

STANDAR KOMPETENSI PELATIHAN (SKP)
KURSUS DAN PELATIHAN
PEMASARAN DIGITAL
(*DIGITAL MARKETING*)



DIGIMIND

ASOSIASI DIGITAL MARKETING INDONESIA

2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya tim penyusun telah melewati berbagai tahapan dalam proses pembuatan Standar Kompetensi Pelatihan (SKP) Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*). SKP merupakan kriteria minimal tentang materi dan kurikulum pembelajaran yang dinyatakan dalam rumusan pembelajaran yang terintegrasi dalam area kompetensi. SKP ini diharapkan dapat dijadikan acuan utama pengembangan standar materi, standar proses, standar pendidik dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, dan standar pembiayaan.

Kami mengucapkan terima kasih kepada penyusun yang telah mencurahkan pikiran, waktu dan tenaganya, sehingga SKP ini dapat diselesaikan dengan baik. Kami juga mengharapkan masukan atau saran yang konstruktif dari berbagai pihak sebagai bahan pertimbangan untuk menyempurnakannya di masa mendatang.

Jakarta, Desember 2018
Asosiasi Digital Marketing Indonesia



Dian Martin
Ketua Umum

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk dan sumber daya manusia di Indonesia sangatlah besar. Hal tersebut merupakan modal dasar yang kuat untuk melakukan pengembangan di berbagai sektor kehidupan yang pada saatnya dapat menciptakan daya saing yang unggul di dunia internasional. Dalam berbagai hal, kemampuan bersaing dalam sektor sumber daya manusia tidak hanya membutuhkan keunggulan dalam hal mutu akan tetapi juga memerlukan upaya-upaya pengenalan, pengakuan, serta penyetaraan kualifikasi pada bidang-bidang keilmuan dan keahlian yang relevan baik secara bilateral, regional maupun internasional.

Standar Kompetensi Pelatihan (SKP) secara khusus dikembangkan untuk menjadi suatu rujukan nasional bagi upaya-upaya meningkatkan mutu dan daya saing bangsa Indonesia di sektor sumber daya manusia. Pencapaian setiap tingkat kualifikasi sumber daya manusia Indonesia berhubungan langsung dengan tingkat capaian pembelajaran baik yang dihasilkan melalui sistem pendidikan maupun sistem pelatihan kerja yang dikembangkan dan diberlakukan secara nasional. Oleh karena itu upaya peningkatan mutu dan daya saing bangsa akan sekaligus memperkuat jati diri bangsa Indonesia.

SKP merupakan salah satu langkah untuk mewujudkan mutu dan jati diri bangsa Indonesia dalam sektor sumber daya manusia yang dikaitkan dengan program pengembangan sistem pendidikan dan pelatihan secara nasional. Setiap tingkat kualifikasi yang dicakup dalam SKP memiliki makna dan kesetaraan dengan capaian pembelajaran yang dimiliki setiap insan pekerja Indonesia dalam menciptakan hasil karya dan kontribusi yang bermutu di bidang pekerjaannya masing-masing.

Kebutuhan Lembaga Pendidikan dan Lembaga Kursus dan Pelatihan untuk memiliki SKP sudah sangat mendesak mengingat tantangan dan persaingan global pasar tenaga kerja nasional maupun internasional yang semakin terbuka. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi tantangan globalisasi pada sektor ketenagakerjaan adalah meningkatkan ketahanan sistem pendidikan dan pelatihan secara nasional dengan berbagai cara antara lain:

1. Meningkatkan mutu pendidikan dan pelatihan;
2. Mengembangkan sistem kesetaraan kualifikasi antara capaian pembelajaran yang diperoleh melalui pendidikan dan pelatihan, pengalaman kerja maupun pengalaman mandiri dengan kriteria kompetensi yang dipersyaratkan oleh suatu jenis bidang dan tingkat pekerjaan;
3. Meningkatkan kerjasama dan pengakuan timbal balik yang saling menguntungkan antara institusi penghasil dengan pengguna tenaga kerja;
4. Meningkatkan pengakuan dan kesetaraan kualifikasi ketenagakerjaan Indonesia dengan negara-negara lain di dunia baik terhadap capaian pembelajaran yang ditetapkan oleh institusi pendidikan dan pelatihan maupun terhadap kriteria kompetensi yang dipersyaratkan untuk suatu bidang dan tingkat pekerjaan tertentu.

Secara mendasar langkah-langkah pengembangan tersebut mencakup permasalahan yang bersifat multi aspek dan keberhasilannya sangat tergantung dari sinergi dan peran proaktif dari berbagai pihak yang terkait dengan peningkatan mutu sumber daya manusia nasional termasuk Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Tenaga Kerja, asosiasi profesi, asosiasi industri, institusi pendidikan dan pelatihan, serta masyarakat luas.

Secara umum, kondisi awal yang dibutuhkan untuk dapat melaksanakan suatu program penyetaraan kualifikasi ketenagakerjaan tersebut tampak belum cukup kondusif dalam

beberapa hal seperti misalnya belum meratanya kesadaran mutu di kalangan institusi penghasil tenaga kerja, belum tumbuhnya kesadaran tentang pentingnya kesetaraan kualifikasi antara capaian pembelajaran yang dihasilkan oleh penghasil tenaga kerja dengan deskripsi keilmuan, keahlian dan keterampilan yang dibutuhkan di bidang kerja atau profesi termasuk terbatasnya pemahaman mengenai dinamika tantangan sektor tenaga kerja di tingkat dunia. Oleh karena itu, perlu segera diwujudkan upaya-upaya untuk mencapai keselarasan mutu dan kompetensi pelatihan dari institusi pendidikan formal dan non formal, dengan deskripsi kompetensi kerja yang diharapkan oleh pengguna lulusan.

Salah satu infrastruktur yang penting dalam mencapai keselarasan mutu dan kompetensi pelatihan dari institusi penyelenggara kursus dan pelatihan dengan deskripsi kompetensi kerja yang diharapkan oleh pengguna lulusan adalah dokumen Standar Kompetensi Pelatihan disingkat SKP.

B. Tujuan Penyusunan SKP

SKP Lembaga Kursus dan Pelatihan disusun untuk digunakan sebagai pedoman dalam menentukan materi dan kurikulum pembelajaran pada lembaga kursus dan pelatihan serta bagi yang belajar mandiri dan sebagai acuan dalam menyusun, merevisi, atau memutakhirkan kurikulum, baik pada aspek perencanaan maupun implementasinya.

C. Uraian SKP

Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) dirancang untuk membekali Lembaga Kursus dan Pelatihan agar memiliki standar materi, penguasaan pengetahuan operasional, serta kemampuan mengajar dalam bidang pemasaran digital.

1. Nama Program

“Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*).”

2. Tujuan

Secara umum Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) bertujuan untuk memberikan pedoman dalam menentukan materi dan kurikulum pembelajaran pada lembaga kursus dan pelatihan serta bagi yang belajar mandiri dan sebagai acuan dalam menyusun, merevisi, atau memutakhirkan kurikulum, baik pada aspek perencanaan maupun implementasinya.

3. Manfaat

Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) ini bermanfaat bagi:

a. Untuk institusi pendidikan dan pelatihan

- ✓ Memberikan informasi untuk pengembangan program dan kurikulum.
- ✓ Sebagai acuan dalam penyelenggaraan pelatihan, penilaian, dan sertifikasi.

b. Untuk dunia usaha/industri dan penggunaan tenaga kerja

- ✓ Membantu dalam rekrutmen.
- ✓ Membantu penilaian unjuk kerja.
- ✓ Membantu dalam menyusun uraian jabatan
- ✓ Membantu dalam mengembangkan program pelatihan yang spesifik berdasar kebutuhan dunia usaha/industri.

c. Untuk institusi penyelenggara pengujian dan sertifikasi

- ✓ Sebagai acuan dalam merumuskan paket-paket program sertifikasi sesuai dengan kualifikasi dan levelnya.
- ✓ Sebagai acuan dalam penyelenggaraan pelatihan penilaian dan sertifikasi.

d. Peserta: memiliki kemampuan kerja dan penguasaan pengetahuan dalam pemasaran digital;

4. Uji Kompetensi

Uji kompetensi dilaksanakan pada akhir setiap program kursus dan pelatihan dilaksanakan. Pelaksanaan uji kompetensi terdiri dari dua jenis tes, yaitu tes teori dan praktik. Tes teori bertujuan untuk mengukur penguasaan pengetahuan peserta kursus dan tes praktik dilakukan untuk mengukur keterampilan (*skill*) dalam lingkup kompetensi kerja yang ditetapkan. Kelulusan peserta kursus dan pelatihan didasarkan kepada uji kompetensi yang dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Kompetensi (LSK) bidang Digital Teknologi dan Bisnis yang independen dan diakui oleh Pemerintah atau lembaga kursus dan pelatihan yang terakreditasi.

5. Sertifikat Kelulusan

Sertifikat kelulusan diberikan kepada peserta kursus dan pelatihan pemasaran digital yang telah dinyatakan lulus dalam uji kompetensi.

D. Ruang Lingkup

Lembaga Kursus dan Pelatihan yang menerapkan Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) akan mampu melakukan serangkaian kerja, dengan dukungan perangkat bantu dan melakukan pembelajaran pemasaran digital (*digital marketing*). Ruang lingkup kompetensi yang dimiliki mencakup: (a) Mengajarkan penggunaan data digital untuk meningkatkan penjualan; (b) Mengajarkan penggunaan media sosial dan pasar niaga elektronik (*marketplace*); (c) Mengajarkan pembuatan laman penawaran yang bisa menarik target pasar; dan (d) mengajarkan teknik pembuatan konten pemasaran yang menarik.

E. Pengertian

Dalam Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) ini, yang dimaksud dengan:

1. Pemasaran digital adalah pemasaran dalam jaringan, terhubung melalui jejaring internet menggunakan komputer dan peralatan teknologi informasi lain yang sesuai;
2. Laman penawaran (*landing page*) adalah halaman untuk menampilkan produk yang ditawarkan, tempat pengunjung dapat melihat berbagai penawaran melalui jaringan internet;
3. *Feasible* adalah dapat diwujudkan dengan jalan yang realistis;
4. Pemasar digital adalah pemasar yang menguasai berbagai kanal pemasaran khusus jaringan internet;
5. Produk adalah berbentuk barang atau jasa;
6. Riset pasar adalah riset tentang kebutuhan di pasar terhadap suatu produk dan jasa;
7. Target pasar adalah sasaran konsumen yang diinginkan;
8. Pasar Niaga Elektronik (*Marketplace*) adalah pasar elektronik yang melakukan kegiatan menjual dan membeli suatu barang ataupun jasa yang meliputi 3 Aspek :
 - a. *Business to Business* (B2B), yaitu aktifitas transaksi bisnis secara elektronik antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya.
 - b. *Business to Consumer* (B2C), yaitu aktifitas transaksi bisnis eceran secara elektronik antara pelaku bisnis dengan pembeli individual.
 - c. *Consumer to Consumer* (C2C), yaitu aktifitas transaksi Pasar Niaga Elektronik (*E-commerce*) yang dalam hal ini konsumen menjual secara langsung pada konsumen lain, atau dapat juga dikatakan sebagai transaksi jual-beli antar konsumen.
9. Domain adalah nama unik yang diberikan untuk mengidentifikasi alamat (*IP address*) server komputer seperti *web server* atau *email server* di internet;
10. *Hosting* adalah penyewaan tempat untuk menampung data-data

yang diperlukan oleh sebuah *website* dan sehingga dapat diakses lewat internet;

11. Profil lulusan adalah gambaran kemampuan yang dimiliki oleh lulusan dibidang keterampilan dan jenjang tertentu sesuai kualifikasi KKNI;
12. Jabatan kerja adalah gambaran jabatan kerja yang dapat diraih oleh lulusan pada bidang keterampilan dan jenjang tertentu sesuai kualifikasi KKNI;
13. Capaian pembelajaran adalah kemampuan yang diperoleh melalui pembelajaran dan internalisasi pengetahuan, sikap, keterampilan, kompetensi, dan akumulasi pengalaman kerja;
14. Pengetahuan adalah penguasaan dan pemahaman tentang konsep, fakta, informasi, teori, dan metodologi pada bidang keilmuan, keahlian dan pekerjaan tertentu oleh seseorang;
15. Keterampilan adalah kemampuan psikomotorik dan kemampuan menggunakan metode, bahan, dan instrumen, yang diperoleh melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman kerja;
16. Kompetensi adalah akumulasi kemampuan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan secara mandiri, bertanggung jawab dan terukur melalui suatu asesmen yang baik;
17. Elemen kompetensi adalah bagian yang menyusun satu kompetensi secara utuh dalam bentuk uraian pengetahuan, kemampuan kerja, tanggung jawab dan hak, maupun sikap berperilaku;

II. STANDAR KOMPETENSI PELATIHAN

A. Daftar Unit Kompetensi

NO.	KODE UNIT	JUDUL UNIT
1	IM.110619.002.01	Digital Marketing & Internet Marketing Strategy
2	IM.120717.002.02	Facebook Ads (Membuat Iklan dengan Facebook)
3	IM.130618.002.03	Instagram Ads (Membuat Iklan dengan Instagram)
4	IM.121217.002.04	Youtube Ads (Membuat Iklan dengan Youtube)
5	IM.121217.002.05	Twitter Ads (Membuat Iklan Ads dengan Twitter)
6	IM.121217.002.06	LinkedIn Ads (Membuat Iklan dengan LinkedIn)
7	IM.121217.002.07	SEO (Search Engine Optimization)

B. Detail Unit Kompetensi

KODE UNIT : **IM.110619.002.01**

JUDUL UNIT : **Digital Marketing & Internet Marketing Strategy**

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan dan pemahaman Digital Marketing & Internet Marketing Strategy secara umum.

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. Memahami cara kerja riset market	1.1 Menjelaskan bagaimana cara kerja riset market. 1.2 Menjelaskan cara menggunakan tool-tools yang digunakan dalam riset market.
2. Memahami cara promosi produk secara online	2.1 Menjelaskan bagaimana menganalisa pembeli. 2.2 Menjelaskan cara promosi secara online. 2.3 Menjelaskan bagaimana menentukan produk terlaris.

2. Cara menemukan produk yang akan laris di pasaran	3.1 Menjelaskan cara menemukan produk yang laris. 3.2 Menjelaskan cara mengetahui step by step menemukan produk yang laris. 3.3 Menjelaskan cara menemukan produk yang laris berdasarkan hobi.
3. Memahami konsep produk yang laris berdasarkan masalah sekitar	4.1 Menjelaskan cara memahami produk laris berdasarkan masalah sekitar. 4.2 Menjelaskan cara menemukan ide bisnis dari masalah sekitar. 4.3 Menjelaskan cara menemukan produk yang laris berdasarkan masalah sekitar.
4. Memahami konsep menjual produk yang laris dari kebutuhan pasar	5.1 Menjelaskan konsep menjual produk yang laris dari kebutuhan pasar. 5.2 Menjelaskan cara menemukan produk yang laris dari kebutuhan Pasar.
5. Memahami cara menemukan keunggulan produk di jual	6.1 Menjelaskan cara menemukan keunggulan produk yang di jual. 6.2 Menjelaskan cara mengidentifikasi keunggulan produk yang dijual
6. Memahami cara melakukan riset produk kompetitor	7.1 Menjelaskan cara melakukan riset produk kompetitor. 7.2 Menjelaskan cara menggunakan tools untuk melakukan riset produk kompetitor
8. Memahami mengidentifikasi cara menciptakan produk pertama kali	8.1 Menjelaskan cara mengidentifikasi menciptakan produk untuk pertama kali. 8.2 Menjelaskan cara mengidentifikasi ketepatan dalam menciptakan produk untuk pertama kali
9. Memahami metode pembuatan form unit selling proposition	9.1 Menjelaskan metode pembuatan form unit selling proposition.
10. Mengetahui flow promosi secara online dengan benar	10.1 Menjelaskan Flow Cara promosi produk secara online dengan benar. 10.2 Menjelaskan cara melakukan promosi produk online sesuai dengan metode yang diketahui

<p>11. Memahami pengertian apa itu hypnotic web design dan metode pembuatan hypnotic web design</p>	<p>11.1 Menjelaskan pengertian apa itu hypnotic web design. 11.2 Menjelaskan metode pembuatan hypnotic web design. 11.3 Menjelaskan cara mendesain hypnotic web design berdasarkan 3 metode.</p>
---	--

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).
- 1.2 Memahami cara kerja riset market mencakup penjelasan bagaimana cara kerja riset market dan penggunaan tool-tools yang digunakan dalam riset market.
- 1.3 Memahami cara promosi produk secara online mencakup Bagaimana menganalisa pembeli, Cara promosi secara online dan Bagaimana menentukan produk terlaris.
- 1.4 Cara menemukan produk yang akan laris di pasaran mencakup Penjelasan cara memahami produk laris berdasarkan masalah sekitar, cara menemukan ide bisnis dari masalah sekitar, dan cara menemukan produk yang laris berdasarkan masalah sekitar.
- 1.5 Memahami konsep menjual produk yang laris dari kebutuhan pasar mencakup penjelasan konsep menjual produk yang laris dari kebutuhan pasar, dan cara menemukan produk yang laris dari kebutuhan Pasar.
- 1.6 Memahami cara menemukan keunggulan produk di jual mencakup penjelasan cara menemukan keunggulan produk yang di jual, dan cara mengidentifikasi keunggulan produk yang dijual.
- 1.7 Memahami cara melakukan riset produk kompetitor mencakup penjelasan cara melakukan riset produk kompetitor., dan cara menggunakan tools untuk melakukan riset produk competitor.
- 1.8 Memahami mengidentifikasi cara menciptakan produk pertama kali mencakup penjelasan cara mengidentifikasi menciptakan produk untuk pertama kali, dan cara mengidentifikasi ketepatan dalam menciptakan produk untuk pertama kali.

- 1.9 Memahami metode pembuatan form unit selling preposition mencakup penjelasan metode pembuatan form unit selling preposition.
- 1.10 Mengetahui flow promosi secara online dengan benar mencakup penjelasan Flow Cara promosi produk secara online dengan benar, dan cara melakukan promosi produk online sesuai dengan metode yang di ketahui.
- 1.11 Memahami pengertian apa itu hypnotic web design dan metode pembuatan hypnotic web design mencakup penjelasan pengertian apa itu hypnotic web design, metode pembuatan hypnotic web design, dan cara mendesain hypnotic web design berdasarkan 3 metode.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Jaringan internet

2.1.3 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)

2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

KODE UNIT : IM.120717.002.02

JUDUL UNIT : Facebook Ads (Membuat Iklan dengan Facebook)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan Cara memasarkan produk dan membuat iklan di media sosial Facebook

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. Mendesain Image Iklan dengan Canva	1.1 Menjelaskan cara penggunaan canva. 1.2 Menjelaskan cara menggunakan tool- tools yang di gunakan dalam canva. 1.3 Menjelaskan cara membuat desain image iklan produk di canva
2. Membuat Group di Facebook	2.1 Menjelaskan alasan kenapa membuat grup di facebook. 2.2 Menjelaskan cara membuat grup di facebook. 2.3 Menjelaskan cara posting di group yang benar. 2.4 Menjelaskan cara mengetahui jenis posting yang laku
3. Page on Facebook	3.1 Menjelaskan apa itu fanpages. 3.2 Mengidentifikasi keunggulan dari membuat fanpages. 3.3 Memahami cara membuat fanpages yang menarik. 3.4 Memahami cara mendapatkan like fanpages.
4. Cara Membuat Iklan	4.1 Menjelaskan cara membuat content iklan yang menarik. 4.2 Menjelaskan cara melakukan transaksi pembayaran. 4.3 Menjelaskan cara membuat iklan yang benar. 4.4 Menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk posting

5. Audience Insights & Facebook Pixel	5.1 Menjelaskan pengertian audience insight. 5.2 Memahami fungsi dari audience insights. 5.3 Memahami cara menerapkan audience insights pada iklan. 5.4 Memahami apa itu competitor dan cara memata- matai kompetitor menggunakan audience insights. 5.5 Mengenal apa itu facebook pixel dan kegunaan dari facebook pixel.
---------------------------------------	--

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).
- 1.2 Mendesain Image Iklan dengan Canva mencakup Menjelaskan cara penggunaan canva, cara menggunakan tool- tools yang di gunakan dalam canva, dan cara membuat desain image iklan produk di canva.
- 1.3 Membuat Group di Facebook mencakup Menjelaskan alasan kenapa membuat grup di facebook, cara membuat grup di facebook, cara posting di group yang benar, dan cara mengetahui jenis posting yang laku serta Cara menemukan produk yang akan laris di pasaran.
- 1.4 Page on Facebook mencakup Menjelaskan apa itu fanpages, Mengidentifikasi keunggulan dari membuat fanpages, Memahami cara membuat fanpages yang menarik, dan Memahami cara mendapatkan like fanpages.
- 1.5 Cara Membuat Iklan mencakup Menjelaskan cara membuat content iklan yang menarik, cara melakukan transaksi pembayaran, dan cara membuat iklan yang benar serta alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk posting.
- 1.6 Audience Insights & Facebook Pixel mencakup Menjelaskan pengertian audience insight, Memahami fungsi dari audience insights, Memahami cara menerapkan audience insights pada iklan, Memahami apa itu competitor dan cara memata- matai kompetitor menggunakan audience insights, dan Mengenal apa itu facebook pixel dan kegunaan dari facebook pixel.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Jaringan internet

2.1.3 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)

2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

KODE UNIT : IM.130618.002.03

**JUDUL UNIT : Instagram Ads
(Membuat Iklan dengan Instagram)**

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan Cara memasarkan produk dan membuat iklan di media sosial Instagram

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. Pengantar Instagram	1.1 menjelaskan alasan instagram digunakan sebagai media promosi produk. 1.2 Dapat menggunakan tool- tools yang digunakan dalam instagram untuk promosi. 1.3 menjelaskan cara kerja instagram dalam membantu promosi. 1.4 memahami jenis produk yang bisa di promosikan pada instagram
2. Tips Trik Membuat Konten Menarik di Instagram	2.1 menjelaskan bagaimana memposting content instagram melalui komputer dan android/ios. 2.2 menjelaskan tips dan trik untuk membuat konten yang menarik. 2.3 menjelaskan cara penggunaan canva.
3. Cara Menambah Banyak Follower	3.1 Mampu memahami cara- cara untuk meningkatkan followers di instagram. 3.2 menjelaskan manfaat beriklan di instagram. 3.3 menjelaskan kegunaan dari fitur- fitur iklan pada instagram. 3.4 menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk posting.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).

1.2 Pengantar Instagram mencakup menjelaskan alasan instagram digunakan sebagai media promosi produk, Dapat menggunakan tool- tools yang digunakan dalam instagram untuk promosi,

menjelaskan cara kerja instagram dalam membantu promosi, dan memahami jenis produk yang bisa di promosikan pada instagram.

1.3 Tips Trik Membuat Konten Menarik di Instagram mencakup menjelaskan bagaimana memposting content instagram melalui komputer dan android/ios, menjelaskan tips dan trik untuk membuat konten yang menarik, dan menjelaskan cara penggunaan canva.

1.4 Cara Menambah Banyak Follower mencakup Mampu memahami cara- cara untuk meningkatkan followers di Instagram, menjelaskan manfaat beriklan di Instagram, menjelaskan kegunaan dari fitur- fitur iklan pada Instagram, dan menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk posting.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Jaringan internet

2.1.3 Media komunikasi

2.1.4 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)

2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

KODE UNIT : IM.121217.002.04

JUDUL UNIT : Youtube Ads (Membuat Iklan dengan Youtube)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan Cara memasarkan produk dan membuat iklan di media sosial Youtube

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. Membuat iklan di youtube	1.1 menjelaskan apa itu youtube adsense dan youtube advertising. 1.2 menjelaskan hal apa yang dilakukan untuk menjadikan youtube sebagai media promosi. 1.3 menjelaskan cara mengetahui konten apa saja yang bisa di upload ke youtube. 1.4 menjelaskan cara- cara yang perlu dilakukan untuk mendapatkan uang dari youtube. 1.5 menjelaskan apa itu monetisasi youtube. 1.6 menjelaskan cara beriklan di youtube

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).

1.2 Membuat iklan di youtube mencakup menjelaskan apa itu youtube adsense dan youtube advertising, menjelaskan hal apa yang dilakukan untuk menjadikan youtube sebagai media promosi, menjelaskan cara mengetahui konten apa saja yang bisa di upload ke youtube, menjelaskan cara- cara yang perlu dilakukan untuk mendapatkan uang dari youtube, menjelaskan apa itu monetisasi youtube, dan menjelaskan cara beriklan di youtube.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Jaringan internet

2.1.3 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)

2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

KODE UNIT : IM.121217.002.05
JUDUL UNIT : Twitter Ads (Membuat Iklan dengan Twitter)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan Cara memasarkan produk dan membuat iklan di media sosial Twitter

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. Membuat iklan di twitter	1.1 menjelaskan manfaat dari beriklan di twitter. 1.2 menjelaskan bagaimana memposting content di twitter melalui computer dan android/ios. 1.3 menjelaskan tips dan trik untuk membuat konten yang menarik. 1.4 memahami cara- cara untuk meningkatkan followers di twitter. 1.5 Menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk posting.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).
- 1.2 Membuat iklan di twitter mencakup menjelaskan manfaat dari beriklan di twitter, menjelaskan bagaimana memposting content di twitter melalui computer dan android/ios, menjelaskan tips dan trik untuk membuat konten yang menarik, memahami cara- cara untuk meningkatkan followers di twitter, dan Menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk posting.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Jaringan internet

2.1.3 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)

2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

KODE UNIT : IM.030818.002.06

JUDUL UNIT : LinkedIn Ads (Membuat Iklan dengan LinkedIn)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan Cara memasarkan produk dan membuat iklan di media sosial LinkedIn

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. Pengenalan linkedIn	1.1 menjelaskan apa itu linkedin. 1.2 memahami manfaat dan kegunaan dari linkedIn. 1.3 menjelaskan apa itu personal branding, mencari peluang bisnis. 1.4 menjelaskan perbedaan LinkedIn dengan social media lainnya. 1.5 menjelaskan maksud dari CV pada Profile di LinkedIn. 1.6 mengetahui konten apa saja yang bisa di buat Di LinkedIn.
2. Marketing dan Leads Generation menggunakan LinkedIn	2.1 menjelaskan apa itu marketing dan leads generation pada linkedin. 2.2 memahami jenis profile customer yang ideal.
3. LinkedIn Outbound Lead Generation	3.1 Menjelaskan manfaat dari membuat mesin lead generationmu sendiri. 3.2 menjelaskan manfaat dari membangun koneksi level dua pada LinkedIn. 3.3 Menjelaskan manfaat dari mengirim pesan ke grup dan berdasarkan suatu event. 3.4 Menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk mengirim pesan. 3.5 menjelaskan alasan harus melakukan follow up
4. LinkedIn Marketing	4.1 menjelaskan alasan kenapa harus membuat daftar email. 4.2 Menjelaskan alasan membuat group linkedin sendiri. 4.3 Menjelaskan alasan membuat company page. 4.4 menjelaskan alasan harus meningkatkan traffic anda pada linkedin.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).
- 1.2 Pengenalan linkedIn mencakup menjelaskan apa itu linkedin, memahami manfaat dan kegunaan dari linkedIn, menjelaskan apa itu personal branding, mencari peluang bisnis, menjelaskan perbedaan LinkedIn dengan social media lainnya, menjelaskan maksud dari CV pada Profile di LinkedIn, dan mengetahui konten apa saja yang bisa di buat Di LinkedIn.
- 1.3 Marketing dan Leads Generation menggunakan LinkedIn mencakup menjelaskan apa itu marketing dan leads generation pada linkedin, dan memahami jenis profile customer yang ideal.
- 1.4 LinkedIn Outbound Lead Generation mencakup Menjelaskan manfaat dari membuat mesin lead generation sendiri, menjelaskan manfaat dari membangun koneksi level dua pada LinkedIn, Menjelaskan manfaat dari mengirim pesan ke grup dan berdasarkan suatu event, dan Menjelaskan alasan harus menentukan waktu yang tepat untuk mengirim pesan, serta menjelaskan alasan harus melakukan follow up.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer
- 2.1.2 Jaringan internet
- 2.1.3 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)
- 2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

KODE UNIT : IM.081018.002.07

JUDUL UNIT : Search Engine Optimization (SEO)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini menjelaskan Pengetahuan Cara menggunakan Search Engine Optimization (SEO)

ELEMEN KOMPETENSI	INDIKATOR PEMBELAJARAN
1. SEO Introduction	1.1 menjelaskan alasan kenapa harus menerapkan SEO. 1.2 menjelaskan alasan kita harus mengetahui cara kerja mesin pencari google. 1.3 menjelaskan apa itu algoritma google.
2. Mengenal Research Keyword	2.1 menjelaskan apa itu keyword. 2.2 menjelaskan apa itu google adword. 2.3 menjelaskan alasan harus melakukan research keyword. 2.4 Menjelaskan alasan harus mengetahui rumus keyword analysist. 2.5 menjelaskan alasan harus membut table perencanaan penggunaan keyword. 2.6 menjelaskan alasan selalu mencek posisi keyword pada mesin pencari google.
3. SEO On Page	3.1 menjelaskan apa itu seo onpage. 3.2 menjelaskan apa itu konten SEO. 3.3 menjelaskan jenis content website yang berkualitas. 3.4 menjelaskan apa itu meta tag title. 3.5 menjelaskan apa itu meta tag keyword. 3.6 menjelaskan apa itu meta tag description. 3.7 menjelaskan alasan harus melihat kode tag SEO pada beberapa browser. 3.8 menjelaskan apa saja meta tag seo tambahan. 3.9 menjelaskan apa itu file ROBOT.TXT. 3.10 menjelaskan cara kerja system meta tag pada wordpress. 3.11 menjelaskan alasan harus mengetahui rumus web optimization. 3.12 menjelaskan alasan harus mengetahui rumus web analytics

4. SEO Off Page	<p>4.1 menjelaskan apa itu SEO off page dan backlink.</p> <p>4.2 Menjelaskan alasan harus mengetahui rumus web promotion</p> <p>4.3 menjelaskan apa itu link building.</p> <p>4.4 menjelaskan apa itu social bookmarking.</p> <p>4.5 menjelaskan apa cara mendapatkan backlink natural.</p> <p>4.6 menjelaskan apa saja yang perlu di hindari dalam membangun link building.</p>
-----------------	--

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Unit kompetensi ini berlaku untuk lembaga pelatihan dan kursus pemasaran digital (*digital marketing*).
- 1.2 SEO Introduction mencakup menjelaskan alasan kenapa harus menerapkan SEO, menjelaskan alasan kita harus mengetahui cara kerja mesin pencari google, dan menjelaskan apa itu algoritma google.
- 1.3 Mengenal Research Keyword mencakup menjelaskan apa itu keyword, menjelaskan apa itu google adword, menjelaskan alasan harus melakukan research keyword, Menjelaskan alasan harus mengetahui rumus keyword analysist, menjelaskan alasan harus membuat table perencanaan penggunaan keywod, dan menjelaskan alasan selalu mencek posisi keyword pada mesin pencari google.
- 1.4 SEO On Page mencakup menjelaskan apa itu seo onpage, menjelaskan apa itu konten SEO, menjelaskan jenis content website yang berkualitas, menjelaskan apa itu meta tag title, menjelaskan apa itu meta tag keyword, menjelaskan apa itu meta tag description, menjelaskan alasan harus melihat kode tag SEO pada beberapa browser, menjelaskan apa saja meta tag seo tambahan, menjelaskan apa itu file ROBOT.TXT., menjelaskan cara kerja system meta tag pada wordpress, menjelaskan alasan harus mengetahui rumus web optimization, dan menjelaskan alasan harus mengetahui rumus web analytics.

2. Peralatan dan perlengkapan yang diperlukan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Jaringan internet

2.1.3 Perangkat lunak/software

2.1.4 Media penyimpan data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat Tulis Kantor (ATK)

2.2.2 Formulir dan dokumen sesuai dengan kebijakan dan prosedur lembaga kursus dan pelatihan

III. PENUTUP

Dengan ditetapkannya Standar Kompetensi Pelatihan Lembaga Kursus dan Pelatihan Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) maka SKP ini menjadi acuan dalam penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan pemasaran digital.