakan kebutuhan pelajar terhadap materi yang relevan serta potensi yang dimiliki sekolah, seperti ketersediaan sarana pendukung dan minat pelajar terhadap teknologi. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam menentukan bentuk kegiatan dan materi yang akan diberikan.

3. Perumusan Solusi dan Desain Program PkM

Berdasarkan hasil identifikasi masalah dan analisis kebutuhan, tim pengabdian merumuskan solusi berupa kegiatan simulasi iklan digital berbasis Facebook Ads dan Google Ads. Pada tahap ini juga dilakukan perancangan program PkM, meliputi penentuan tujuan kegiatan, metode pelaksanaan, materi pelatihan, serta luaran yang diharapkan.

4. Persiapan Pelaksanaan

Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pihak sekolah, penyusunan modul dan bahan ajar, serta penyusunan instrumen evaluasi seperti pre-test dan post-test. Persiapan yang matang dilakukan untuk memastikan pelaksanaan kegiatan berjalan lancar dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

5. Pelaksanaan Kegiatan PkM

Pelaksanaan kegiatan merupakan tahap inti dari program PkM. Pada tahap ini, tim pengabdian menyampaikan materi mengenai konsep digital marketing, pengenalan Facebook Ads dan Google Ads, serta melakukan simulasi pembuatan iklan digital secara sederhana. Kegiatan dilaksanakan secara interaktif melalui pemaparan materi, diskusi, dan praktik langsung.

6. Pendampingan dan Praktik Peserta

Setelah pemaparan materi, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik simulasi iklan digital dengan pendampingan dari tim pengabdian. Pendampingan bertujuan untuk membantu peserta memahami langkah-langkah pembuatan iklan, mengatasi kesulitan teknis, serta meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan peserta.

7. Pelaporan dan Luaran PkM

Tahap akhir dari pelaksanaan PkM adalah penyusunan laporan dan luaran kegiatan. Luaran yang dihasilkan meliputi laporan pengabdian kepada masyarakat, dokumentasi kegiatan, serta publikasi atau artikel pengabdian. Tahap ini merupakan bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus bukti implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Hasil Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul *Simulasi Iklan Digital Berbasis Facebook Ads dan Google Ads bagi Pelajar MA Hidayayul Mubtadi'in Kecamatan*

Gelumbang telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang direncanakan dalam diagram pelaksanaan PkM. Kegiatan ini diikuti oleh pelajar Madrasah Aliyah yang memiliki latar belakang kemampuan digital yang beragam.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respon positif dari peserta maupun pihak sekolah. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan, terutama pada sesi simulasi dan praktik iklan digital. Hal ini menunjukkan bahwa topik digital marketing merupakan materi yang relevan dan menarik bagi pelajar.

Hasil Identifikasi Masalah dan Analisis Kebutuhan

Hasil identifikasi masalah menunjukkan bahwa sebagian besar pelajar belum memahami konsep digital marketing secara komprehensif. Media sosial yang digunakan oleh pelajar lebih banyak dimanfaatkan untuk hiburan dan komunikasi personal, bukan untuk kegiatan yang bersifat edukatif atau produktif.

Analisis kebutuhan yang dilakukan bersama pihak sekolah menunjukkan bahwa pelajar membutuhkan:

1. Pemahaman dasar mengenai digital marketing.
2. Pengetahuan tentang fungsi dan manfaat iklan digital.
3. Pengalaman praktik langsung yang aplikatif dan mudah dipahami.
4. Pendampingan dalam penggunaan platform digital secara etis dan bertanggung jawab.
5. Temuan ini memperkuat urgensi pelaksanaan kegiatan PkM sebagai solusi atas permasalahan rendahnya literasi digital produktif di kalangan pelajar.

Hasil Pelaksanaan Simulasi Facebook Ads

Pada sesi simulasi Facebook Ads, peserta diperkenalkan pada konsep dasar periklanan di media sosial, tujuan iklan, serta jenis-jenis konten yang dapat digunakan. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya penentuan target audiens, pemilihan konten visual, dan penyusunan teks iklan yang menarik namun tetap etis.

Hasil simulasi menunjukkan bahwa:

1. Peserta mampu memahami alur dasar pembuatan iklan di Facebook Ads.
2. Sebagian besar peserta dapat merancang contoh konten iklan sederhana sesuai dengan studi kasus yang diberikan.
3. Peserta mulai memahami bahwa iklan digital tidak hanya bertujuan untuk promosi, tetapi juga dapat digunakan sebagai media edukasi dan penyampaian informasi positif.

Hasil Pelaksanaan Simulasi Google Ads

Simulasi Google Ads difokuskan pada pengenalan iklan pencarian (search ads) dan konsep kata kunci. Peserta diajarkan bagaimana iklan muncul berdasarkan kata kunci yang diketik pengguna pada mesin pencari Google.

Hasil yang diperoleh dari simulasi Google Ads antara lain:

1. Peserta memahami perbedaan antara iklan media sosial dan iklan mesin pencari.
2. Peserta mampu mengidentifikasi contoh kata kunci yang relevan dengan produk atau jasa tertentu.
3. Peserta memahami pentingnya relevansi kata kunci dengan kebutuhan pengguna.
4. Simulasi ini memberikan wawasan baru bagi peserta bahwa iklan digital dapat menjangkau audiens yang memiliki kebutuhan spesifik dan minat yang tinggi.

Hasil Pendampingan dan Praktik Peserta

Tahap pendampingan menjadi bagian penting dalam kegiatan PkM ini. Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik simulasi secara mandiri dengan

bimbingan tim pengabdian. Pendampingan dilakukan secara langsung melalui diskusi, tanya jawab, dan pembimbingan teknis.

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa:

1. Peserta lebih percaya diri dalam menggunakan platform digital.
2. Peserta mampu mengemukakan ide kreatif dalam pembuatan konten iklan.
3. Terjadi peningkatan interaksi dan kolaborasi antar peserta.
4. Pendampingan ini membantu peserta mengatasi kendala teknis dan memperkuat pemahaman yang telah diperoleh pada sesi materi.

Pembahasan Hasil Kegiatan

Hasil kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik dan simulasi sangat efektif diterapkan pada pelajar tingkat Madrasah Aliyah. Pelajar tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung yang memperkuat pemahaman mereka.

Peningkatan literasi digital pelajar sejalan dengan konsep pendidikan abad ke-21 yang menekankan pada pengembangan keterampilan berpikir kritis, kreativitas, kolaborasi, dan komunikasi. Selain itu, kegiatan ini juga berkontribusi dalam menumbuhkan minat kewirausahaan pelajar melalui pemanfaatan teknologi digital.

Dari perspektif pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini berhasil menjembatani kebutuhan mitra dengan keilmuan yang dimiliki perguruan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa program PkM dapat menjadi sarana efektif dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan perkembangan zaman.

4.8 Implikasi dan Dampak Kegiatan

Implikasi dari kegiatan PkM ini antara lain:

1. Pelajar memiliki wawasan awal mengenai peluang pemanfaatan digital marketing.
2. Sekolah memperoleh referensi model pembelajaran berbasis praktik digital.
3. Terbentuknya kesadaran kolektif tentang pentingnya literasi digital yang bertanggung jawab.

Dampak jangka panjang yang diharapkan adalah terbentuknya generasi pelajar yang lebih siap menghadapi tantangan ekonomi digital serta mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan diri dan kewirausahaan.



Gambar 4.1 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 4.2 Dokumentasi Kegiatan PkM

5. Penutup

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul *Simulasi Iklan Digital Berbasis Facebook Ads dan Google Ads bagi Pelajar MA Hidayayul Mubtadi*™in Kecamatan Gelumbang, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kegiatan PkM berhasil dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan, mulai dari identifikasi masalah, analisis kebutuhan mitra, perumusan solusi, pelaksanaan simulasi, pendampingan, hingga evaluasi dan pelaporan kegiatan.
2. Pelaksanaan simulasi iklan digital berbasis Facebook Ads dan Google Ads mampu meningkatkan pemahaman pelajar mengenai konsep dasar digital marketing, fungsi iklan digital, serta perbedaan karakteristik iklan media sosial dan iklan mesin pencari.
3. Metode pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital pelajar. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman langsung dalam merancang simulasi iklan digital secara sederhana.
4. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap sikap dan pola pikir pelajar dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial, agar lebih produktif, kreatif, dan bertanggung jawab.

Secara umum, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mampu menjawab kebutuhan mitra dan berkontribusi dalam mendukung penguatan kompetensi abad bagi pelajar Madrasah Aliyah.

Ucapan Terima Kasih (Opsional)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada pimpinan Yayasan Pendidikan Prabumulih, Rektor Universitas Prabumulih dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta mitra kegiatan, serta seluruh peserta yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta peningkatan kualitas kehidupan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Adhipratama, D., & Ernungtyas, N. F. 2025. Tinjauan sistematis strategi dan tantangan periklanan digital di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 5(2), 115-128.
- Andhyka, A., Anggraini, L., Frisilia, J., Tatengkeng, G. W., & Satrio, M. R. F. 2025. Optimalisasi strategi digital marketing berbasis Meta Ads terhadap peningkatan penjualan UMKM. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 10(2), 201-212.
- Asep, H., Salim, R. F., Ilyas, I., & Suherman, F. 2024. Program literasi digital dan etika media sosial bagi pelajar. *Jurnal Pengabdian Tri Bhakti*, 4(1), 45-53.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2023. *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Dolorosa, E., Imelda, I., Hidayat, R., & Sawerah, S. 2025. Peningkatan literasi digital marketing melalui media sosial untuk peningkatan penjualan produk. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 9(1), 66-75.
- Febisatria, A., Zarazwaty, E. T., & Yus, A. R. 2025. Peningkatan literasi digital mahasiswa melalui pelatihan digital marketing. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 98-07.
- Ferdiansah, R., Badawi, B., & Widiana, C. F. 2025. Efektivitas penggunaan Google Ads dan Meta Ads terhadap keputusan pembelian. *Journal of Economics and Business UBS*, 4(1), 121-130.
- Jaswita, D., & Dewintasari, A. 2025. Transformasi strategi pemasaran digital di era kecerdasan buatan: Tinjauan literatur. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 233-242.
- Kumar, V., & Gupta, S. 2020. Social media analytics for smart decision making. *Journal of Business Research*, 115, 310-316. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.08.001>
- Mahmud, M., Astuti, S. D., Usman, U., Azami, M. R., Alamsyah, M. I. F., & Lestari, A. K. (2025). Literasi digital marketing pada start up untuk mahasiswa. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 5(4), 289-298.
- Maisusanto, E., Desmayani, N. M. M. R., Rahayu, N. M. A., Pratiwi, N. W. A. D., & Prayana, I. K. W. D. 2025. Pelatihan Google Ads dan Facebook Ads bagi siswa SMK. *Jurnal Widya Laksmi*, 5(2), 382-386.
- Meilinda, N., Malinda, F., & Aisyah, S. M. 2024. Literasi digital pada remaja melalui pemanfaatan media sosial. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(1), 17-25.
- Microsoft Advertising. 2025. *Digital advertising industry report 2025*. Microsoft Corporation.
- Muria, P. R., Fajrie, N., & Fakhriyah, F. 2025. The effect of digital literacy on social media ethics of students. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 1120-1129.
- Ratul Umah, C., Sutantri, S., & Mala, I. K. 2025. Model online marketing Facebook Ads dalam peningkatan penjualan UMKM. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 144-152.
- Ristiani, R. 2025. Analisis penerapan literasi digital dalam bermedia sosial generasi Z. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 5(1), 33-41.
- Singh, A., & Sonnenburg, S. 2024. Google Ads performance and optimization strategies in digital advertising. *International Journal of Digital Marketing*, 11(2), 89-101.
- Taryono, T. 2025. Konsep digital marketing berbasis Facebook Ads dalam strategi pemasaran. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 26(1), 57-65.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. 2021. Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 64(6), 617-628. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.07.002>
- Widodo, A., & Prasetyo, D. 2024. Literasi digital sebagai bekal kompetensi abad ke-21 bagi pelajar. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 7(2), 101-09