

Keterampilan Untuk Partisipasi Digital Yang Inklusif

---

# Panduan Pelatihan Keterampilan Digital Untuk Peluang Ekonomi

EDISI KEDUA

**Keterampilan Untuk Partisipasi Digital Yang Inklusif**

---

# **Panduan Pelatihan Keterampilan Digital Untuk Peluang Ekonomi**

**EDISI KEDUA**

© British Council 2022

The British Council is the United Kingdom's international organisation for cultural relations and educational opportunities.

The background is a solid dark blue. In the top-left corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in various shades of blue, ranging from a light cyan to a deep navy. In the bottom-right corner, there are white geometric shapes, including a circle and several rounded rectangles, some of which are partially cut off by the edge of the page.

# Daftar Isi

# Daftar Isi

<b>1. Tujuan panduan ini</b>	<b>1</b>
1.1 Siapa yang seharusnya membaca panduan ini?	1
1.2 Cara menggunakan panduan ini	2
1.3 Topik rekomendasi dan pilihan	3
1.3.1 Topik rekomendasi	3
1.3.2 Topik pilihan	3
1.4 Proses belajar yang disarankan	4
1.4.1 Ikuti proses belajar yang kami sarankan	4
1.4.2 Lampiran dan lembar kerja	5
1.4.3 Proses belajar SIDP dan sertifikat partisipasi	5
1.5 Panduan lebih lanjut tentang pelaksanaan program SIDP	6
<b>2. Mengembangkan bisnis Anda secara online dan mendapatkan pemasukan</b>	<b>8</b>
2.1 Hasil belajar yang diharapkan setelah menyelesaikan topik ini	8
2.2 Jenis konten digital yang berbeda dan cara menggunakannya	9
2.2.1 Video	9
2.2.2 Gambar(-gambar)	10
2.2.3 Infografik	10
2.2.4 GIF	10
2.2.5 Audio/ Podcast	10
2.2.6 Menulis artikel	11
2.3 Apa yang dimaksud dengan pemasaran digital?	13
2.4 Hasil belajar yang diharapkan setelah menyelesaikan topik ini	13

2.5	Apa yang dimaksud dengan alat pemasaran digital? _____	13
2.5.1	Optimisasi Mesin Pencari (SEO): Pencarian Organik _____	14
2.5.2	Analitik _____	14
2.5.3	Pencarian Berbayar dan Pemasaran Mesin Pencari (SEM) _____	15
2.5.4	Pemasaran Konten _____	16
2.5.5	Email Marketing _____	16
2.5.6	Kegiatan: Diskusi kelompok tentang pemasaran digital _____	17
2.5.7	Kegiatan: Google My Business/ Daftar Google _____	17
2.5.8	Kegiatan: Praktik kelompok _____	18
2.5.9	Kegiatan: Praktik individual _____	19
2.5.10	Kegiatan: Refleksi _____	19
2.5.11	Tautan yang Bermanfaat _____	19
2.6	Mendengarkan apa yang orang inginkan _____	20
2.6.1	Social listening _____	20
2.6.2	Search listening _____	20
2.6.3	Alat-alat yang akan membantu pemasaran digital Anda _____	21
<b>3.</b>	<b>Pendahuluan <i>e-commerce</i></b> _____	<b>24</b>
3.1	Situs web dan platform pemasaran digital _____	24
3.2	Pasar <i>e-commerce</i> _____	25
3.3	Social marketplace _____	25
3.4	Pertimbangan khusus <i>E-commerce</i> _____	26
<b>4.</b>	<b>Cara mendapatkan pekerjaan secara <i>online</i></b> _____	<b>28</b>
4.1	Gunakan jaringan Anda yang sudah ada _____	28
4.1.1	Gunakan kerjantara _____	29

4.1.2	Buat posting pada Papan lowongan kerja _____	29
4.1.3	Mendapatkan proyek berbayar, atau “gig” _____	30
4.1.4	Mengembangkan Identitas Profesional Anda _____	30
4.2	Kegiatan: Membuat sebuah profil LinkedIn _____	32
4.3	Kegiatan: Kegiatan dan pertanyaan diskusi kelompok _____	33
4.4	Kegiatan: Kegiatan individual _____	33
4.5	Sumber bacaan lebih lanjut _____	34
<b>Lampiran 1 - Tetap aman saat <i>online</i>: Keamanan siber dan Anda _____</b>		<b>36</b>
1.1	Hasil yang diharapkan dari modul keamanan siber _____	36
1.2	Apa itu keamanan siber? _____	36
1.3	Istilah Utama yang digunakan dalam Keamanan Siber _____	37
1.4	Jenis Data Pribadi yang Ditargetkan dalam Serangan Siber _____	38
1.4.1	Konsekuensi Tidak Mengamankan Data Pribadi _____	38
1.4.2	Ancaman terhadap data pribadi Anda _____	39
1.4.3	Menemukan <i>Email</i> atau URL Palsu _____	41
<b>Lampiran 2 - Kekerasan <i>online</i> dan <i>cyberbullying</i> _____</b>		<b>43</b>
2.1	Tanda-Tanda <i>Cyberbullying</i> _____	43
2.2	Dampak <i>Cyberbullying</i> _____	43
2.3	Strategi untuk menghadapi <i>cyberbullying</i> _____	44
2.3.1	Jangan langsung menanggapi _____	44
2.3.2	Tindak lanjuti ketika Anda lebih tenang _____	45
2.3.3	Ambil <i>screenshot</i> dari pesan _____	45
2.3.4	Berhentilah sering-sering memeriksa postings _____	45

2.3.5	Laporkan dan blokir _____	45
2.4	Bahaya khusus untuk wanita dan anak perempuan _____	46
2.4.1	Hal seperti ini bisa terjadi _____	46
2.4.2	Beberapa saran untuk membantu Anda tetap aman _____	46



**Daftar Gambar**  
**Daftar Tabel**

## Daftar Gambar

Gambar 1: Laman Google Ads _____	16
Gambar 2: Bilah pencarian Google yang biasa yang menunjukkan saran-saran sebagai contoh search listening _____	21
Gambar 3: Halaman Masuk/ Pendaftaran LinkedIn _____	32
Gambar 4: Pilihan “join now” _____	32

## Daftar Tabel

Tabel 1: Topik panduan keterampilan digital untuk peluang ekonomi _____	4
---	---

The background is a solid dark blue. In the top-left corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in various shades of blue, ranging from a light cyan to a dark navy. In the bottom-right corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in white, also in various shades of white and light blue, creating a layered effect.

# 1. Tujuan panduan ini



# 1. Tujuan panduan ini

Semakin banyak kegiatan bisnis dan perdagangan dunia yang beralih *online*. Bagi bisnis yang mempertimbangkan untuk mendirikan, atau sedang mengembangkan, keterlibatan dalam dunia digital merupakan suatu keniscayaan yang mutlak. Panduan ini dan pelatihan yang terkait akan memperkenalkan perdagangan, pemasaran, dan administrasi bisnis dengan menggunakan teknologi digital kepada Anda. Hal ini akan memastikan bahwa bisnis Anda cocok dengan tujuannya dan berkelanjutan.

Gunakan internet untuk memperluas jaringan bisnis Anda yang pada gilirannya, akan menambah kesempatan kerja dan bisnis yang Anda miliki. Anda juga dapat menggunakan internet untuk mencari pekerjaan yang baru atau dengan gaji yang lebih baik

Dalam pelatihan, Anda dianggap memiliki pengetahuan dasar tentang:

- Komunikasi Digital.
- Google Analytics.
- Media Sosial.
- Optimisasi Mesin Pencari.

## 1.1 Siapa yang seharusnya membaca panduan ini?

Panduan ini ditujukan bagi para pelatih, dan peserta ajar yang ingin mengembangkan pemahaman mereka tentang, dan keterlibatan dengan, teknologi digital. Secara khusus, panduan ini berfokus pada kewirausahaan digital.

Panduan ini merupakan suatu panduan sumber daya bagi para pelatih. Panduan ini akan digunakan oleh para peserta ajar tingkat lanjutan dengan mempraktikkan dan menambahkan apa yang telah mereka pelajari dalam sesi-sesi pelatihan.

## 1.2 Cara menggunakan panduan ini

Jika Anda seorang pelatih, maka Anda harus membaca panduan ini, materi pendukung dalam lampiran yang menyertainya, dan **Panduan Pedagogi SIDP: Panduan dan Saran bagi para Pelatih yang menggunakan Keterampilan untuk Partisipasi Digital yang Inklusif** yang menyertainya, yang memuat panduan dan saran tentang cara memaksimalkan dokumen ini. Panduan ini juga membekali Anda dengan panduan langkah demi langkah tentang cara menyebarluaskan berbagai sumber pembelajaran yang dimaksudkan untuk target audiens yang juga menyertakan peserta ajar yang difabel.

Sebagai pelatih atau guru, kami berasumsi bahwa Anda memiliki pemahaman yang baik tentang cara menggunakan materi pelatihan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri siswa Anda. Kami juga menganggap Anda akan menggunakan materi yang relevan untuk para peserta ajar.

Kami telah menyusun materi kursus ini ke dalam topik-topik mandiri (*self-contained topics*) untuk memberikan kepada Anda fleksibilitas saat Anda menggunakan materi ini. Anda dapat menyampaikan semua materi pelatihan kepada semua peserta ajar, atau Anda dapat memilih untuk hanya menyampaikan topik yang berguna bagi peserta ajar untuk dipelajari lebih lanjut. Kami berharap bahwa fleksibilitas dalam penggunaan materi pelatihan ini akan membantu Anda memberikan perjalanan belajar yang sesuai untuk peserta ajar.

## 1.3 Topik rekomendasi dan pilihan

Konten dalam panduan ini dibagi menjadi topik. Topik dikategorikan menjadi tiga jenis:

1

### 1.3.1 Topik rekomendasi

Ini adalah topik-topik yang penting bagi banyak peserta ajar, tetapi mungkin tidak untuk semua peserta ajar. Topik-topik rekomendasi harus dibahas jika memungkinkan.

Topik rekomendasi dapat menjadi sangat bermanfaat sebagai:

- Latihan tambahan dalam lokakarya pelatihan.
- Sebagai tugas setelah lokakarya pelatihan.
- Sebagai pekerjaan persiapan sebelum lokakarya pelatihan, misalnya pada saat seorang peserta ajar beralih dari panduan dasar ke panduan lain.

2

### 1.3.2 Topik pilihan

Topik ini seharusnya dipilih jika ada waktu, atau ketertarikan dalam subjek tersebut. Topik ini mencakup bidang pengetahuan dan keterampilan yang penting, akan tetapi mungkin bersifat sedikit lebih maju, atau lebih spesifik dalam penerapannya.

## 1.4 Proses belajar yang disarankan

Panduan ini memperkenalkan keterampilan digital yang mendasar dan menjelaskan relevansi dan kepentingannya dalam dunia yang menjadi semakin digital.

Panduan ini lebih menekankan pada instruksi langkah demi langkah karena merupakan panduan pendahuluan, bukan panduan lanjutan.

Panduan ini mencakup topik-topik sebagai berikut:

Topik	Kategori
Mengembangkan Bisnis Anda Secara <i>Online</i> dan Mendapatkan Pemasukan	Direkomendasikan
Pendahuluan <i>E-Commerce</i> dan Platform <i>E-Commerce</i>	Direkomendasikan
Cara mendapatkan pekerjaan secara <i>online</i>	Direkomendasikan
Pendahuluan Analitik Media Sosial dan SEO	Pilihan

Tabel 1: Topik panduan keterampilan digital untuk peluang ekonomi

### 1.4.1 Ikuti proses belajar yang kami sarankan

Kami telah menyarankan topik yang menurut kami penting untuk Anda pelajari (topik direkomendasikan) dan topik yang bermanfaat untuk dipelajari jika Anda memiliki waktu (topik pilihan).

Pelajari semua topik rekomendasi secara berurutan. Topik-topik ini harus diselesaikan agar memenuhi syarat sertifikat partisipasi.

Jika Anda ingin terus belajar setelah mempelajari keterampilan digital dasar, kami menyarankan Anda untuk melanjutkan ke topik-topik pilihan. Anda dapat memilih untuk mempelajari beberapa, atau semua, topik yang menarik bagi Anda.

## 1.4.2 Lampiran dan lembar kerja

Terdapat beberapa materi tambahan untuk membantu Anda selama Anda mempelajari panduan ini. Materi-materi ini adalah:

### 1.4.2.1 Lampiran lembar kerja

Lembar kerja ini merupakan lembar kegiatan, dan lembar refleksi yang distandardisasi. Anda dapat mencetak lembar kerja ini dan menggunakan formulir tersebut seiring dengan perkembangan Anda dalam program.

Lembar kerja ini dapat diisi dalam pelatihan, atau sebagai bagian dari pekerjaan tambahan seperti pekerjaan persiapan atau pekerjaan rumah yang diberikan setelah pelatihan.

### 1.4.2.2 Lampiran spesifik negara

Setiap panduan disertai dengan lampiran dari negara-negara dalam percontohan – Indonesia, Kenya dan Nigeria.

Lampiran ini memuat kandungan lokal, studi dan contoh kasus, latihan serta sumber daya yang relevan untuk negara tersebut. Materi tambahan ini merupakan tambahan yang penting dan bermanfaat untuk menyesuaikan materi untuk negara dan budaya yang berbeda.

Lampiran khusus negara yang mendukung panduan ini mencakup:

- Annex\_Keterampilan Digital untuk Peluang Ekonomi\_Indonesia
- Annex\_Keterampilan Digital untuk Peluang Ekonomi \_Kenya
- Annex\_Keterampilan Digital untuk Peluang Ekonomi \_Nigeria

## 1.4.3 Proses belajar SIDP dan sertifikat partisipasi

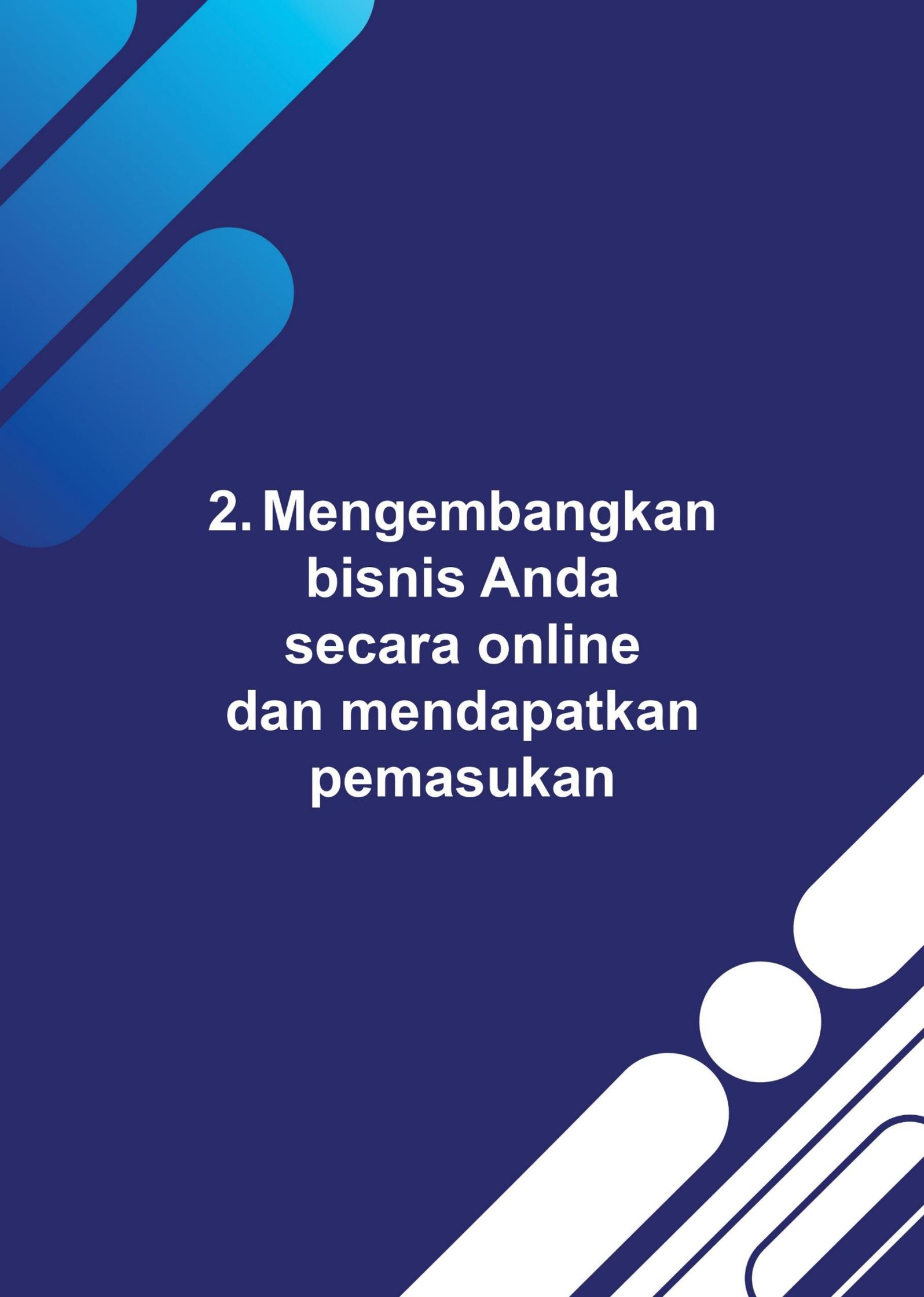
Para peserta ajar diharapkan untuk menyelesaikan paling sedikit topik rekomendasi dan memiliki bukti kegiatan mereka (melalui lembar kerja kegiatan

dan lembar kerja refleksi yang diisi dan disahkan) agar memenuhi syarat untuk mendapatkan sertifikat partisipasi.

## 1.5 Panduan lebih lanjut tentang pelaksanaan program SIDP

Untuk informasi lebih lanjut tentang cara menggunakan panduan ini dan materi untuk melaksanakan program SIDP, silakan lihat bagian **Memandu para peserta ajar Anda dalam proses belajar mereka** dalam Panduan Pedagogi.

Jika Anda belajar tentang Keterampilan Digital Dasar tanpa panduan dari para pelatih SIDP, Anda seharusnya membaca panduan ini dan materi pelatihan pendukung dalam lampiran-lampiran yang menyertai.



**2. Mengembangkan  
bisnis Anda  
secara online  
dan mendapatkan  
pemasukan**



## 2. Mengembangkan bisnis Anda secara online dan mendapatkan pemasukan

Terdapat banyak alasan mengapa Anda seharusnya lebih banyak berbisnis secara *online*. Alasan-alasan seperti kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan penjualan lebih banyak produk atau jasa, otomatisasi sistem seperti pemesanan dan pembayaran untuk menambah kecepatan dan mengurangi kesalahan, pengurangan biaya dan kepemilikan etalase yang selalu terbuka bagi para pelanggan. Untuk informasi lebih lanjut tentang alasan mengapa beralih *online* baik untuk bisnis, dan beberapa langkah sederhana yang perlu dipertimbangkan untuk beralih *online*, lihat panduan yang menyertai **Panduan Keterampilan Digital Dasar**.

Panduan ini menggunakan langkah-langkah tersebut. Anda akan berfokus pada penggunaan teknologi digital untuk:

- Menjangkau lebih banyak orang dan menyampaikan cerita Anda.
- Menjual produk dan jasa kepada para pelanggan dan calon pelanggan.

### 2.1 Hasil belajar yang diharapkan setelah menyelesaikan topik ini

Setelah Anda menyelesaikan topik ini, Anda akan mampu untuk:

- Menghasilkan konten secara *online*
- Meningkatkan visibilitas *online* dari bisnis Anda
- Meningkatkan kegiatan komersial dari bisnis atau perusahaan Anda

## 2.2 Jenis konten digital yang berbeda dan cara menggunakannya

Anda perlu memublikasikan kegiatan apa pun yang bisnis Anda lakukan. Anda perlu menjangkau para calon klien/ pelanggan dan meyakinkan mereka untuk membeli dari Anda. Alat (atau media) digital membantu Anda dalam mengakses dan berkomunikasi dengan audiens sasaran. Pada saat berkomunikasi secara *online*, pastikan bahwa Anda menggunakan media yang benar untuk audiens yang benar, pastikan bahwa Anda memahami jenis pelanggan Anda yang berbeda serta media yang paling berdampak positif pada setiap jenis.

Konten *online* dapat memiliki berbagai bentuk yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi, advokasi, pemasaran dan penjualan kepada para pengguna internet lain:

- Visual: termasuk video, gambar, GIF, blog.
- Audio: termasuk *podcast*.
- Teks: termasuk blog, *email*.

### 2.2.1 Video

Video semakin populer dan merupakan alat komunikasi yang efektif. Sebuah video memungkinkan Anda untuk menunjukkan produk atau jasa Anda secara lebih baik. Personalisasi diketahui akan meningkatkan keterlibatan dan kesetiaan di antara para pelanggan. Video dapat memasukkan bentuk komunikasi lain untuk memperkuat penyampaian pesan.

Contoh dari sebuah bisnis yang menggunakan video untuk mendukung usaha mereka: <https://fb.watch/9avKKw073U/>

## 2.2.2 Gambar(-gambar)

Gambar memiliki dampak yang lebih besar daripada teks, karena dapat menyampaikan gagasan, dan cerita serta menciptakan hubungan emosional yang dalam.

Contoh dari sebuah bisnis yang menggunakan gambar(-gambar) untuk mendukung usaha mereka:

[https://web.facebook.com/TheUltimateLookBarberSalon?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/TheUltimateLookBarberSalon?_rdc=1&_rdr)

## 2.2.3 Infografik

Infografik merupakan perwakilan visual dari data, informasi, dan pengetahuan yang kompleks. Infografik menyajikan informasi dalam format yang menyenangkan, menarik, dan mudah dipahami.

Contoh dari sebuah infografik oleh Coca-Cola :[http://thumbnails-visually.netdna-ssl.com/cocacola--the-background-behind-the-bottle\\_51ee8fc79ee08\\_w1500.jpg](http://thumbnails-visually.netdna-ssl.com/cocacola--the-background-behind-the-bottle_51ee8fc79ee08_w1500.jpg)

## 2.2.4 GIF

GIF merupakan serangkaian gambar atau video tanpa suara yang akan berulang secara terus-menerus dan tanpa perlu menekan tombol *play*.

## 2.2.5 Audio/ Podcast

*Podcast* merupakan sebuah rekaman audio yang disiarkan secara digital.

Rekaman tersebut dapat berupa narasi pengusaha tentang bisnis dan/atau produk atau jasa mereka atau dapat berupa diskusi, wawancara, dll. Audiens memerlukan suatu aplikasi untuk mengakses siaran tersebut. *Podcast* merupakan cara yang populer untuk melibatkan para pelanggan yang ada atau calon pelanggan secara lebih mendalam.

Contoh dari sebuah bisnis yang menggunakan *podcast* untuk mendukung usaha mereka: <https://theflip.africa/podcast/accessible-and-affordable-edtech-eneza-education-wambura-kimunya/>

## 2.2.6 Menulis artikel

Blog & mikroblog merupakan cara yang umum untuk menulis artikel dan menyebarkannya secara online, (berkomunikasi melalui teks).

Blog, singkatnya, sering kali digunakan untuk menyampaikan cerita demi mempromosikan sebuah bisnis dan dapat memuat gambar dan video untuk mendukung teks. Banyak pengusaha yang membuat blog secara reguler dan mengumpulkan pengikut sehingga meningkatkan profil bisnis khususnya pada saat meluncurkan produk atau jasa baru.

Mikroblog (secara harafiah “blog kecil”) memungkinkan para pengguna untuk membagikan potongan kecil konten seperti kalimat singkat, gambar terpisah, atau tautan video.

Terdapat sejumlah platform populer yang umumnya digunakan untuk mikroblog. Sebagian besar platform tersebut dapat digunakan secara gratis akan tetapi mengharuskan Anda untuk mengunduh aplikasinya dan mendaftar. Platform tersebut kebanyakan diakses melalui telepon pintar Anda akan tetapi juga dapat digunakan melalui perangkat lain. Informasi lebih lanjut tentang pembuatan blog terdapat pada bagian akhir panduan ini.

**Twitter** merupakan situs mikroblog yang paling terkenal. Twitter memungkinkan Anda untuk mengirimkan posting kecil yang dikenal sebagai ‘*tweet*’ dengan panjang sampai dengan 140 karakter. Selain para pengguna biasa, Twitter juga digunakan oleh para selebritas dan politikus. Kita dapat membagikan foto, video, dan teks di Twitter kepada para pengikut kita, disertai dengan tagar yang trendi. Anda juga dapat bertukar pesan dengan orang lain.

**Tumblr** merupakan salah satu situs mikroblog terbaik di mana Anda dapat dengan mudah membagikan foto, video, gambar, teks, dan tautan.

**Plurk** merupakan situs markah buku dan mikroblog sosial populer lainnya. Anda dapat membagikan tautan, gambar, video, dll. kepada para pengikut Anda.

**Twister** memiliki fitur-fitur seperti obrolan bebas, tidak ada memata-matai, dan tidak ada pencatatan IP (Protokol Internet).

**Soup.io** memberikan akses ke perpustakaan besar informasi bersama. Kelebihan lainnya adalah bahwa Soup.io dioptimalkan secara lebih baik sehingga orang lain dapat menemukan Anda dengan mudah dan memungkinkan Anda untuk membuat situs Web 2.0 Anda sendiri dan menambah konten.

**Gab** luar biasa baik untuk promosi merek secara global serta untuk dapat mengakses banyak informasi

**Reddit:** merupakan situs markah buku dan mikroblog sosial. Anda dapat menentukan dalam kategori apa bisnis Anda muncul, dan basis audiensnya yang besar berarti Anda memiliki sasaran penjangkauan yang cukup besar

**Micro.blog** merupakan situs yang mudah digunakan dengan banyak fungsi termasuk fitur-fitur seperti tema yang disesuaikan, kustomisasi, kategori, *podcast*, video, gambar, dan banyak lagi.

**Plerb** memungkinkan Anda untuk mengakses komunitas sosial yang besar, akan tetapi teks dibatasi sampai dengan 150 karakter

**Meme Generator (Gratis):** Meskipun bukan blog, meme merupakan cara yang lucu untuk menghasilkan publisitas jika dilakukan dengan benar. Formatnya memungkinkan Anda untuk menggunakan campuran teks, GIF, visual, video dan suara untuk Jika dilakukan dengan benar, alat gratis ini akan membantu Anda dalam membuat meme dengan menggunakan templat kosong.

## 2.3 Apa yang dimaksud dengan pemasaran digital?

Pemasaran digital merupakan komunikasi *online* yang menggunakan internet dan media *online* untuk memberitahukan kepada para calon pelanggan tentang Anda, perusahaan Anda, dan produk serta jasa Anda. Strategi pemasaran digital yang paling umum dirancang untuk menyebarkan pesan terkait merek melalui aplikasi web, mesin pencari, situs web, media sosial, dan *email*.

Sasaran utama dari pemasaran digital adalah menarik para klien baru dari platform digital seperti Google. Pemasaran digital merupakan metode yang terbukti menambah klien secara lokal dan global.

Platform Pemasaran Digital merupakan sebuah solusi yang membantu fungsi-fungsi pemasaran tertentu melalui internet, seperti mengulas penyedia jasa atau produk. Platform ini bertindak sebagai perantara antara Anda dan calon pelanggan Anda. Contoh yang terkenal termasuk TripAdvisor dan Airbnb.

## 2.4 Hasil belajar yang diharapkan setelah menyelesaikan topik ini

Setelah Anda menyelesaikan topik ini, Anda akan mampu untuk:

- Memahami apa yang dimaksud dengan pemasaran digital.
- Memahami dan menggunakan jenis alat pemasaran digital yang berbeda untuk mengembangkan sebuah bisnis.

## 2.5 Apa yang dimaksud dengan alat pemasaran digital?

Alat pemasaran digital merupakan sekumpulan perangkat lunak yang membantu seseorang menemukan, menjangkau, bertindak, melibatkan dan mengubah audiens sasaran menjadi pelanggan. Alat tersebut digunakan untuk mencapai

sasaran pemasaran digital, yaitu menemukan audiens sasaran dan mengubahnya menjadi klien melalui sumber daya web.

Alat pemasaran digital dapat diklasifikasi menjadi beberapa kategori seperti:

1. Optimisasi Mesin Pencari (SEO): Pencarian Organik
2. Analitik
3. Pencarian Berbayar/ Pemasaran Mesin Pencari (SEM): Google Ads
4. *Email Marketing* / Otomatisasi Pemasaran
5. Pemasaran Konten

## 2.5.1 Optimisasi Mesin Pencari (SEO): Pencarian Organik

SEO merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan dan penentuan posisi situs web dalam hasil pencarian pada mesin pencari seperti Google. Sederhananya, strategi ini digunakan untuk memastikan situs web bisnis seseorang muncul pada halaman pertama mesin pencari pada saat para calon pelanggan mencari produk yang ditawarkan oleh bisnis tersebut.

Kata kunci merupakan suatu kata atau frasa yang diketik oleh orang, atau calon pelanggan, pada mesin pencari pada saat mereka mencoba mencari suatu produk atau jasa. misalnya kulkas terbaik di negara Anda.

Alat penelitian kata kunci atau analisis kata kunci mengungkapkan kata kunci yang digunakan dalam pencarian mereka sehingga Anda dapat menggunakan kata-kata ini dalam pemasaran Anda untuk meningkatkan lalu lintas ke situs web bisnis Anda.

## 2.5.2 Analitik

Alat analitis membantu Anda dalam menganalisis data dari para pengunjung yang melihat halaman web Anda. Alat analitis paling sering digunakan untuk memahami secara lebih baik tentang para pelanggan dan calon pelanggan Anda dan bagaimana perilaku mereka sebagai akibat dari kegiatan pemasaran Anda. Jika

Anda dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang perilaku belanja pelanggan Anda, Anda seharusnya dapat menggunakan pesan pemasaran yang lebih relevan dan menjual lebih banyak produk.

Contoh alat analitis yang terkenal mencakup Google Analytics, Social Media Analytics dan Google Search Console.

## 2.5.3 Pencarian Berbayar dan Pemasaran Mesin Pencari (SEM)

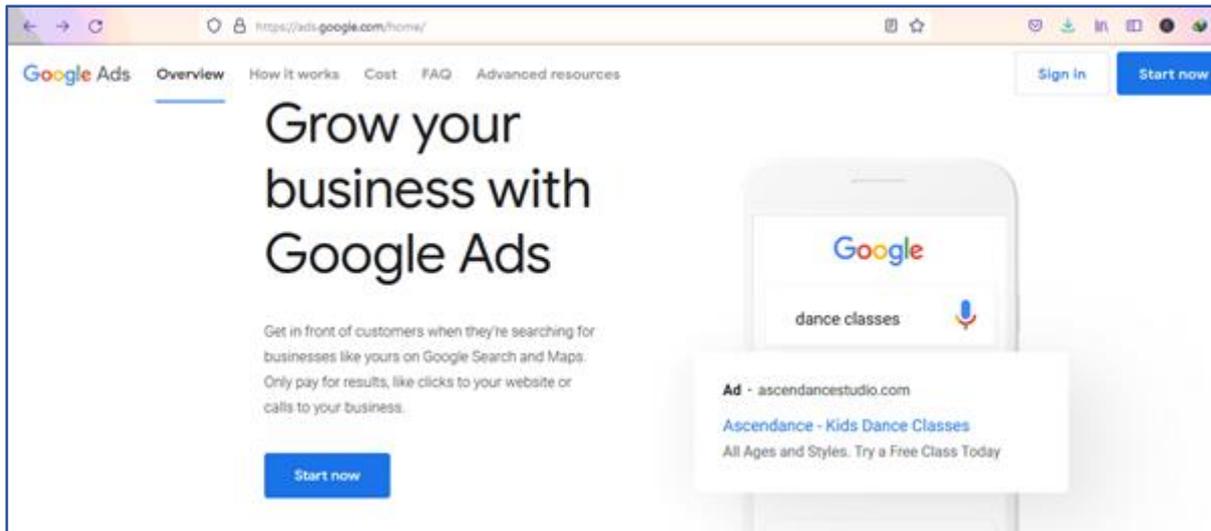
Pencarian berbayar merupakan suatu metode pemasaran digital di mana pengiklan membayar perusahaan mesin pencari seperti Google untuk menempatkan iklan pada Halaman Peringkat Mesin Pencari (*Search Engine Ranking Pages-SERP*). Metode tersebut juga dikenal sebagai Pemasaran Mesin Pencari (*Search Engine Marketing-SEM*).

Contoh yang baik dari Pencarian Berbayar adalah Google Ads yang sebelumnya dikenal sebagai Google AdWords di mana orang membayar Google, perusahaan, agar produk atau jasa mereka muncul dalam pencarian. Metode ini menjadi alternatif dari SEO.

### 2.5.3.1 Kegiatan: Menggunakan Google Ads

Untuk mengatur Google Ads, ikuti prosedur ini:

1. Buat sebuah situs web untuk bisnis Anda
2. Cari Google Ads pada Google atau ketik situs web ini  
<https://ads.google.com/home/>
3. Halaman di bawah akan terbuka. Klik “*Start Now*” dan ikuti semua *prompt* termasuk negara penagihan, zona waktu, dan mata uang.



Gambar 1: Laman Google Ads

## 2.5.4 Pemasaran Konten

Pemasaran konten merupakan suatu strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik, melibatkan, dan mempertahankan audiens dengan membuat dan membagikan video, artikel, *podcast*, dan media lain yang relevan.

Pendekatan ini merupakan alat pemasaran digital yang efektif karena pesan Anda akan bersifat autentik, dan Anda tidak perlu membayar banyak uang kepada orang lain untuk memublikasikan pesan Anda. Akan tetapi, pendekatan ini memerlukan investasi waktu dan upaya agar berfungsi.

## 2.5.5 Email Marketing

*Email Marketing* merupakan proses pengiriman pesan promosi kepada orang-orang dalam jumlah besar dengan tujuan untuk menghasilkan prospek atau penjualan dan dapat memuat iklan. Proses tersebut seperti mengirimkan surat iklan penjualan dalam dunia nyata. Proses tersebut juga dapat disebut sebagai pemasaran langsung, atau pemasaran langsung secara elektronik karena hanya Anda dan pembaca yang melihat pesan.

*Email Marketing* biasanya dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak otomatis yang mengumpulkan, menyimpan, dan mengirim *email* tertentu kepada

para pelanggan. Pengguna hanya membuat satu *email* dengan semua informasi dan tautan yang relevan dan sistem mengirimkan *email* tersebut kepada semua pelanggan dalam daftarnya pada waktu yang ditetapkan.

Contoh alat *email marketing* yang terkenal mencakup Sendinblue, GetResponse, dan MailChimp.

## 2.5.6 Kegiatan: Diskusi kelompok tentang pemasaran digital

Dalam kelompok beranggotakan tiga orang, Anda akan:

- Menemukan dan menunjukkan 6 contoh iklan *online* berbayar.
- Membandingkan iklan berbayar dengan hasil pencarian organik yang ditunjukkan oleh bisnis lain.
- Membahas contoh *email marketing* yang telah Anda terima. Anda dapat menggunakan kotak masuk *email* Anda untuk demonstrasi.
- Memberikan contoh kampanye Pemasaran Konten yang sedang tren. Membahas mana yang efektif dan mengapa.

## 2.5.7 Kegiatan: Google My Business/ Daftar Google

Daftar Google Maps atau Google My Business digunakan sebagai platform pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dari sebuah bisnis dan menarik lebih banyak klien. Platform tersebut juga memberikan kepada orang-orang arahan menuju bisnis.

- Pelatih menunjukkan cara menambahkan suatu bisnis atau setiap lokasi fisik pada Google Maps.

Untuk mengakses Google My Business, masuk ke

<https://www.google.com/business/> dan buat sebuah profil dengan mengikuti langkah-langkah yang ditampilkan di layar. Aplikasi telepon Google Maps juga dapat digunakan sebagaimana yang ditunjukkan dalam prosedur di bawah.

## Langkah-Langkah untuk Menambahkan sebuah Usaha pada Daftar Google Maps.

1. Navigasi ke Aplikasi Google Maps dan ketuk untuk membuka aplikasi tersebut.
2. Ketuk pada *contribute*.
3. Pada halaman berikutnya, ketik *ADD PLACE*.
4. Isi semua perincian yang diperlukan yang dimulai dengan '*Place name*' (Nama bisnis). Anda akan perlu mengklaim daftar bisnis ini kemudian. Secara alternatif, Anda dapat mengetuk pada '*Is this your business?*' untuk menavigasi secara langsung ke situs web Google My Business.
5. Pilih kategori yang sesuai.
6. Tetapkan lokasi fisik bisnis pada Google Maps dengan mengeklik '*Edit map location*' yang diikuti dengan memindahkan Lokasi Pin berwarna merah ke lokasi yang pasti.
7. Anda dapat beralih ke tampilan satelit pada Google Maps untuk mengonfirmasi apakah Lokasi Pin benar dan menunjukkan bangunan/ rumah/ area yang tepat di mana bisnis berada.
8. Tambahkan jam operasional, telepon yang digunakan dalam bisnis, situs web bisnis (opsional), tanggal di mana bisnis dibuka, Tambahkan Foto/*Add Photos* (sangat direkomendasikan), dan akhirnya, klik *Post* (seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 0.8 di bawah) dan tunggu bisnis disetujui oleh Tim peninjau Google.
9. Tunggu notifikasi dari Google (melalui *email*) untuk mengonfirmasi diterimanya penambahan Anda.

### 2.5.8 Kegiatan: Praktik kelompok

Dalam kelompok beranggotakan 3 orang, para peserta ajar seharusnya mempraktikkan penambahan sebuah bisnis atau setiap fitur fisik pada Google Maps. Anda dapat menggunakan sebuah bisnis yang nyata atau fitur fisik yang ada (sangat direkomendasikan) atau fitur fisik hipotesis.

Pelatih akan memberikan istirahat kepada para peserta ajar agar mereka dapat berjalan-jalan sebentar di sekitar lingkungan dan mengidentifikasi beberapa bisnis, mengambil foto, dan menambahkannya pada Maps, termasuk ulasan, jika berlaku.

### 2.5.9 Kegiatan: Praktik individual

Peserta ajar mempraktikkan penambahan sebuah bisnis atau perusahaan atau setiap struktur fisik pada Google Maps menggunakan waktu mereka sendiri (yaitu di rumah)

Kegiatan:

1. Buka Google Maps dan buat kontribusi dengan menambahkan sebuah bisnis, organisasi, bangunan atau setiap lokasi fisik. Jika Anda tidak memiliki sebuah usaha, gunakan usaha yang Anda ketahui.
2. Ambil foto bisnis atau lokasi tersebut. Jika memungkinkan, pastikan nama bisnis dapat dilihat (visibilitas ini meningkatkan persetujuan pendaftaran). Ketuk *Post* pada daftar untuk mengunggah foto tersebut.

### 2.5.10 Kegiatan: Refleksi

Isi tabel di bawah tentang penambahan bisnis dan fitur fisik pada daftar Google Maps.

Setelah Anda menyelesaikan kegiatan mereka, refleksikan dan catat pekerjaan Anda.

Untuk templat kegiatan dan refleksi yang kosong, silakan lihat lampiran yang menyertai.

Annex\_Activity and reflection template.docx

### 2.5.11 Tautan yang Bermanfaat

- Cara mengembangkan sebuah toko *online* (situs web *e-commerce*) secara mudah dengan menggunakan WordPress, <https://www.youtube.com/watch?v=0ytfC9NsX3Y>

- Cara menambahkan kode penelusuran Google Analytics dan Google Search Console pada sebuah situs web yang dibuat pada WordPress, <https://www.youtube.com/watch?v=f-ynp7U0H2E>

## 2.6 Mendengarkan apa yang orang inginkan

Pemasaran *online* bukan hanya tentang mengirimkan pesan kepada orang lain. Komunikasi *online* seperti komunikasi dalam dunia nyata, Anda berbicara dan mendengarkan.

### 2.6.1 Social listening

Ini adalah proses pemantauan saluran media sosial perusahaan atau merek. Anda akan melakukan kegiatan ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kepuasan dan umpan balik pelanggan, penyebutan merek secara langsung atau diskusi tentang topik tertentu, kata kunci, pesaing, industri dan kesempatan. Informasi ini seharusnya memberikan kepada Anda beberapa pemahaman yang dapat membantu Anda mengeksplorasi kesempatan pemasaran dan penjualan.

Alat *social listening* yang terkenal mencakup HubSpot, Sprout Social, Lately, dan Hootsuite. Anda juga dapat mengikuti para pesaing, pemimpin pemasaran, dan *influencer* serta memperhatikan apa yang mereka bicarakan, tagar apa yang sedang tren dan apa yang umumnya orang-orang bicarakan secara *online*.

### 2.6.2 Search listening

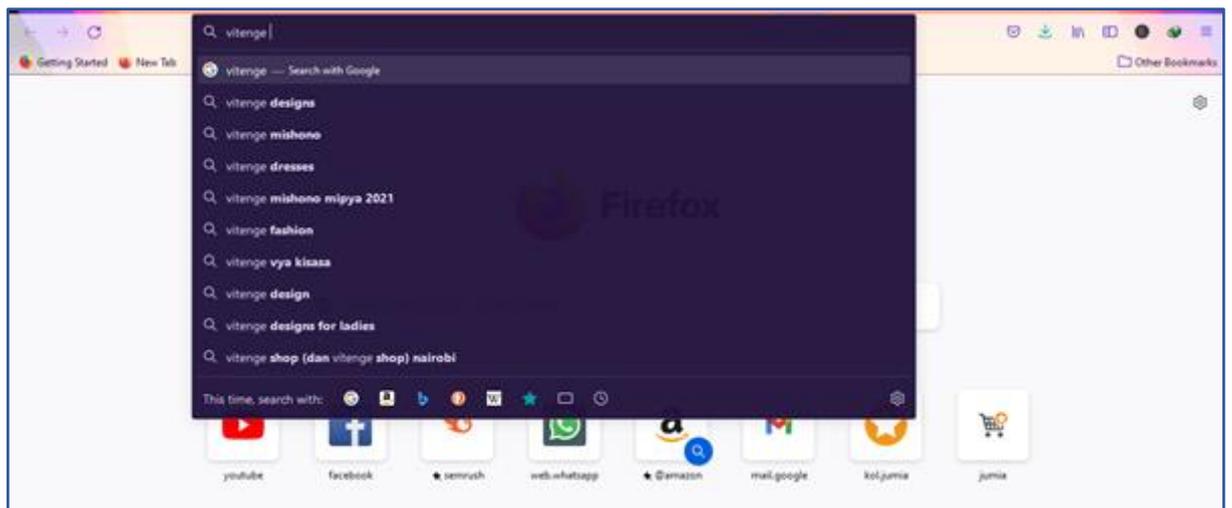
*Search listening* merupakan proses penggunaan informasi dari mesin pencari (seperti Google, atau Bing) untuk penelitian pelanggan.

Terdapat miliaran pencarian setiap hari pada mesin pencari. Jika Anda mengetahui apa yang orang-orang tanyakan, Anda dapat mempertimbangkan tentang cara mengubah atau menyesuaikan pesan pemasaran Anda untuk menjawab pertanyaan pelanggan tersebut. Hal ini dapat membantu Anda

mendapatkan lebih banyak pengunjung di situs web Anda dan mendapatkan lebih banyak pertanyaan dan penjualan.

Jika Anda mengetik apa pun di Google, Anda akan mendapatkan saran-saran untuk menyelesaikan pertanyaan Anda. Saran-saran ini didasarkan pada pencarian oleh orang lain.

Lihat contoh di bawah. Istilah pencarian “*Vitenge*” diketik ke dalam bilah pencarian Google dan kata kunci yang terkait seperti *Vitenge designs*, *vitenge mishono*, *vitenge dresses*, dan *vitenge designs for ladies* juga ditampilkan. Saran-saran ini memberitahukan kepada Anda apa yang orang lain cari. Anda dapat menggunakan informasi ini dalam pemasaran konten, kata kunci SEO Anda, kata kunci Google Ad dan baris judul *email* kepada para calon pelanggan sasaran.



Gambar 2: Bilah pencarian Google yang biasa yang menunjukkan saran-saran sebagai contoh search listening

### 2.6.3 Alat-alat yang akan membantu pemasaran digital Anda

Terdapat banyak jenis aplikasi dan alat pembantu yang mungkin bermanfaat bagi Anda. Aplikasi dan alat pembantu tersebut dikelompokkan ke dalam kategori berikut:

- Memahami tren, membuat gagasan untuk pemasaran Anda.
- Menulis dan membuat catatan.
- Optimalisasi Mesin Pencari (SEO) – cara untuk mempermudah Anda melakukan pencarian dalam dunia digital.
- Kreasi visual.
- Promosi konten.
- Pengelolaan proyek.
- Penyimpanan.
- Cadangan.
- Analitik.

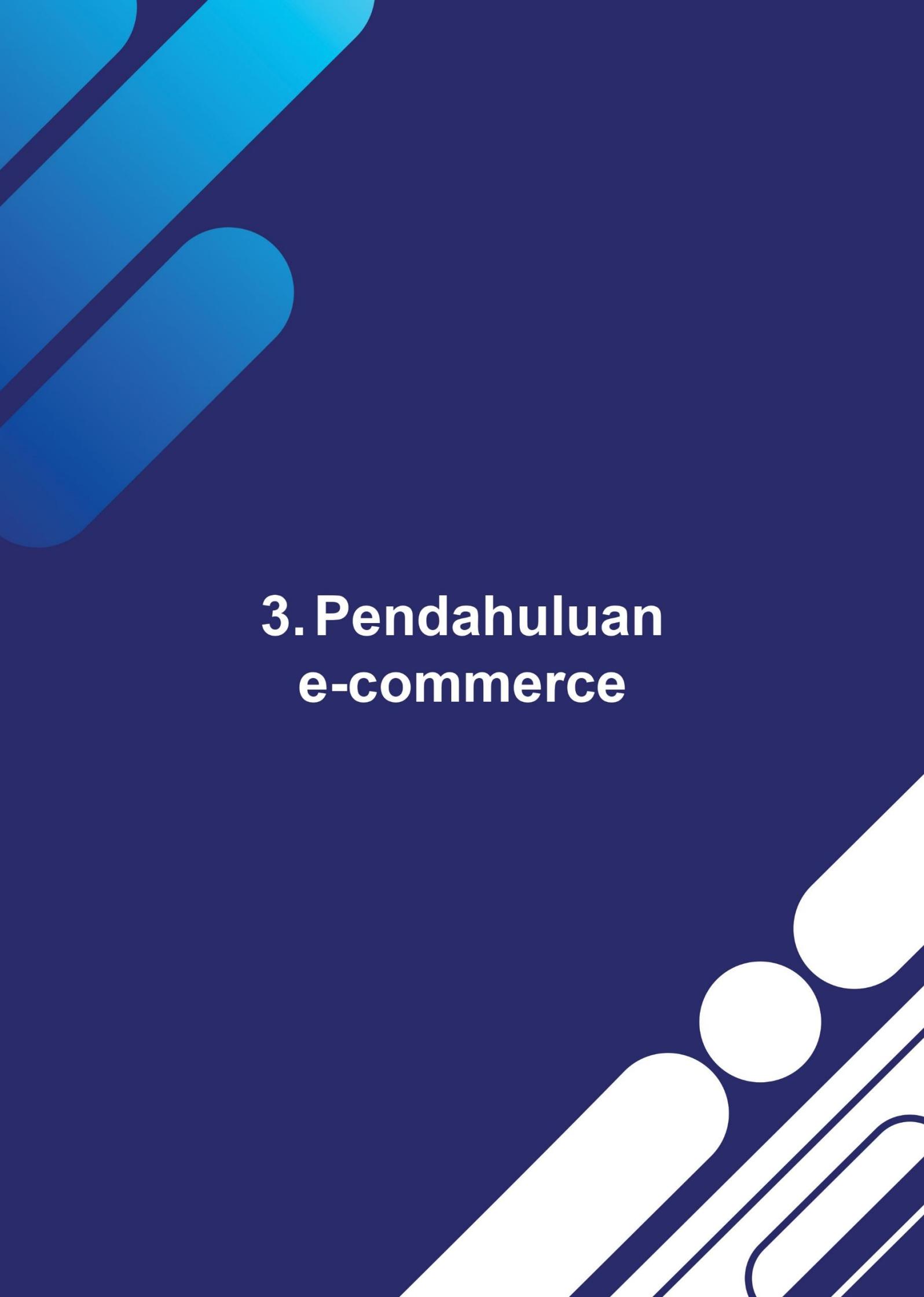
### 2.6.3.1 Kegiatan: Meneliti alat pemasaran digital yang bermanfaat

Apabila Anda tertarik untuk menemukan alat yang akan membantu pemasaran *online* Anda, gunakan keterampilan pencarian web secara *online* Anda.

Setelah Anda menyelesaikan kegiatan mereka, refleksikan dan catat pekerjaan Anda.

Untuk templat kegiatan dan refleksi yang kosong, silakan lihat lampiran yang menyertai.

Annex\_Activity and reflection template.docx

The background is a solid dark blue. In the top-left corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in various shades of blue, ranging from a light cyan to a dark navy. In the bottom-right corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in white, some with dark blue outlines, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is modern and clean.

# **3. Pendahuluan e-commerce**



## 3. Pendahuluan *e-commerce*

*E-commerce* (atau perdagangan secara elektronik) merupakan setiap jenis transaksi usaha yang melibatkan transfer informasi melalui internet.

Terdapat beberapa cara untuk menjual barang dan jasa Anda secara *online*.

- Menggunakan situs web untuk iklan demi mengarahkan para pelanggan kepada Anda. Mereka kadang kala disebut platform pemasaran digital.
- Memiliki situs web *e-commerce* Anda sendiri yang memungkinkan Anda untuk menjual produk dan jasa secara *online*.
- Menggunakan pasar *e-commerce*. Terdapat situs web yang mengizinkan para pedagang independen, seperti Anda sendiri, untuk memiliki akses ke banyak pengguna. Situs web ini seperti pasar dunia nyata.
- *Social marketplace*. Pasar ini adalah pasar yang dirancang untuk perdagangan, akan tetapi mereka melekat pada platform media sosial seperti Facebook.

### 3.1 Situs web dan platform pemasaran digital

Situs web ini menyediakan etalase bagi bisnis Anda untuk menjangkau banyak pengguna.

Situs web ini tidak secara langsung terlibat dalam penjualan atau pengiriman suatu produk atau jasa. Sebaliknya, mereka berfokus untuk menghubungkan Anda dengan para calon klien sehingga membuat proses pemasaran dan penjualan menjadi lebih mudah bagi Anda. Situs web itu sendiri merupakan sebuah platform – mereka membantu Anda untuk melakukan penjualan. Mereka tidak memiliki produk mereka sendiri yang akan dijual kepada para pelanggan.

Contoh dari sebuah platform pemasaran digital adalah TripAdvisor. TripAdvisor merupakan situs web *hospitality* yang membantu para pelaku perjalanan dalam memperoleh informasi perjalanan dan memberikan ulasan. Bisnis mendorong para pengguna untuk memberikan ulasan demi mendapatkan publisitas dan menarik para pelaku perjalanan di masa depan. Contohnya yang baik adalah Cheetah Revolution Safaris yang telah mengumpulkan sekitar 85 ulasan dari para klien secara global. Ulasan ini memberikan keyakinan kepada para klien baru yang ingin memesan kepada perusahaan tersebut.

Contoh terkenal yang lain mencakup Airbnb dan Uber.

## 3.2 Pasar e-commerce

Pasar *e-commerce*, atau pasar *online*, merupakan sejenis situs web di mana informasi produk atau jasa diberikan oleh beberapa pihak ketiga. Pasar *e-commerce* memungkinkan bisnis dan pengguna untuk mendaftar dan menjual barang satuan sampai dengan barang dalam jumlah besar dengan biaya.

Pasar tersebut menyediakan teknologi untuk membuat posting gambar, penjelasan dan menerima pembayaran. Pasar merupakan tempat tujuan yang populer dan dengan demikian, mereka juga menyediakan akses ke berbagai calon klien. Pasar juga dapat menangani pengemasan dan pengiriman produk Anda dengan biaya tambahan. Penanganan ini dapat bermanfaat apabila Anda tidak memiliki ruang gudang atau akses ke dukungan logistik.

Contoh pasar *e-commerce* yang terkenal mencakup eBay, Amazon dan Alibaba.

## 3.3 Social marketplace

*Social marketplace* merupakan pasar yang memungkinkan para penjual dan calon pelanggan untuk saling berkomunikasi serta membeli dan menjual produk dan jasa.

*Social marketplace* dapat berupa:

- komunitas sosial dalam suatu situs web pasar *e-commerce*.
- pasar dalam suatu jaringan sosial, misalnya Facebook Marketplace.

### 3.4 Pertimbangan khusus *E-commerce*

Apabila Anda mempertimbangkan tentang penggunaan *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis Anda, berikut ini adalah beberapa hal sederhana yang perlu dipertimbangkan:

- Gerbang pembayaran. Ini adalah layanan yang ditawarkan oleh platform dan pasar, atau bagian teknis dari situs web *e-commerce* Anda sendiri yang memungkinkan para pelanggan untuk melakukan pembayaran.
- Kemasan. Kemasan yang baik memastikan dan menjaga agar kualitas barang yang Anda kirim berada dalam kondisi yang baik pada saat dikirim kepada pelanggan.
- Pengiriman dan Logistik. Pertimbangkan layanan pengiriman yang akan membantu Anda mengelola aspek logistik bisnis *e-commerce*.
- Biaya dan harga. Pertimbangkan berapa banyak yang dapat Anda keluarkan untuk iklan demi mendapatkan pelanggan. Pertimbangkan berapa yang akan mereka bayar dalam setiap transaksi dengan Anda, selain apakah mereka akan menjadi pelanggan tetap, dan potensi belanja selama keterlibatan “seumur hidup” dengan bisnis Anda. Anda tentunya harus mendapatkan lebih banyak uang daripada yang Anda keluarkan.

The background is a solid dark blue. In the top-left corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in various shades of blue, ranging from light to dark. In the bottom-right corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in white, also in various shades, creating a sense of depth and movement.

## **4. Cara mendapatkan pekerjaan secara online**



## 4. Cara mendapatkan pekerjaan secara *online*

Internet dapat membantu dalam menyampaikan surat lamaran pekerjaan Anda kepada lebih banyak pemberi kerja daripada yang dapat Anda lakukan dalam dunia nyata.

Berikut ini adalah beberapa cara biasa untuk menggunakan internet demi mendapatkan pekerjaan:

- Gunakan jaringan Anda yang sudah ada.
- Gunakan kerjantara.
- Buat posting pada papan lowongan kerja.
- Kembangkan identitas profesional.
- Untuk contoh-contoh yang relevan dengan negara Anda, silakan lihat lampiran negara yang menyertai.

### 4.1 Gunakan jaringan Anda yang sudah ada

Kemungkinan besar, Anda menggunakan perangkat digital Anda untuk tetap berhubungan dengan teman dan keluarga. Anda mungkin melakukannya melalui platform media sosial seperti Facebook atau Instagram, atau melalui platform pengirim pesan sosial seperti WhatsApp atau WeChat.

Anda dapat bertanya kepada para kontak Anda apakah mereka mengetahui tentang kesempatan kerja apa pun, atau memberitahukan kepada mereka bahwa Anda sedang aktif mencari pekerjaan. Pendekatan ini cepat, informal dan gratis. Pendekatan tersebut mungkin tidak seefektif metode lain yang tercantum di bawah karena kontak sosial Anda mungkin tidak memiliki lowongan kerja atau mengetahui tentang bisnis lain yang sedang mencari karyawan.

### 4.1.1 Gunakan kerjantara

Kerjantara, atau agen tenaga kerja, merupakan titik permulaan yang baik apabila Anda sedang mencari pekerjaan.

Kerjantara sering kali memiliki situs web *online* dan kantor fisik yang dapat Anda kunjungi. Anda dapat berbicara kepada orang lain secara langsung, melalui telepon atau obrolan *online*. Percakapan ini akan membantu agen tersebut memahami kelebihan dan ketertarikan Anda. Percakapan ini akan membantu mereka dalam mencocokkan Anda dengan perusahaan yang memiliki kesempatan kerja.

Para pemberi kerja sering kali mencari calon pekerja yang baik pada agen tersebut, sehingga jangan lupa untuk terus memperbarui resume Anda.

Agen tersebut fleksibel karena Anda sering kali dapat melamar pekerjaan paruh waktu, pekerjaan sementara atau pekerjaan tetap purnawaktu.

Terdapat banyak agen *online* di wilayah Anda.

### 4.1.2 Buat posting pada Papan lowongan kerja

Papan lowongan kerja *online* merupakan cara yang populer dan efektif untuk mencari kesempatan kerja dan menyampaikan resume (atau CV) Anda kepada para calon pemberi kerja. Cara ini agak mirip halaman lowongan kerja dari sebuah koran dengan iklan.

Papan lowongan kerja dapat bersifat khusus untuk daerah tertentu seperti suatu kota atau negara, atau untuk jenis pekerjaan tertentu seperti pertanian, *hospitality* atau keamanan.

Papan lowongan kerja internasional yang terkenal mencakup **indeed**, dan **totaljobs**.

### 4.1.3 Mendapatkan proyek berbayar, atau “gig”

Anda dapat bekerja sebagai **kontraktor jangka pendek, sementara, atau independen** bagi lebih dari satu pemberi kerja.

Contoh jenis platform ini yang terkenal adalah Uber, layanan pemanggil taksi. Platform tersebut menghubungkan seorang pengemudi dengan para calon penumpang. Anda bebas memutuskan apakah Anda ingin mengenakan ongkos. Platform tersebut menerima komisi dari ongkos yang Anda kenakan pada penumpang Anda.

Terdapat platform lain untuk pekerjaan lepas, yang kadang kala disebut “gig”. Beberapa contoh yang paling terkenal mencakup **Fiverr**, **PeoplePerHour** dan **Freelancer**.

Terdapat contoh di wilayah Anda yang akan memiliki fokus yang lebih baik pada kesempatan lokal.

### 4.1.4 Mengembangkan Identitas Profesional Anda

Suatu jaringan profesional *online* sama seperti jaringan sosial biasa. Jaringan tersebut dirancang untuk membantu dalam mempertemukan orang dan dalam percakapan mereka.

Suatu jaringan profesional berbeda dari jaringan sosial yang biasa karena fokusnya pada hubungan dan kesempatan usaha.

#### **Alasan untuk menjadi bagian dari suatu jaringan profesional *online***

- Meningkatkan profil Anda – Melalui partisipasi dalam jaringan profesional, Anda menunjukkan kekuatan Anda dan mendapatkan visibilitas yang lebih tinggi
- Membangun kepercayaan diri -Melalui interaksi dan keterlibatan dengan orang lain, Anda meningkatkan keterampilan sosial /*soft skill* Anda. Semakin luas jaringan Anda, semakin besar kepercayaan diri Anda.

- Mendapatkan gagasan baru dan eksposur ke perspektif yang berbeda - tingkatkan pengetahuan dan pengalaman Anda. Keberagaman antar anggota dari suatu jaringan profesional *online* membantu para peserta dalam mengembangkan perspektif baru dan pendekatan yang inovatif
- Memperkuat usaha dan hubungan pribadi- Jaringan profesional sosial adalah tentang berbagi untuk keuntungan bersama. Jaringan tersebut mendorong pembagian gagasan dan kemitraan antar organisasi/individu untuk mencapai sasaran mereka
- Tingkatkan karier Anda melalui kesempatan, pengetahuan, dan nasihat serta dukungan baru. Jaringan menawarkan kepada Anda kesempatan untuk berinteraksi dengan para tenaga ahli yang lebih berpengalaman. Anda belajar dari pengalaman dan tantangan bersama mereka.

Dapatkan akses kesempatan kerja seiring dengan interaksi Anda dengan orang lain dalam industri Anda. Hal ini dapat terjadi melalui rujukan, akan tetapi yang lebih penting, karena para pemberi kerja menggunakan jaringan ini untuk mencari para calon karyawan.

Contoh situs web jaringan profesional yang terkenal adalah LinkedIn. LinkedIn digunakan secara luas untuk menghasilkan prospek bisnis, dengan menempatkan diri Anda sebagai seorang tenaga ahli dalam bidang tertentu atau dengan pengalaman tertentu, dan untuk perekrutan. Para pemberi kerja dan bisnis yang ingin membeli jasa akan mencari di LinkedIn, sehingga pembuatan dan pembaruan profil Anda secara reguler merupakan hal yang bermanfaat.

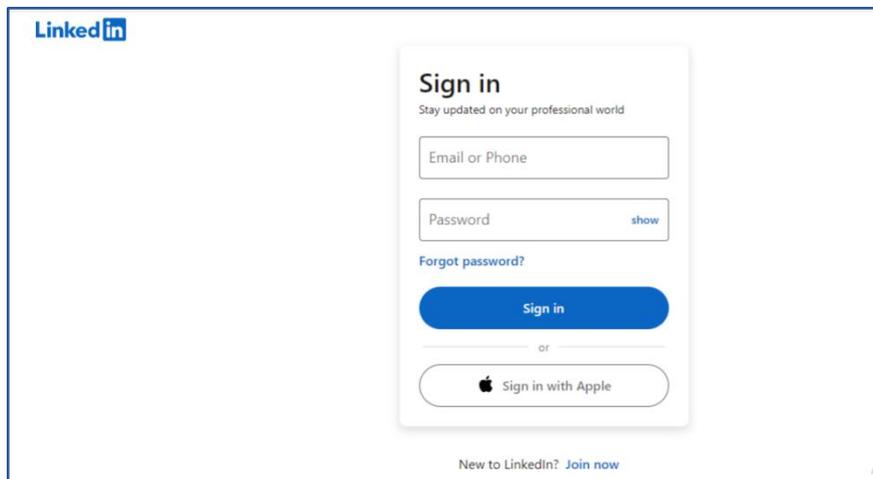
Situs jaringan profesional lain mencakup Meetup, Xing, dan Bark.

Lihat lampiran khusus untuk negara Anda untuk melihat contoh situs jaringan yang relevan yang bermanfaat bagi Anda.

## 4.2 Kegiatan: Membuat sebuah profil LinkedIn

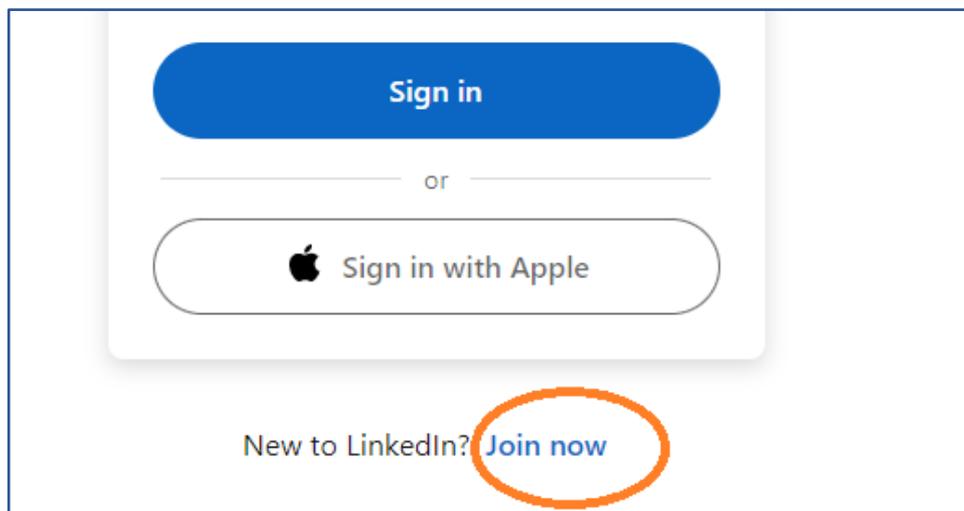
Langkah-langkah di bawah menjelaskan cara membuat akun LinkedIn:

1. Navigasi ke halaman pendaftaran LinkedIn pada peramban web Anda.



Gambar 3: Halaman Masuk/ Pendaftaran LinkedIn

2. Pilih opsi "*Join now*" untuk memulai proses. Jangan gunakan opsi *Sign in*.



Gambar 4: Pilihan "join now"

3. Ketik alamat *email* Anda, dan kata sandi.
4. Klik *agree and join*.
5. Masukkan Nama Depan dan Nama Belakang untuk membuat sebuah akun pengguna.
6. Selesaikan verifikasi.

Setelah langkah-langkah di atas diselesaikan, penting untuk memperbarui informasi pribadi lain yang menetapkan Anda sebagai seorang individu. Anda dapat menambahkan foto, pengalaman akademis dan kerja, keterampilan dan apakah Anda mencari pekerjaan atau menawarkan jasa. Apabila Anda sedang mencari pekerjaan, pilih opsi "*Let recruiters know you're open*". Opsi ini memberitahukan kepada LinkedIn bahwa Anda ingin membagikan profil Anda kepada orang yang mencari pekerja.

### 4.3 Kegiatan: Kegiatan dan pertanyaan diskusi kelompok

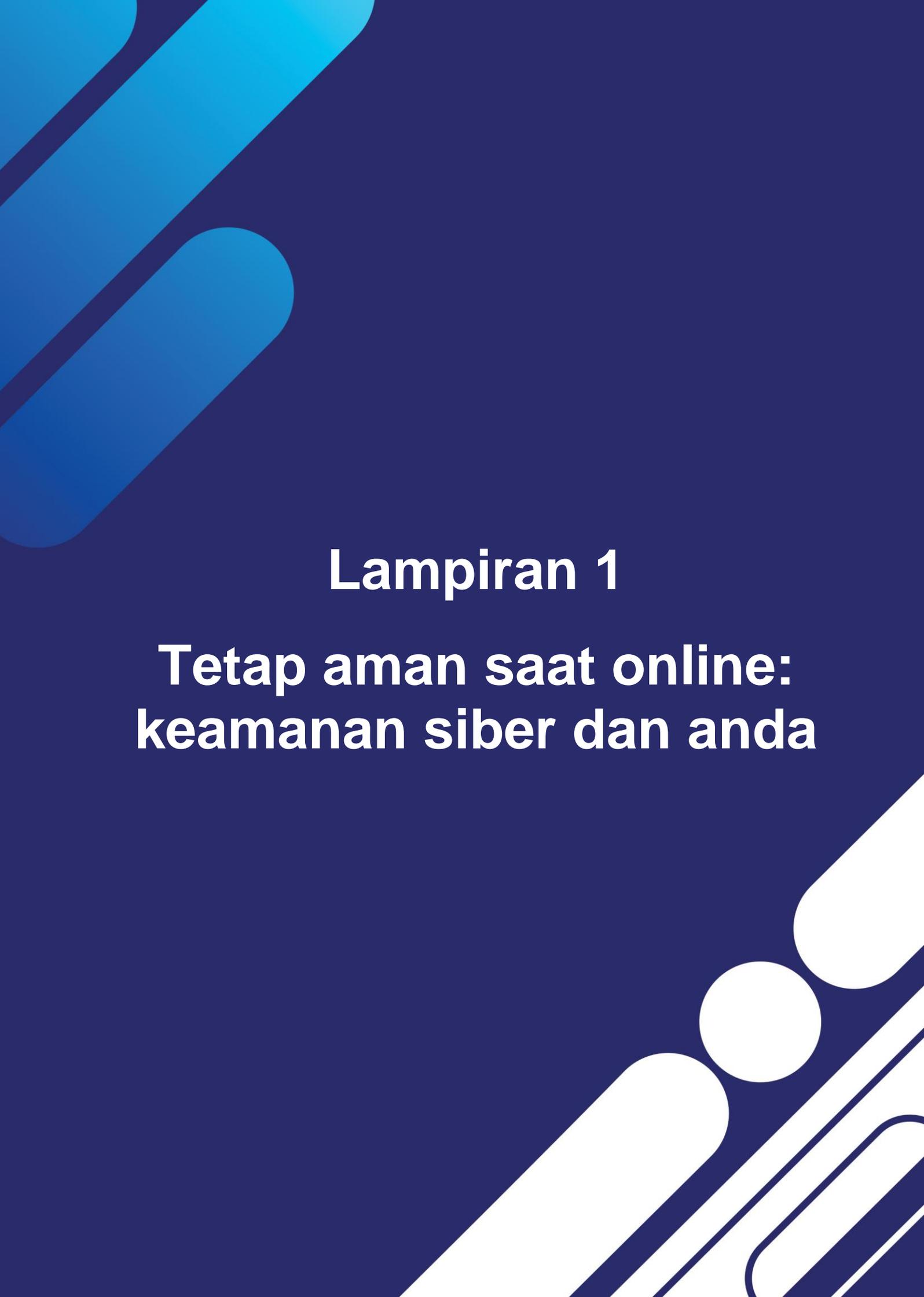
- Apa yang dapat menjadi lebih bermanfaat bagi upaya Anda saat ini? Membuat jaringan media sosial baru atau bergabung dalam jaringan yang ada
- Mengapa kurasi konten dalam jaringan sosial merupakan hal yang penting?
- Apa yang akan membuat keterlibatan Anda dalam kurasi konten menjadi lebih produktif?
- Apa yang perlu Anda lakukan secara berbeda agar terlibat secara konstruktif dalam jaringan sosial yang profesional?
- Bagaimana Anda dapat memperoleh lebih banyak keuntungan dari jaringan sosial yang profesional?

### 4.4 Kegiatan: Kegiatan individual

- Buat profil LinkedIn pribadi Anda dan masukkan penjelasan, pengalaman, kompetensi serta setiap informasi lain yang diperlukan.
- Buat akun Facebook pribadi dan buat halaman untuk bisnis Anda.
- Buat posting untuk memasarkan produk Anda dan jadwalkan agar berfungsi secara sesuai.
- Buat akun YouTube, tambahkan konten ke dalam akun tersebut dan bagikan kepada teman-teman.

## 4.5 Sumber bacaan lebih lanjut

- Cara membuat sebuah akun Facebook.  
<https://www.youtube.com/watch?v=NaqR1bJCdiY>
- Cara membuat sebuah akun LinkedIn,  
<https://www.youtube.com/watch?v=jh5eDSMPvjE>

The background is a dark blue color. In the top-left corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in various shades of blue, ranging from a light cyan to a dark navy. In the bottom-right corner, there are white geometric shapes, including a circle, a rounded rectangle, and several parallel lines, creating a modern, abstract design.

# Lampiran 1

**Tetap aman saat online:  
keamanan siber dan anda**



# 1. Tetap aman saat *online*: Keamanan siber dan Anda

Topik tentang keamanan dunia maya ini memberikan informasi tentang cara memastikan kerahasiaan, integritas data, dan cara tetap aman saat *online* dan *offline* dengan perangkat digital Anda.

## 1.1 Hasil yang diharapkan dari modul keamanan siber

Setelah menyelesaikan topik ini, Anda akan dapat:

- Menjadikan informasi pribadi dan keamanan komunikasi Anda sebagai prioritas
- Mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah keamanan sederhana
- Menguji keamanan situs *online* yang membutuhkan informasi pribadi sebelum digunakan

## 1.2 Apa itu keamanan siber?

Keamanan siber adalah penerapan teknologi, proses, dan kontrol untuk melindungi sistem komputer, jaringan, program, perangkat, dan data dari serangan. Serangan digital disebut serangan siber.

Keamanan siber bertujuan untuk mengurangi risiko dan tingkat keparahan serangan siber, dan untuk melindungi dari eksploitasi sistem, perangkat, jaringan, dan teknologi yang tidak sah. Ini juga mengacu pada praktik mengamankan perangkat elektronik dan informasi pribadi dari akses atau serangan yang tidak sah.

Keamanan siber mencakup tata kelola internet, kejahatan siber, perlindungan data, yurisdiksi, merek dagang, serta hak cipta dan kekayaan intelektual.

## 1.3 Istilah Utama yang digunakan dalam Keamanan Siber

Berikut adalah beberapa definisi istilah yang akan Anda temukan di panduan ini dan juga dalam percakapan atau buku teks tentang keamanan siber.

**Keamanan jaringan** adalah praktik mengamankan jaringan komputer dari penyusup, baik itu oleh penyerang bertarget atau *malware* atau virus yang bersifat oportunistis.

**Keamanan aplikasi** berfokus pada menjaga perangkat lunak dan perangkat Anda bebas dari ancaman. Aplikasi yang disusupi dapat memberikan akses ke data yang dirancang untuk dilindungi. Keamanan yang baik dimulai pada tahap desain, jauh sebelum program atau perangkat diterapkan.

**Keamanan informasi** melindungi integritas dan privasi data, baik dalam penyimpanan maupun dalam perjalanan.

**Keamanan operasional** mencakup proses dan keputusan untuk menangani dan melindungi aset data seperti izin yang dimiliki pengguna saat mengakses jaringan dan prosedur yang menentukan cara dan tempat data dapat disimpan.

**Pemulihan bencana dan kelangsungan bisnis** menentukan cara organisasi merespons insiden keamanan siber atau peristiwa lain apa pun yang menyebabkan hilangnya operasi atau data. Organisasi menggunakan kebijakan pemulihan bencana untuk mengatur cara memulihkan operasi dan informasi untuk kembali ke kapasitas operasi yang sama seperti sebelumnya.

**Edukasi pengguna akhir** membahas tindakan pencegahan yang harus dilakukan orang untuk menghindari masuknya virus secara tidak sengaja ke sistem yang aman dengan mengikuti praktik keamanan yang baik. Mereka mengajarkan pengguna untuk menghapus lampiran *email* yang mencurigakan, tidak

mencolokkan *flashdisk* yang tidak dikenal, dan berbagai pelajaran penting lainnya yang penting untuk keamanan organisasi mana pun.

## 1.4 Jenis Data Pribadi yang Ditargetkan dalam Serangan Siber

Data pribadi adalah informasi apa pun yang terkait dengan manusia yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi. Seseorang dapat diidentifikasi jika mereka dapat diidentifikasi secara langsung atau tidak langsung – misalnya, dengan mengacu pada pengidentifikasi seperti nama, nomor identifikasi, data lokasi, pengidentifikasi *online* atau salah satu dari beberapa karakteristik unik (fisik, fisiologis, genetik, mental, komersial, budaya, atau sosial).

Contohnya termasuk nomor kartu identitas, nomor paspor, atau nomor jaminan sosial Anda. Contoh lain dari data pribadi termasuk nomor telepon, kartu kredit, atau nomor induk di tempat kerja, data rekening, plat nomor mobil, penampilan pribadi, nomor pelanggan, atau alamat.

### 1.4.1 Konsekuensi Tidak Mengamankan Data Pribadi

Sebagian besar pengguna internet tidak menyadari ancaman terhadap privasi *online* dan risiko yang terkait dengan memiliki data pribadi mereka secara *online*. Berikut adalah beberapa konsekuensi dari ancaman *online* terhadap data pribadi:

#### 1.4.1.1 Kerugian finansial

Dampak finansial dari pembobolan data tidak diragukan lagi merupakan salah satu konsekuensi paling langsung dan paling berat yang harus dihadapi organisasi atau individu dalam kejahatan siber.

#### 1.4.1.2 Kerusakan Nama Baik

Berita menyebar dengan cepat dan organisasi serta individu dapat menemukan diri mereka di pusat berita global dalam hitungan jam setelah pembobolan atau pengungkapan. Pemberitaan negatif ini serta hilangnya kepercayaan dapat

menyebabkan kerusakan yang tidak dapat diperbaiki pada entitas atau individu yang datanya dibobol tersebut.

### 1.4.1.3 Waktu henti operasional

Operasi bisnis atau pribadi sering kali akan sangat terganggu setelah pembobolan data. Organisasi atau individu perlu menahan pembobolan dan melakukan penyelidikan menyeluruh tentang bagaimana hal itu terjadi dan sistem apa yang diakses. Entitas mungkin perlu ditutup sepenuhnya sampai penyelidik mendapatkan semua jawaban yang mereka butuhkan dan ini adalah proses yang dapat memakan waktu berhari-hari, bahkan berminggu-minggu, tergantung pada tingkat pembobolannya.

### 1.4.1.4 Tindakan hukum

Di bawah peraturan perlindungan data, organisasi atau individu terikat secara hukum untuk menunjukkan bahwa mereka telah mengambil semua langkah yang diperlukan untuk melindungi data pribadi. Jika data ini disusupi, individu yang terkena dampak dapat meminta tindakan hukum untuk mengklaim kompensasi dari pihak yang bertanggung jawab.

### 1.4.1.5 Hilangnya data sensitif

Data biometrik sangat berharga bagi penjahat dunia maya – lebih dari sekadar informasi dasar kartu kredit dan alamat *email*. Ini karena penjahat dapat menggunakan data ini untuk menyebabkan kerusakan serius pada individu. Pelanggaran yang mengekspos data ini dapat menjadi bencana dan melebihi kerugian finansial dan reputasi apa pun.

## 1.4.2 Ancaman terhadap data pribadi Anda

### 1.4.2.1 *Malware*

*Malware* adalah perangkat lunak berbahaya seperti *spyware* atau virus. *Malware* diaktifkan ketika pengguna mengklik *link* atau lampiran berbahaya, yang

mengarah ke penginstalan perangkat lunak berbahaya. Setelah *malware* diaktifkan, ia dapat:

- Memblokir akses ke komponen jaringan utama (*Ransomware*)
- Menginstal perangkat lunak berbahaya tambahan
- Mengambil informasi secara diam-diam dengan mengirimkan data dari *hard drive* (*Spyware*)
- Mengganggu bagian individu, membuat sistem tidak dapat dioperasikan (*Bricking*)

Anda dapat mencegah serangan *Malware* dengan mengikuti langkah-langkah berikut:

- Instal perangkat lunak antivirus/*antimalware*.
- Perbarui perangkat lunak antivirus Anda.
- Jalankan pemindaian terjadwal secara teratur dengan perangkat lunak antivirus Anda.
- Perbarui sistem operasi Anda.
- Amankan jaringan Anda.
- Hindari membuka *link* yang mencurigakan atau mengunduh lampiran dari sumber yang tidak dikenal.
- Jaga keamanan informasi pribadi Anda dengan mengunci semua pengaturan privasi Anda melalui kata sandi yang aman.
- Instal *Firewall* yang mencegah serangan berbahaya dengan memblokir semua akses tidak sah ke atau dari jaringan komputer pribadi.
- Cadangkan data Anda secara teratur dan uji pencadangan secara berkala untuk memastikan Anda dapat mengakses informasi yang diarsipkan.

### 1.4.2.2 Serangan *Penipuan*

Ini mengacu pada cara mendapatkan informasi pribadi Anda dengan menipu Anda. Serangan penipuan (*phishing*) digunakan untuk mendapatkan informasi seperti nomor kartu kredit atau detail *login* bank dengan berpura-pura menjadi situs web yang terpercaya. Untuk mencegah *penipuan*, lakukan tindakan pencegahan sederhana ini:

- Pastikan keamanan situs web sebelum memasukkan informasi pribadi.

- Hindari mengikuti *link* dari *email* dan pesan lainnya, kunjungi situs web tujuan dengan mengetik sendiri alamatnya di *browser* Anda.
- Jangan memberikan informasi pribadi secara *online* kecuali Anda yakin dapat memverifikasi identitas penerima dan mereka dapat dipercaya.

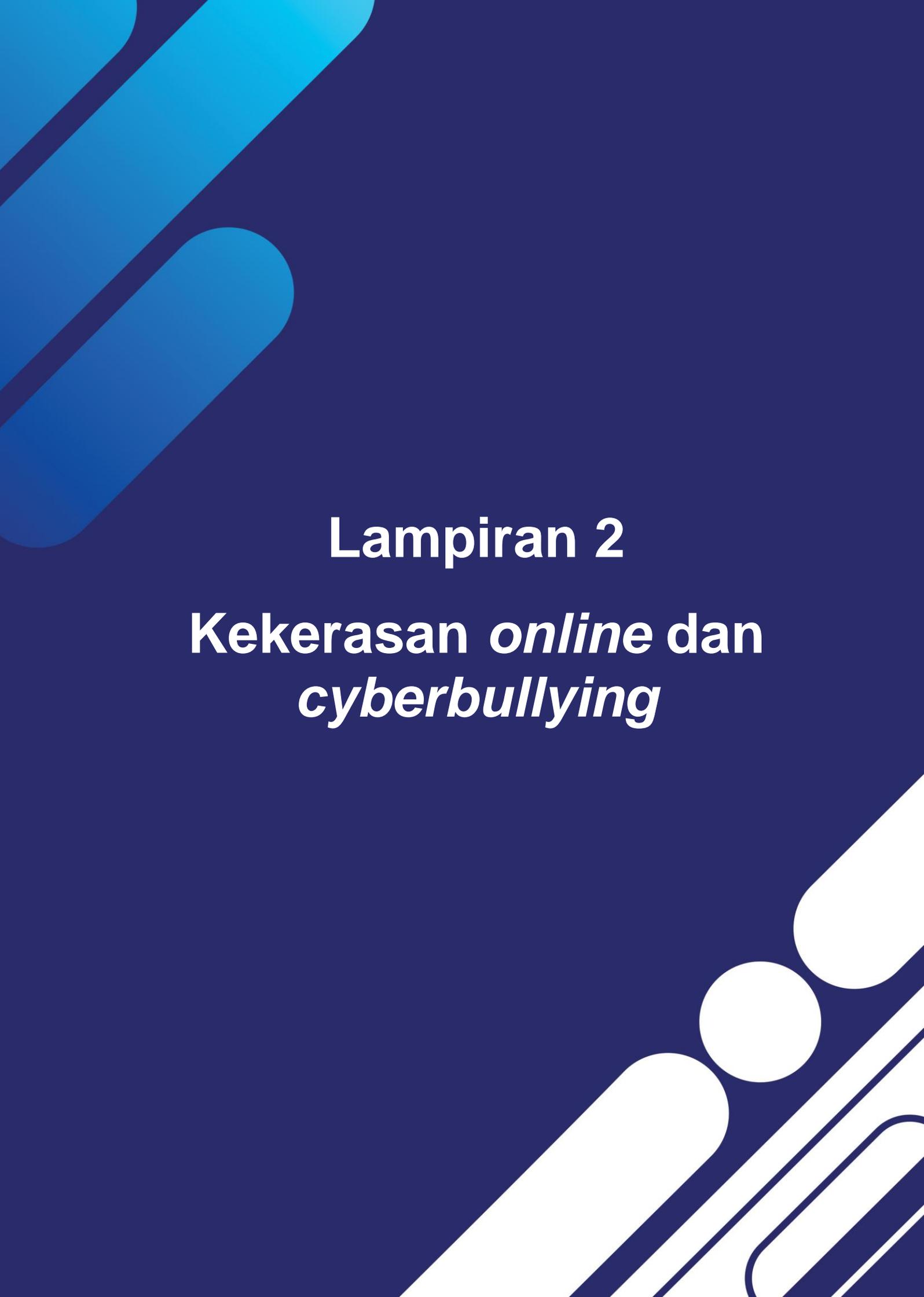
### 1.4.3 Menemukan *Email* atau URL Palsu

Perusahaan dan individu sering menjadi sasaran penjahat siber melalui *email* yang dirancang agar terlihat seperti berasal dari bank, lembaga pemerintah, atau organisasi lain yang sah. Dalam *email* ini, pengirim meminta penerima untuk mengklik *link* yang membawa mereka ke halaman tempat mereka akan mengonfirmasi data pribadi, informasi akun, dll.

Terkadang *email phishing* dikodekan seluruhnya sebagai *hyperlink*. Mengklik secara sengaja atau tidak sengaja di mana saja di *email* akan membuka halaman web palsu atau mengunduh spam ke komputer Anda. Hindari *link* yang dilampirkan ke *email* dan terutama dari orang yang tidak dikenal.

Berikut ini dapat membantu Anda mendeteksi apakah *email* itu asli atau palsu:

- Alamat *email* pengirim memiliki domain publik umum, khususnya untuk pemerintah atau perusahaan, misalnya:
  - bankofbaroda@gmail.com.
  - bankofbaroda@hotmail.com.
  - bank\_of\_baroda@yahoo.com.
- Nama domain benar-benar salah atau sedikit salah eja, misalnya amarzon.com bukan amazon.com.
- Nada *email* sangat mendesak dan mengharuskan Anda untuk bertindak cepat.
- *Email* menjanjikan hadiah uang yang tiba-tiba atau hukuman berat.
- *Email* memaksa Anda untuk mengakses situs web.

The background is a dark blue color. In the top-left corner, there are several overlapping, rounded rectangular shapes in various shades of blue, ranging from light to dark. In the bottom-right corner, there are white geometric shapes, including a circle and several rounded rectangles, some of which are partially cut off by the edge of the page.

## Lampiran 2

# **Kekerasan *online* dan *cyberbullying***



## 2. Kekerasan online dan cyberbullying

*Cyberbullying* adalah perundungan dengan penggunaan teknologi digital. *Cyberbullying* dapat terjadi di media sosial, platform perpesanan, platform *game*, dan ponsel. Ini adalah perilaku yang berulang, ditujukan untuk menakut-nakuti, membuat marah, atau mempermalukan mereka yang menjadi sasaran.

Contoh *cyberbullying* adalah:

- Menyebarkan kebohongan atau mengunggah foto memalukan seseorang di media sosial.
- Mengirim pesan atau ancaman yang menyakitkan melalui platform perpesanan.
- Meniru identitas seseorang dan mengirim pesan menyakitkan kepada orang lain atas nama mereka.

### 2.1 Tanda-Tanda Cyberbullying

Tidak peduli berapa besar rasa sakit yang mereka derita, korban *cyberbullying* sering enggan memberi tahu orang tua, guru, atau orang lain yang berwenang tentang perundungan yang mereka alami karena mereka merasa malu menjadi korban. Mereka mungkin juga takut kehilangan hak atas ponsel atau komputer mereka. Perundung cenderung pandai menyembunyikan perilaku mereka dari orang-orang yang berwenang. Penting untuk mengenali tanda-tanda peringatan *cyberbullying* dan membantu korban untuk mengambil tindakan yang tepat.

### 2.2 Dampak Cyberbullying

Ketika perundungan terjadi secara *online*, korban dapat merasa diserang di mana-mana, bahkan di dalam rumah. Mereka bisa merasa tidak punya jalan keluar. Dampak ini berlangsung lama dan memengaruhi seseorang dalam berbagai hal:

- Secara mental — merasa kesal, malu, bodoh, bahkan marah.
- Secara emosional — merasa malu atau kehilangan minat pada hal-hal yang disukai.
- Secara fisik — lelah (kurang tidur) atau mengalami gejala seperti sakit perut dan sakit kepala.

Perasaan ditertawakan atau dilecehkan oleh orang lain dapat mencegah orang untuk berbicara atau mencoba mengatasi masalahnya. Dalam kasus ekstrem, *cyberbullying* bahkan dapat menyebabkan orang mengakhiri hidup mereka sendiri. Efek *cyberbullying* yang tercatat adalah:

- Tingkat depresi dan kecemasan yang lebih tinggi.
- Berkurangnya perasaan akan harga diri.
- Kesulitan tidur dan lebih sering mengompol.
- Masalah fisik yang lebih sering seperti sakit kepala dan sakit perut.
- Peningkatan upaya bunuh diri (penelitian menunjukkan bahwa korban *cyberbullying* dua sampai sembilan kali lebih mungkin mengalami pikiran untuk bunuh diri.
- Meningkatnya kasus gangguan makan terutama di kalangan anak perempuan.
- Membolosnya anak muda.
- Rendahnya pencapaian di sekolah.
- Meningkatnya kasus penyalahgunaan narkoba dan zat terlarang.

## 2.3 Strategi untuk menghadapi *cyberbullying*

### 2.3.1 Jangan langsung menanggapi

Tujuan dari kebanyakan *cyberbullying* adalah untuk mengganggu, membuat marah atau membingungkan orang yang menjadi sasaran, sehingga mereka bereaksi secara emosional. Jika Anda terkena *cyberbullying*, ingatlah bahwa orang yang menargetkan Anda ingin Anda merespons. Jangan beri mereka kepuasan dengan mengetahui kalau Anda kesal.

### 2.3.2 Tindak lanjuti ketika Anda lebih tenang

Penting untuk memiliki pemahaman yang baik tentang situasi sebelum menghubungi pelaku *cyberbullying*. Dengan menggunakan bahasa yang tenang dan netral, cobalah untuk menyelesaikan situasi dengan orang tersebut tanpa membiarkan mereka memengaruhi Anda secara emosional. Mereka mungkin bahkan tidak menyadari bahwa Anda menafsirkan tindakan mereka sebagai *cyberbullying*, jadi percakapan yang tenang itu penting.

### 2.3.3 Ambil *screenshot* dari pesan

*Screenshot* adalah cara terbaik untuk melaporkan *cyberbullying*. Ini penting karena orang yang melakukan *cyberbullying* dapat menghapus komentar atau foto mereka ketika mereka menyadari bahwa hal itu dapat membuat mereka dalam masalah. *Screenshot* akan memastikan Anda memiliki salinan dari apa yang ditujukan kepada Anda secara *online*.

### 2.3.4 Berhentilah sering-sering memeriksa postings

Anda dapat mengurangi waktu yang Anda habiskan di media sosial sehingga perundungan tidak terasa terus-menerus. Berhenti sejenak dari dunia maya adalah cara yang baik untuk menjaga diri sendiri.

### 2.3.5 Laporkan dan blokir

Sebagian besar situs media sosial ingin membantu Anda merasa aman saat *online*, sehingga mereka memiliki banyak alat bawaan untuk membuat Anda tetap aman dan memungkinkan Anda melaporkan perundungan. Jika Anda telah mencoba menggunakan opsi pelaporan dan pemblokiran dalam platform media sosial Anda dan situasinya masih sulit, Anda dapat membuat laporan ke pihak berwenang terkait di negara Anda.

Pihak berwenang di negara Anda dapat berupa komisi resmi (seperti Komisi Informasi), departemen pemerintah (seperti Departemen Perdagangan dan

Niaga), atau kantor atau direktorat dalam suatu departemen. Lampiran untuk negara Anda akan memiliki detail lebih lanjut yang relevan untuk Anda.

## 2.4 Bahaya khusus untuk wanita dan anak perempuan

Selama beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan kasus perempuan muda yang berteman secara *online* dan diajak ke tempat sepi yang dapat membuat keselamatan pribadi mereka terancam. Ini telah terjadi di seluruh dunia dan merupakan risiko yang harus disadari dan dipersiapkan oleh semua orang.

### 2.4.1 Hal seperti ini bisa terjadi

Wanita muda dihubungi secara *online* oleh seseorang yang menyamar. Ini bisa dengan salah satu dari cara-cara ini:

- Menyamar sebagai teman lama
- Menyamar sebagai anggota komunitas yang diminati seperti penggemar musisi, band, atau tim olahraga
- Menyamar sebagai calon pemberi kerja

Setelah beberapa saat berkomunikasi dengan wanita muda tersebut, orang tersebut akan mengajak bertemu, memberi wawancara kerja, meminta bantuan seperti pengiriman, mengajak berkencan, atau bahkan meminta bantuan keuangan dan uang yang perlu dikirimkan.

Salah satu dari permintaan ini harus dilihat dengan hati-hati.

### 2.4.2 Beberapa saran untuk membantu Anda tetap aman

Hal terpenting yang harus dilakukan adalah memverifikasi keberadaan orang yang berkomunikasi dengan Anda.

- Apakah ini orang asli?

- Apakah dia seperti yang dia katakan? Misalnya, apakah gadis berusia 16 tahun itu benar-benar gadis berusia 16 tahun atau pria berusia 30 tahun yang berpura-pura menjadi gadis berusia 16 tahun?
- Jika kontak tersebut berasal dari perusahaan, apakah perusahaan tersebut asli, dan apakah orang tersebut bekerja di perusahaan tersebut?
- Selalu pikirkan baik-baik sebelum membagikan detail pribadi tentang diri Anda secara *online*.

Jika Anda akan bertemu seseorang dalam kehidupan nyata yang hanya pernah berkomunikasi dengan Anda secara *online*, maka lakukan setidaknya hal berikut:

1. Pastikan orang tersebut seperti yang dia katakan.
2. Periksa detail kontakannya.
3. Berikan detail kontakannya kepada seseorang yang Anda percayai sehingga dia dapat menjaga Anda.
4. Beri tahu juga orang kepercayaan Anda ini ke mana Anda akan pergi, kapan Anda akan pergi, kapan Anda akan tiba di rumah, dengan siapa Anda akan bertemu, dan alasannya.
5. Bertemulah di tempat umum yang cukup terang yang terdapat orang lewat yang bisa membantu Anda jika diperlukan.
6. Saat sampai di rumah, jangan lupa untuk memberi tahu orang yang Anda percaya bahwa Anda aman.



© British Council 2022

The British Council is the United Kingdom's international organisation for cultural relations and educational opportunities.