



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
REPUBLIK INDONESIA  
TAHUN 2019



# Diktat Memasarkan Produk Melalui Media Sosial Serta Pasar Niaga Elektronik



## Kata Pengantar

Puji dan syukur kepada Allah SWT, bahwasannya penyusunan Diktat sebagai bahan sertaan dari Model Pendampingan Pemasaran Digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha (PKW) telah selesai disusun. Diktat ini terdiri dari 8 (delapan) Jenis yang merupakan bagian dari kelengkapan untuk mendukung konten pendampingan pemasaran digital pada PKW.

8 ( delapan ) diktat ini terdiri dari Konsep Umum Pemasaran Digital, Prinsip Komunikasi Visual Dan Copywriting, Prinsip Umum Pemasaran Digital, Mendapatkan Dan Mengidentifikasi Data Digital, Mempersiapkan Laman Digital, Cara Survey Riset, Optimasi Seo Dalam Pemasaran Digital dan Cara Pemasaran On Line Melalui Media Sosial. Delapan diktat ini sebagai pelengkap pendampingan kepada lembaga kursus dan pelatihan yang menyelenggarakan pemasaran secara digital pada Pendidikan Kecakapan Wirausaha ( PKW) di lembaganya dalam rangka mengimbangi perkembangan zaman yang terus berubah.

Perkembangan teknologi membuat manusia mudah dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. Salah satu implementasi dari teknologi yang berguna bagi kelancaran kegiatan manusia adalah internet. Internet begitu cepat berkembang mulai dari jaringan e-mail biasa sampai melakukan pencarian informasi dapat dilakukan menggunakan jaringan internet. Sektor pemasaran pun kini secara bertahap sudah mulai berubah mepemasaran digital, dimana semua bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja tak terbatas ruang dan waktu.

Kami ucapkan terima kasih kepada tim pengembang, tim pakar, dan kontributor lain yang telah bekerja keras dan penuh dedikasi menyelesaikan penyusunan model ini. Kami berharap laporan pengembangan ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkecimpung dalam pengembangan penyelenggaraan kursus dan pelatihan di wilayah koordinasi kerja PP-PAUD dan Dikmas Jawa Barat.

Bandung Barat, November 2019  
Kepala,

  
Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd.  
NIP 196101261988031001



## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
DAFTAR ISI.....	ii
A. Deskripsi Materi.....	1
B. Kegiatan Belajar.....	1
C. Materi.....	2
1. Cara Membuat Facebook Ads: Panduan Lengkap 2019 .....	2
2. Cara Membuat Instagram Ads: Panduan Lengkap 2018 .....	20
DAFTAR PUSTAKA.....	26



## GLOSARIUM

**Pemasaran online** - Internet marketing, e-marketing atau online-marketing merupakan segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media Internet atau jaringan www (World Wide Web).

**Konversi Instan** - kemampuan untuk mengubah pelanggan secara instan, ketika melakukan pemasaran online, kita tidak hanya menjangkau informasi pelanggan potensial, tetapi kita dapat mengambil penjualan seketika dengan melakukan beberapa klik mouse.

**Search Engine Marketing** - Mesin pencari, mesin penelusur, mesin pelacak yang digunakan untuk mencari informasi bisnis, produk atau jasa sebelum membeli sesuatu

**Email Marketing** - email berisi materi promosi yang ditujukan kepada kelompok pengguna internet melalui email, untuk mempromosikan suatu produk atau jasa.

**Copywriting** adalah kemampuan creative advertising dalam mengolah kata dan menciptakan naskah periklanan yang menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk dengan tujuan mencapai penjualan ataupun pemasaran.

**Online Public Relations - E-PR (electronic public relations), Cyber PR, Online PR, atau PR on the net**, adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi.

**Social Media Marketing** - Media online jejaring sosial yang digunakan sebagai alat promosi bisnis efektif dengan para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi dalam blog, wiki, facebook, twitter dan sebagainya

**Online advertising** - metode periklanan dengan menggunakan internet dan World Wide Web dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan. Iklan online

**Website** - media promosi yang paling populer. Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan hyperlink

**Blog** - singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum serta dapat diedit secara real time

**Konversi** - teknik memetakan kunjungan sebuah website atau toko online.

**Newsletter** - merupakan alat komunikasi yang digunakan seorang humas dalam memberikan informasi mengenai perusahaan, baik menyangkut produk yang dihasilkan, orang yang terlibat, serta informasi lain yang dapat membantu publiknya dalam berhubungan dengan urusan bisnisnya.

**Iklan** - pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual, untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yg ditawarkan di media massa

**Iklan online** - metode periklanan dengan menggunakan internet dan World Wide Web dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan

**Website Search Engine** - website yang menyediakan layanan mesin pencari

**Website networking** - situs penyedia yang menampung member-member untuk membentuk suatu komunitas. Sehingga member-member di dalam website tersebut dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran

**Website Forum** - situs membership seperti networking juga, tetapi tidak berfokus pada friend relationship seperti situs networking. Situs ini lebih berfokus sebagai tempat berdiskusi di internet.

**Website berita** - situs yang mengelola berita untuk di publish ke internet.

**Website Portal** - pintu gerbang bagi situs lain untuk memulai aktivitasnya di Internet, menyediakan layanan internet lain seperti email bagi member, membuat domain, tempat hosting dan lain-lain.

**Website Gallery** - menyediakan fasilitas publikasi foto dan gambar secara online

**Website e Commerce** - situs yang bertujuan untuk melakukan perdagangan melalui media internet

**Website E-Learning** - situs yang menyediakan pembelajaran online melalui internet

**Website statis** merupakan website yang isi kontennya tidak dapat diubah secara langsung, Interaksi yang terjadi antara pengguna dan server hanya seputar link saja.

**Web dinamis** - interaksi yang terjadi antara pengguna dan server, seseorang bisa mengubah konten dari halaman tertentu dengan menggunakan browser

**Domain** - nama situs yang unik di dunia internet.

**URL ( Uniform Resource Locator)** - rangkaian karakter dengan format tertentu yang digunakan untuk merepresentasikan alamat atau sumber dokumen di internet

**Hosting** - merupakan suatu space atau tempat di internet yang kita gunakan untuk menyimpan data-data situs kita

**Template** - pola dari sebuah website yang sudah didesain dan disiapkan jadi, tinggal pakai, tinggal edit sedikit lalu upload maka website sudah jadi dan bisa dinikmati oleh banyak orang

**Download** - dapat diartikan secara bebas sebagai kegiatan mengambil data dari internet entah itu berupa artikel, lagu, film, foto, gambar atau file lainnya. Kegiatan ini memanfaatkan jaringan internet sebagai media-nya. Dalam Bahasa Indonesia kegiatan ini namanya "mengunduh".

**Upload** - merupakan kegiatan menyimpan atau mengirim data ke komputer lain melalui jaringan internet, seperti misalnya kita mengirim gambar ke facebook atau menyimpan data di hosting website. Kegiatan mengupload data ini dalam Bahasa Indonesia dinamakan sebagai "mengunggah"

**Hyperlink** - kata, frase, atau gambar yang dapat diklik untuk melompat ke dokumen baru atau bagian baru dalam dokumen saat ini. Hyperlink ditemukan di Hampir semua halaman Web, memungkinkan pengguna untuk mengklik dari halaman ke halaman berikutnya.

**Site map atau peta situs** - merupakan struktur yang hirarkis dari sebuah situs dengan link untuk seluruh halaman yang relevan

**Testimonial** - komentar, saran, atau opini yang diberikan oleh seseorang terhadap sesuatu (orang, produk, perusahaan, organisasi, dll) dari sudut pandangnya masing-masing dan biasanya bernada memuji.

**Nichi website** - adalah suatu frase kata untuk topik atau subjek bahasan tertentu yang terpusat / terfokus dan diminati oleh kalangan tertentu (populer)

**Search Engine Optimization (SEO)** - merupakan upaya untuk meraih peringkat utama di hasil pencarian search engine

**Cloaking Page Dorway Pages** - Halaman Yang sengaja dibuat untuk selalu dikunjungi oleh pengunjung walau sebenarnya halaman tersebut bukan halaman asli yang dicari oleh pengunjung, dan biasanya para blogger menyisipkan kode javascript dalam melakukan hal ini atau dengan cara redirect pages),

**Page Rank** - adalah sebuah algoritma yang dihitung dengan skala 1 – 10 yang berfungsi menentukan situs web mana yang lebih penting / populer. Sebuah situs akan semakin populer jika semakin banyak situs lain yang meletakkan link yang mengarah ke situsnya, dengan asumsi isi / content situs tersebut lebih berguna dari isi / content situs lain

**Black Hat SEO** - Suatu teknik yang dipergunakan oleh seorang webmaster untuk mengoptimasi web atau blog mereka dengan cara ilegal yang melanggar peraturan dan kebijakan yang ditetapkan oleh search engine

**White Hat SEO** - yaitu suatu teknik yang dipergunakan oleh seorang webmaster untuk mengoptimasi web atau blog mereka dengan cara legal dan tidak melanggar kebijakan yang ditetapkan oleh search engine

**SPAM atau juga Junk Mail** - adalah penyalahgunaan dalam pengiriman berita elektronik untuk menampilkan berita iklan dan keperluan lainnya yang mengakibatkan ketidaknyamanan bagi para pengguna situs web

**Keyword Stuffing** - Keyword atau kata kunci yang sangat berlebihan dengan tujuan menembak keyword yang akan menjadi sasaran, dan biasanya para blogger akan melakukan banyak kata kunci dibagian artikelnya sehingga Spider Juga akan menilai ini adalah SPAM),

**Invisible Text** - Text yang disembunyikan dengan tujuan memanipulasi mata dari pengunjung dan biasanya hal ini bisa menggunakan CSS dalam merubah warna teks agar tidak bisa terlihat,

**Crawling atau perayapan** - adalah proses googlebot (bisa juga disebut sebagai robot, bot spider, spiderbot) mencari halaman-halaman baru atau yang diupdate untuk ditambahkan ke dalam indeks google

**Indexing (Proses Pengindeks-an)** - memproses masing-masing halaman yang dirayapinya untuk mengumpulkan seluruh kata yang dibaca dan lokasi yang ditemukan kedalam sebuah indeks besar

**Serving/Delevering** - Menampilkan Hasil Pencarian

**SERP** - halaman hasil pencarian

**SEO On Page** - segala bentuk teknik optimasi search engine yang dilakukan pada blog atau website yang dimaksud

**SEO Off Page** - menjalin interaksi di luar web anda dengan cara backlink

**Backlink** - link dari blog atau website lain ke blog atau website anda.

**Blog Walking** - sebuah metode membuat backlink dengan cara mengunjungi blog yang mempunyai trafik tinggihan berkomentar diposting dengan menaruh URL blog atau web kita disana

**Breadcrumbs (Navigasi Blog)** - sebuah navigasi yang memberitahukan kepada pembaca artikel, dimana posisi pembaca berada biasanya berada di posisi atas halaman blog/web

**Ping Blog Ping** adalah cara yang dilakukan oleh blogger untuk memberitahukan update konten kepada search engine

**Anchor** – simbol yang merupakan bagian dari teks html, yang ada dibagian awal dan akhir dari teks yang ditautkan (hyperlink).

**Astroturfing** – kata yang menggambarkan kegiatan kampanye tentang politik, iklan, atau informasi untuk masyarakat ingin membuat kesan bahwa yang disampaikan merupakan tindakan spontan dan asli.

**HTML** – hypertext markup language, yang merupakan bahasa pemrograman untuk tampilan di halaman website.

**XHTML** – extended hypertext markup language yang merupakan bahasa pemrograman untuk tampilan di halaman website, baik di PC maupun di Gadget.

**HTTP** – Hypertext Transfer Protocol, merupakan port standar yang membaca data dari sebuah host dalam sebuah domain.

**HTTPS** - Hypertext Transfer Protocol Secure, merupakan port ter-ekripsi (secure) yang membaca data dari sebuah host dalam sebuah domain.

**Stealth Marketing** – pemasaran dengan cara pencurian informasi calon sasaran pemasaran tanpa disadari oleh yang menjadi sasaran (salah satu format dari astroturfing)

**URL** – Uniform Resources Locator

**undermarket** – pemasaran yang tidak melalui mekanisme pasar (istilah lain: black market)

**viral marketing** – pemasaran yang menggunakan teknik penjarangan informasi dan / atau kebiasaan calon dengan tanpa disadari oleh target pemasaran.

**WWW** – World Wide Web

**pass-along** – harapan mencapai keuntungan dalam jangka waktu lama

**insentif** -- pemberian keuntungan dengan harapan memperoleh timbal balik keuntungan/informasi dimasa depan

**trendi** -- penawaran tampilan kekinian untuk menarik perhatian pelanggan

**penyamaran** -- informasi yang disembunyikan dibalik pengiriman iklan, game, ebook yang diberikan secara gratis dengan menyelipkan link.

**Retention-based e-mails (newsletter/nawala)** - Merupakan alat komunikasi berupa Surat elektronik yang digunakan dalam memberikan informasi mengenai perusahaan, baik menyangkut produk, orang yang terlibat

**Pay per Click** atau Biaya per klik dalam bahasa Indonesia merupakan sistem pengiklanan menggunakan media internet dimana pemasang iklan akan dikenai biaya ketika pengguna internet meng-klik iklan yang ditampilkan pada halaman web.

**Google adword** merupakan salah satu bentuk periklanan yang ditawarkan oleh pihak google, yakni dengan cara Anda harus mendaftarkan website Anda untuk selanjutnya akan ditampilkan pada mesin pencari google pada saat para pengguna melakukan browsing

## **PEMBELAJARAN**

### **A. Deskripsi Materi**

Marketing online itu sendiri adalah sebuah konsep marketing yang dipindahkan ke dalam wadah online atau menggunakan jaringan internet. Perbedaan marketing biasa dengan online adalah pada efisiensi dan efektivitas strategi marketing itu sendiri. Berhubung saat ini orang sudah banyak yang melek teknologi internet, tentunya strategi marketing secara online akan berbeda bahkan lebih besar kemungkinan berhasilnya dibandingkan dengan tidak online.

Materi pembelajaran online marketing atau pemasaran online ini meliputi : Konsep Pemasaran Online, Pemasaran On Line Menggunakan Media Sosial.

### **B. Kegiatan Belajar**

Kegiatan belajar meliputi :

Kegiatan belajar 1 , Konsep Pemasaran Online terdiri dari : Pengertian Pemasaran On-Line, Manfaat Pemasaran On-line, Komponen Pemasaran On-line, dan Cara kerja Pemasaran On-line

Kegiatan belajar 2, Pemasaran Online Menggunakan Media Sosial, terdiri dari : Pengertian media sosial, Pengertian Viral Marketing, Macam-macam pemasaran melalui media sosial (facebook, linkedin, twitter, Pinterst) dan Pemasaran menggunakan Media Video

## C. Materi

### 1. Cara Membuat Facebook Ads: Panduan Lengkap 2019

Ada satu cara jitu yang bisa kamu lakukan untuk memasarkan produk/jasa dengan hasil



efektif. Kamu bisa memanfaatkan jasa iklan yang ditawarkan oleh Facebook bernama Facebook Ads. Ketahui cara buat iklan di Facebook lewat artikel ini!

Apa itu Facebook Ads?

Facebook Ads adalah bisnis iklan buatan Facebook yang disajikan kepada pengguna Facebook berdasarkan aktivitas pengguna, informasi demografis, informasi penggunaan perangkat, iklan dan informasi yang disediakan oleh mitra pemasarannya, dan aktivitas online lain yang dilakukan pengguna di luar Facebook.

Manfaat Facebook Ads

Berikut adalah beberapa manfaat yang bisa kamu dapatkan kalau kamu memasang iklan melalui Facebook Ads.

- Penargetan yang Efektif

Facebook menawarkan sejumlah besar opsi penargetan dan penargetan ulang agar kamu bisa menayangkan iklan kepada target audiens yang telah didefinisikan secara mendetail (sesuai dengan demografi, lokasi, perilaku, dalam golongan audiens yang mirip, dan sebagainya).

Facebook bisa memudahkanmu menangani kampanye iklan di berbagai media sosial, dengan fitur yang sebenarnya sangat mudah digunakan. Mengapa mudah dipakai? Karena sudah dibuat untuk memandu kamu menyiapkan kampanye iklan. Cukup mengikuti beberapa langkah yang diajarkan, kamu sudah bisa menjalankan berbagai iklan di Facebook, Instagram, Audience Network, dan Messenger, baik pada layar ponsel maupun *desktop*. Kamu hanya perlu mengatur preferensimu sesuai dengan kepentingan bisnismu.

Kamu juga dapat memasukkan *pixel tracking* ke halaman di *website*-mu agar dapat memperkirakan minat pengguna sehingga kamu dapat menargetkan iklan sesuai dengan pelanggan idealmu.

- Jangkauan Target yang Luas

*Traffic cellular* saat ini menjadi sangat penting karena penggunaan *smartphone* terus meningkat dan jaringan data 4G semakin berkembang, bahkan saat ini kita sedang dalam tahap berpindah ke 5G. Banyak orang melirik *smartphone* dan mengakses media sosial bahkan di tengah-tengah pekerjaan penting mereka, lihat saja orang-orang di sekitarmu. Kehadiran Facebook Ads ini pada akhirnya juga memberikanmu kesempatan untuk mendapatkan akses ke *audience* selulermu sehingga pesan iklan yang kamu pasang pasti sampai di layar ponsel mereka.

Bicara soal Facebook, pengguna aktif per bulannya kini sudah mencapai lebih dari 2,41 miliar per 30 Juni 2019. Lebih dari 2,7 miliar pengguna mengakses aplikasi atau layanan dari anak perusahaan Facebook di *smartphone* setiap hari, dan angka ini terus bertambah. Jadi, Facebook Ads sepertinya menjadi salah satu media pemasaran produk yang layak kamu coba.

- Analisa Lanjutan untuk Penargetan Berikutnya

Facebook juga tidak berfokus hanya pada analitik dan pelaporan untuk iklan yang dikerjakannya. Daripada berjuang untuk melihat seberapa tinggi *conversion rate*-mu dan bagaimana hasil metrik sosial lainnya, dengan Facebook Ads kamu bisa mengatur perencanaan iklan sesuai dengan yang kamu inginkan.

Saat mengelola halaman Facebook, kamu bisa mengakses data ini lewat tab "*Insight*" yang menunjukkan metrik seperti tayangan halaman, jangkauan postingan, interaksi, video, dan sebagainya. Kamu bisa mengecek metrik ini mulai dari satu hingga 28 hari

terakhir. Selain itu, kamu juga bisa mengukur halamanmu dengan metrik persaingan untuk melihat bagaimana kecocokan penargetan iklanmu.

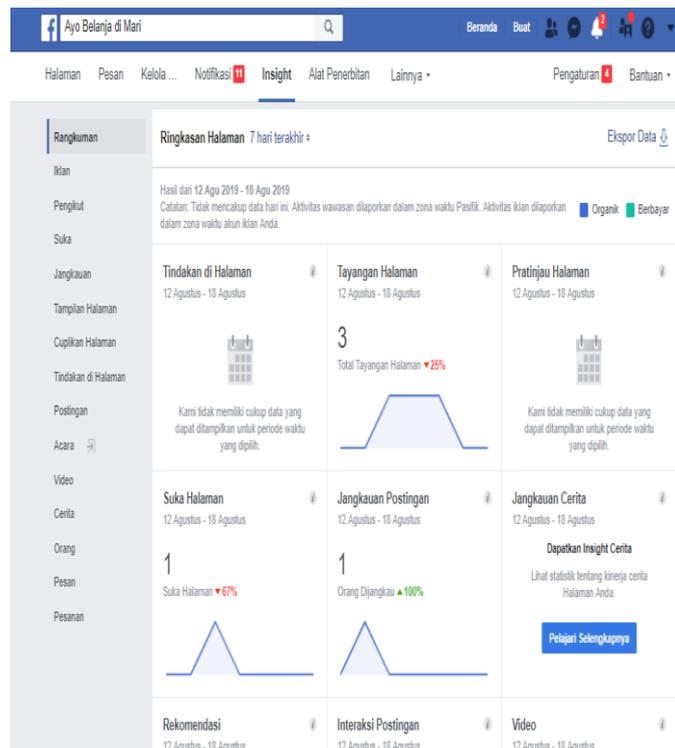
Visibilitas data ini benar-benar dapat membantu kamu menyesuaikan kampanye iklan sesuai dengan kebutuhan, dibandingkan hanya mencari tahu apakah itu efektivitas media yang kamu gunakan.

- Meningkatkan Brand Awareness

Pengguna Facebook memeriksa *news feed* mereka beberapa kali sehari. Inilah yang memberi kesempatan agar target pasarmu bisa berulang kali menerima paparan atau *exposure* akan iklan yang sudah kamu pasang sebelumnya.

Bahkan jika audiensmu tidak mengklik di awal, iklan tersebut bisa berpotensi membantumu membangun kepercayaan dengan membiarkan iklan tersebut selalu tayang dalam jangka waktu yang lebih lama. Jika kepercayaan pasar sudah terbangun, kamu juga bisa menciptakan peluang untuk penargetan ulang di waktu yang akan datang.

- Meningkatkan CTR (Click Through Rate)



Kualitas dan keakuratan hasil dari iklan Facebook juga meningkat terus. Mengapa? Karena Facebook meningkatkan *tools* periklanan dan bisnisnya secara terus-menerus sehingga Facebook dapat dikatakan konsisten mempelajari berbagai hal terkait penggunaan Facebook Ads ini dengan tepat. Saat ini, dengan peningkatan konstan pada penargetan serta hasil akhir yang kreatif, kamu bisa melakukan interaksi langsung



**Tujuan bisnis Anda—  
alasan Anda  
menjalankan iklan**



**Pemahaman tentang  
siapa yang ingin Anda  
jangkau**



**Anggaran harian atau  
sepanjang masa  
promosi untuk iklan  
Anda**



**Foto atau video untuk  
ditampilkan di iklan  
Anda**

dengan audiens yang ingin kamu jangkau. Selain itu, audiens juga memiliki kebebasan untuk jadi kreatif dengan beberapa jenis iklan yang bisa kamu pilih dan tampilkan kepada calon customer atau pelangganmu.

**Apa yang Perlu Disiapkan Sebelum Buat Facebook Ads?**

- Tujuan Bisnis

Tentukan tujuan bisnismu, pelajari lebih dalam agar bisa jadi bahan pertimbanganmu dalam melakukan penargetan iklan atau pembuatan kampanye yang tepat bagi jenis bisnismu. Kamu juga bisa mencari inspirasi dari halaman [inspirasi sukses Facebook Ads](#) yang telah tersedia.

- Pemahaman Tentang Target Pasar Bisnismu

Kira-kira, seperti apa target audiens atau pasarmu? Tentunya kamu harus bisa menjawabnya. Kamu bisa membaginya berdasarkan referensi minat, umur, usia, gender, atau bahkan kelas ekonomi. Milikilah bayangan pasar khusus (biasa disebut *niche market*) saat kamu mulai mengembangkan bisnis. Nantinya, hal ini bisa memudahkanmu menentukan target pemasaran.

- Anggaran untuk Target Promosi Iklan

Jangan lupa tentukan anggaran yang ingin kamu keluarkan untuk melakukan kampanye dengan Facebook Ads. Kamu bisa menghitung gambaran besarnya terlebih dulu dan seiring berjalannya kampanye kamu bisa mengatur ulanginya lagi agar lebih spesifik sesuai pengalaman kampanye yang telah dijalankan pada periode pemasaran sebelumnya.

- Media Foto/Video Sebagai Konten Iklan

*Last but not least*, siapkan media apa yang ingin jadi pendukung konten iklanmu. Jika kamu menggunakan gambar, perhatikan beberapa aturan atau batasan yang sudah ditentukan Facebook Ads.

Simak Video Tutorial Menggunakan Facebook Ads berikut:

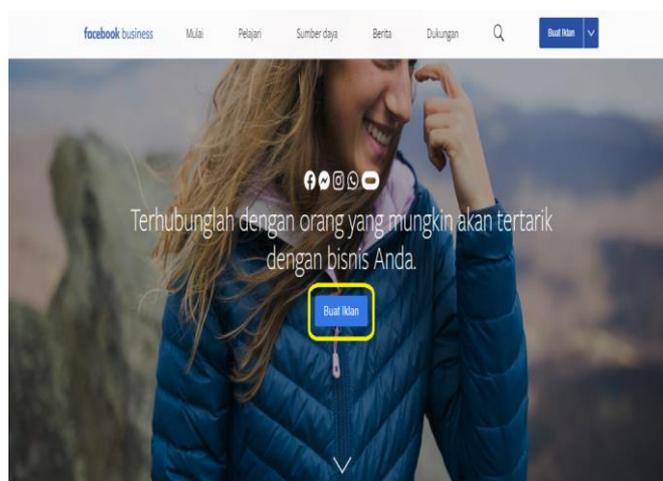
#### Cara Membuat Facebook Ads

Berikut adalah langkah-langkah yang harus kamu lakukan bila kalau ingin memasang iklan lewat Facebook Ads!

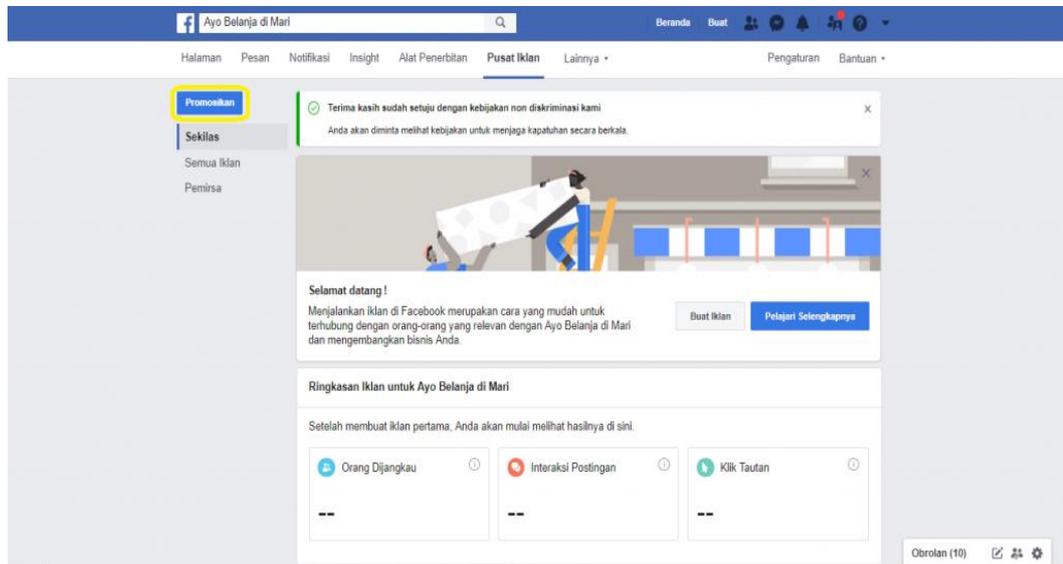
- Login ke Facebook Ads

Kunjungi website [Facebook Ads](#) dan klik “Buat Iklan.” Setelah itu, login menggunakan akun Facebook-mu yang digunakan untuk mengelola halaman iklan. Nanti kamu akan langsung menuju ke page Facebook Ads Manager.

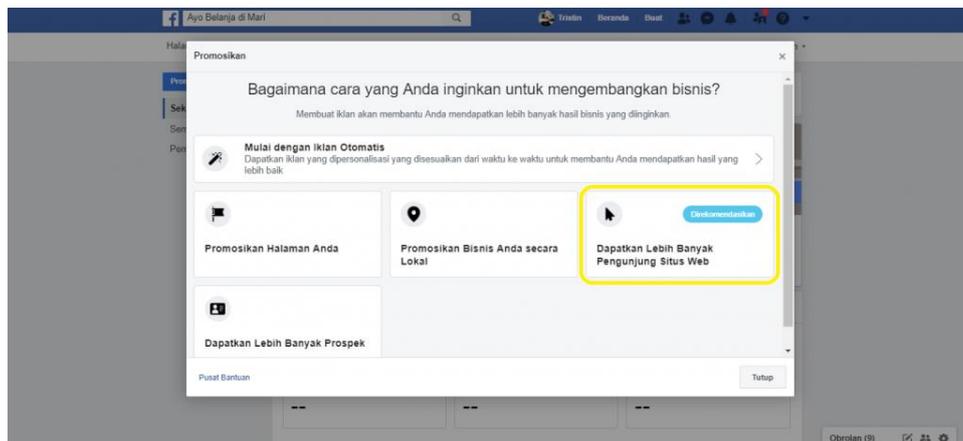
Jika halaman yang kamu buka bukan halaman pengaturan Facebook Ads, klik “Pusat Iklan” untuk mengarahkanmu ke langkah selanjutnya.



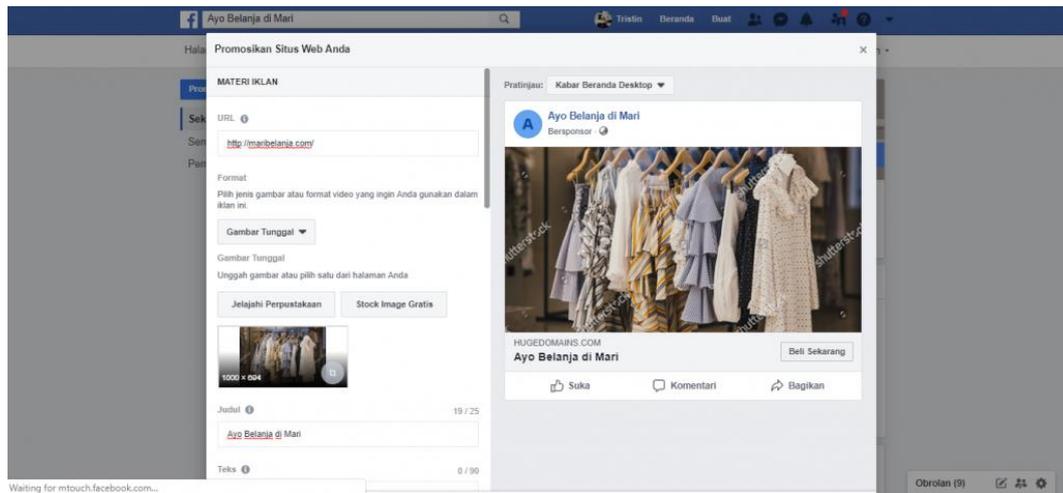
- Mulai Promosikan Iklan



Setelah sampai di halaman pengaturan Facebook Ads, klik panel “Promosikan” di sebelah kiri atas untuk menampilkan halaman pop-up yang menawarkanmu beberapa pilihan cara mengembangkan bisnis, seperti mempromosikan halaman, mempromosikan bisnis secara lokal, menambah pengunjung website, dan mendapatkan lebih banyak prospek. Kamu bisa meng-klik pilihan yang direkomendasikan, yaitu “Dapatkan Lebih Banyak Pengunjung Situs Web.”



- Persiapkan Materi Iklan



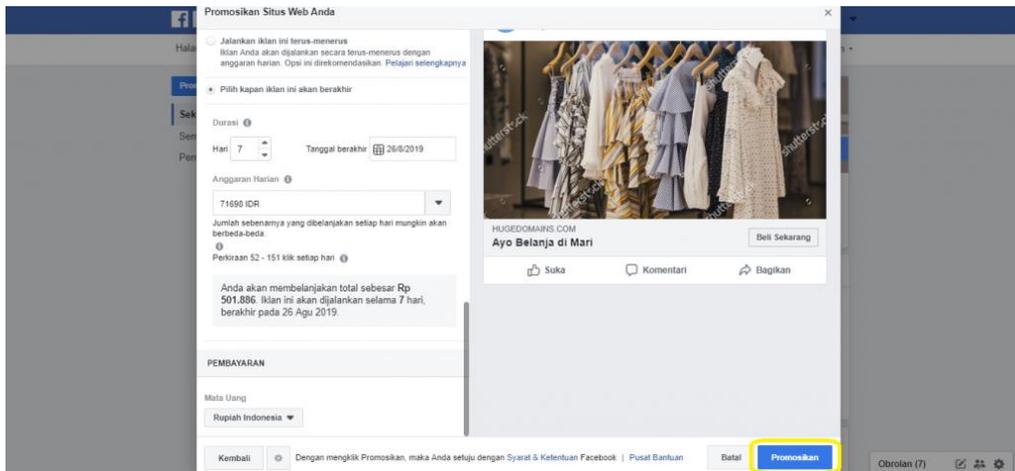
Waiting for mtouch.facebook.com...

Pada halaman ini, isilah informasi terkait halamanmu. Semakin lengkap informasi yang kamu berikan, akan semakin besar kemungkinanmu mendapatkan pengunjung website atau jangkauan yang kamu tuju. Pilih foto dengan kualitas terbaik yang mewakili produkmu, jangan blur atau terlalu gelap. Ingatlah bahwa nantinya foto yang kamu pilih akan ditampilkan dalam ukuran kecil, jangan gunakan foto yang mempunyai detail terlalu kecil.

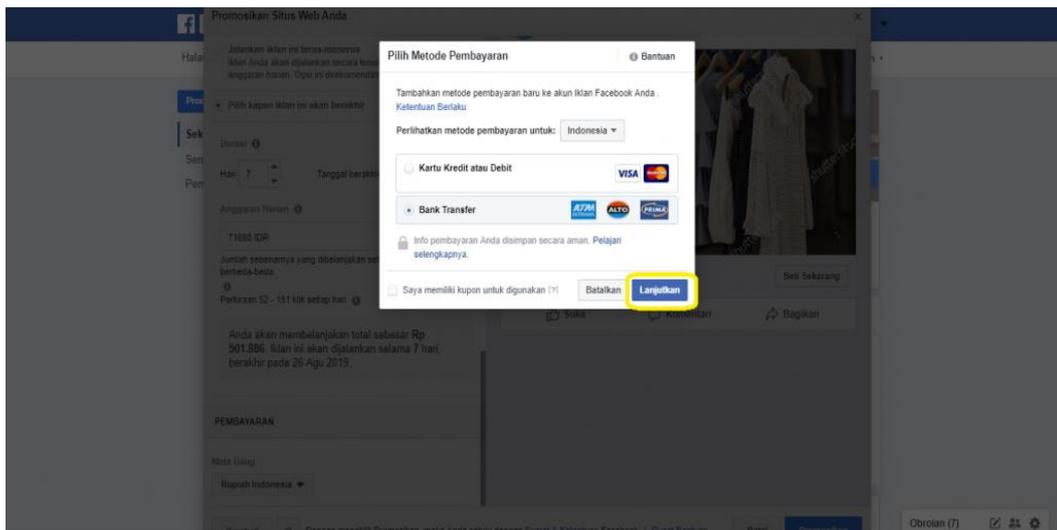
Saat kamu *scroll* ke bawah, kamu akan menemukan beberapa detail lain, yaitu durasi penayangan iklan. Tentukan seberapa lama iklanmu akan tayang. Ingat, semakin lama iklanmu tayang, tentu akan memengaruhi seberapa banyak kunjungan di websitemu.

- Lakukan Pembayaran

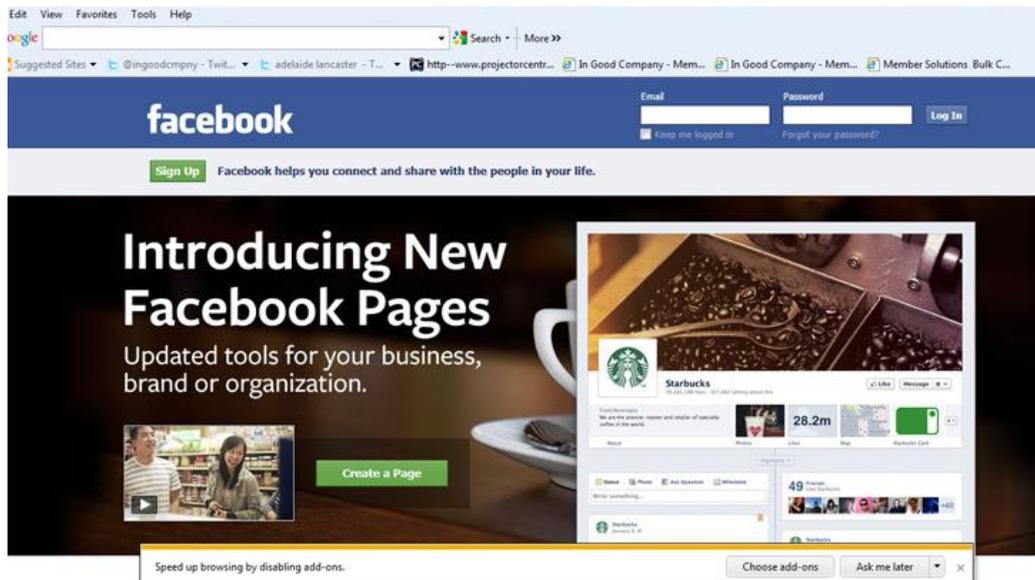
Usai mempersiapkan informasi yang akan kamu iklankan, Facebook akan menentukan jumlah tagihan yang perlu kamu bayarkan. Pada contoh di bawah ini, penayangan iklan selama satu minggu menghabiskan biaya sekitar Rp500 ribu dengan tarif per hari sekitar Rp72 ribu. Harga yang ditampilkan berbeda-beda tergantung informasi apa saja dan iklan apa yang akan kamu tampilkan di halaman Facebook.



Jika kamu sudah selesai menentukan informasi hingga perkiraan biaya yang akan dikeluarkan, klik “Promosikan” agar dapat lanjut ke cara pembayaran. Ada dua cara yang bisa kamu gunakan, yaitu melalui pembayaran debit atau kredit. Berikut ini adalah bank yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran Facebook Ads.



## Panduan Membuat Facebook Page untuk Bisnis Anda



Mungkin Anda tahu, bahwa media sosial telah mendarah daging dalam kehidupan bermasyarakat. Bahkan, banyak publik figur yang namanya mulai terangkat melalui media sosial. Ini dikarenakan, media sosial mampu menyebarkan informasi dengan lebih cepat. Bukan hanya itu, media sosial mempunyai jangkauan informasi yang lebih luas lagi, bahkan hingga multinasional. Inilah yang harus Anda manfaatkan untuk menunjang bisnis Anda. Dengan [mempromosikan produk atau jasa Anda melalui media sosial](#), maka hal itu akan membuat pertumbuhan bisnis Anda semakin berkembang pesat.

Facebook merupakan salah satu media sosial dengan angka pengguna terbesar di Indonesia. Untuk itu, tidak ada salahnya bagi Anda untuk mempromosikan bisnis Anda melalui media sosial ini. Lalu, bagaimana langkah awal yang harus Anda ambil? Ya, langkah pertama yang harus Anda ambil adalah, dengan membuat Facebook Page. Berikut adalah tata cara membuat Facebook Page untuk keperluan bisnis Anda!

### 1.) Buat Facebook Page Anda

Sebagai langkah awal untuk membuat Facebook Page, sebelumnya login lebih dahulu ke Facebook menggunakan akun pribadi Anda. Klik option dan pilih menu 'Buat Halaman'.



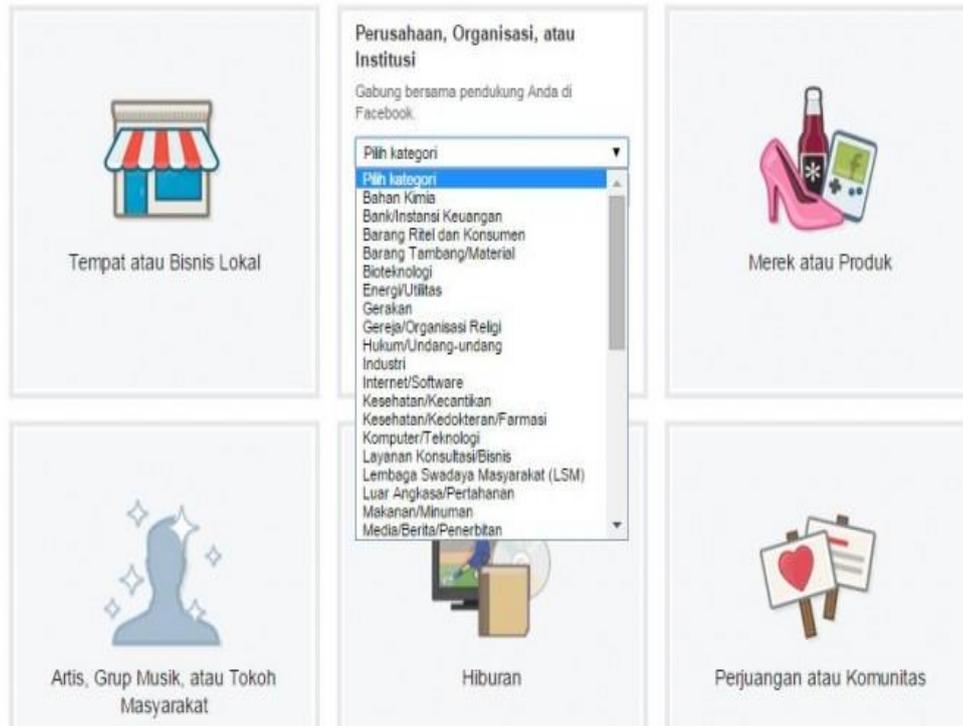
Setelah itu, pilih jenis Facebook Page yang relevan dengan kepentingan bisnis Anda. Setelah setuju, maka klik dan muncul lah menu 'Pilih Kategori'. Jika tidak ada kategori yang sesuai, maka cara termudah adalah mencari kategori lain yang hampir sama dengan kategori yang Anda inginkan.

## Buat Halaman

Halaman Yang Saya Sukai

Halaman yang Saya Kelola

Buat Halaman Facebook untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemirsa dan pelanggan Anda.



Setelah memilih kategori, langkah selanjutnya yakni memilih nama untuk Facebook Page Anda. Ada baiknya Anda memilih nama yang masih berkaitan dengan rencana awal Anda untuk membuat Facebook Page ini. Hal tersebut akan semakin tepat apabila nama Facebook Page Anda mudah dihafal dan diingat. Untuk itu, usahakan agar tidak membuat nama Facebook Page terlalu panjang. Selanjutnya, klik untuk memulai.

## 2.) Rincian Lengkap untuk Facebook Page Anda

Pada menu ini, Anda perlu menjelaskan deskripsi singkat mengenai rencana Facebook Page yang akan Anda buat, terutama tentang rencana bisnis Anda. Anda juga diharuskan untuk mengisi alamat website Anda sekaligus nama Facebook Page Anda. Kali ini, DigitalMarketer.id sedang membuat sebuah Facebook Page untuk dengan memilih fashion wanita sebagai niche market.

## Pengaturan Fashion Wanita Terbaru

1 Tentang 2 Foto Profil 3 Tambahkan ke Favorit 4 Pemirsa Halaman Pilihan

**Kiat:** Tambahkan deskripsi dan situs web untuk meningkatkan peringkat Halaman Anda dalam pencarian. Petak bertanda bintang (\*) wajib diisi.

Tambahkan beberapa kalimat untuk menjelaskan tentang Halaman Anda. Ini akan membantunya muncul pada hasil pencarian yang benar. Anda akan dapat menambahkan rincian lain dari pengaturan Halaman Anda nantinya.

57

Menediakan berbagai model fashion wanita terbaru yang membuat Anda tampil lebih cantik dan modis.

Pilih alamat web Facebook yang unik agar orang lebih mudah menemukan Halaman Anda. Setelah ditentukan, alamat hanya dapat diubah satu kali.

Perlu Bantuan?

Langkah selanjutnya adalah dengan memasang/ meng-upload foto profil Facebook Page Anda. Nantinya, foto profil ini akan muncul di setiap Anda melakukan posting dan juga komentar yang dibuat oleh Facebook Page Anda. Foto tersebut juga akan muncul pada tampilan muka Facebook Page Anda sendiri. Agar pengikut Facebook Anda mengerti tentang bisnis yang Anda jalankan, maka alangkah baiknya untuk memasang foto profil logo bisnis Anda atau headshot dari orang-orang yang banyak dikenal oleh publik. Gambar yang Anda upload pun juga harus mempunyai ukuran dan proporsi persegi yang tepat. Jika Anda memaksakan mengupload gambar dengan proporsi dan ukuran yang tepat, maka foto profil Facebook Page akan terpotong dan hal tersebut akan menutupi identitas bisnis Anda. Untuk itu, sesuaikan proporsi ukuran yang bisa Anda edit di Photoshop atau media untuk mengubah dimensi ukuran gambar lainnya.



Pada tahapan selanjutnya, Anda harus menambahkan Facebook Anda ke Favorit. Jika Anda setuju, maka tinggal klik 'Tambah ke Favorit' dan Halaman Facebook Page Anda akan bergeser ke arah kiri yang artinya sudah masuk ke daftar favorit. Dengan menambahkannya ke favorit, maka Anda akan lebih cepat dan mudah untuk mengakses page Anda melalui akun pribadi Facebook Anda.



Pada tahapan ke empat seperti pada gambar di bawah ini, Anda hanya diharuskan untuk mengisi rincian yang lebih lengkap tentang siapa saja nantinya yang Anda inginkan untuk dapat menemukan Facebook Page Anda. Ini sama halnya dengan menentukan target

market bisnis Anda. Jika Anda sudah mengisinya sesuai dengan target market bisnis Anda, selanjutnya tinggal klik 'simpan'.

### Pengaturan Fashion Wanita Terbaru

1 Tentang 2 Foto Profil 3 Tambahkan ke Favorit 4 Periksa Halaman Pilihan

Katakan kepada kami tentang orang-orang yang Anda inginkan untuk terhubung dengannya. Siapa saja dapat menemukan Halaman Anda, tapi kami akan melakukan yang terbaik di depan orang-orang yang penting bagi Anda.

**Lokasi** ?

**Umur** ?  -

**Jenis Kelamin** ?  Semua  Laki-laki  Perempuan

**Minat** ?  | [Saran](#) | [Jelajahi](#)

### 3.) Atur Halaman Sampul

Tampilan muka yang menarik dari Facebook Page tentunya akan mempengaruhi seseorang untuk memutuskan menjadi pengikut Anda. Bahkan, hal tersebut juga memungkinkan mereka menjadi customer untuk produk-produk yang Anda jual melalui Facebook Page. Untuk itu, inilah kesempatan Anda untuk memberikan tampilan Facebook Page terbaik melalui foto sampul. Sebelum benar-benar memutuskan untuk meng-upload foto sampul Facebook Page, ada baiknya untuk memperhatikan hal berikut ini:

- Jika Anda mempunyai biaya tambahan untuk menggunakan jasa desain grafis, maka gunakan kesempatan itu. Untuk membuat foto sampul yang unik dan mencerminkan bisnis Anda, maka hal itu membutuhkan sedikit keahlian dari desain grafis.
- Namun jika Anda terbatas untuk anggaran dana, maka cari foto sampul yang cukup menarik dan Anda yakin bahwa foto tersebut dapat menggambarkan usaha bisnis Anda.

- Anda harus mengubah dimensi ukuran foto sesuai yang ada di foto sampul Facebook Page Anda. Ukuran yang harus Anda sesuaikan yakni 851 x 315 pixel.
- Setelah Anda selesai memilih foto sampul, maka selanjutnya upload gambar dan klik 'simpan' untuk mengakhirinya.



Ini tampilan setelah Anda berhasil mengupload foto sampul untuk Facebook Anda. Jika Anda merasa bosan dengan tampilan muka Facebook Page Anda, maka tidak ada salahnya untuk mengganti foto sampul ataupun foto profil sesuka hati Anda.



#### 4.) Membuat 5 Update Status Awal

Sebelum Anda mulai mengundang orang untuk mengunjungi halaman Facebook Anda, maka perlu bagi Anda menambahkan beberapa konten (status) pada Facebook Page Anda. (Baca juga: [Bagaimana Menarik Lebih Banyak Customer dengan Content Marketing?](#))

Tentunya, Anda tidak ingin mengundang orang dengan keadaan Facebook Page yang masih dalam keadaan kosong. Ini masih terlalu awal untuk Anda menjual produk melalui Facebook Page. Untuk itu, Anda perlu menambahkan setidaknya 5 status awal ke Facebook Page Anda. Berikut adalah beberapa jenis status update yang akan membantu pertumbuhan bisnis Anda melalui Facebook Page.

- **Gambar**

Facebook Page Anda akan benar-benar hidup jika Anda menambahkan gambar yang menarik. Jika Anda mempunyai gambar yang Anda ambil sendiri dan itu masih berkaitan dengan bisnis Anda, maka tidak ada salahnya untuk meng-upload-nya. Jika Anda tidak mempunyai gambar tersebut, maka tidak ada salahnya untuk mencari di internet. Banyak gambar yang tersedia. Ingat, Anda jangan dulu menjual produk Anda melalui gambar-gambar yang Anda upload sebelumnya.

- **Berbagi Link**

Jika Anda memiliki konten-konten yang menarik (artikel atau berita) yang telah Anda buat sendiri, maka Anda bisa menyertakan link ke halaman blog Anda. Jika Anda tidak mempunyai hal tersebut, maka Anda bisa berbagi link melalui artikel menarik yang terdapat banyak di situs internet. Sekali lagi ingat, bahwa tahapan ini belum saatnya untuk menjual produk Anda. Sebagai langkah awal, Anda harus menambah nilai ke pengunjung halaman Facebook Page Anda. Itu yang terpenting.

- **Quote**

Anda dapat memberikan status seperti quotes atau kata-kata bijak yang menarik. Percaya atau tidak, hal itu mampu memberi pengaruh baik.

- **Berbagi Sumber Niche Market**

Anda dapat berbagi link ke sumber-sumber yang juga mempunyai niche market yang sama dengan Anda. Jika disertai gambar, maka hal itu lebih baik.

- **Memberikan Diskon Tinggi**

Anda perlu berhati-hati untuk ini. Jika Anda menggunakan halaman Facebook Page untuk menjalankan promosi, maka itu itu tidak masalah. Namun, pastikan terlebih dahulu bahwa Anda mendapatkan sesuatu yang sepadan dengan hal tersebut.

Facebook Page Anda tidak berpengaruh apa-apa jika Anda tidak mengisinya dengan konten atau status yang tepat. Bahkan, ketika Facebook Page Anda kosong (tanpa konten), maka Anda tidak akan mendapatkan banyak keterlibatan. Karena, Anda tidak mempunyai banyak pengikut saat ini. Setidaknya, Anda harus mampu memiliki 100 penggemar atau lebih untuk meminta penggemar terlibat dalam usaha pemasaran Anda melalui Facebook Page.

The image shows a Facebook page for 'Fashion Wanita Jerbatu'. The page header includes the name and a cover photo of clothing. Below the header, there are navigation tabs for 'Foto', 'Suka', and 'Lainnya'. A red arrow points to the 'Undang teman Anda untuk menyukai Fashi...' search bar. Below this search bar, there is a list of users with their profile pictures and names, each followed by an 'Undang' button. The users listed are Andalas Putra, Rosaliabudiani Ocha, Heni Satria Putroe A..., and Khafit Hidayat. On the right side of the page, there is a sidebar with statistics for the current week: 'MINGGU INI' with 0 'Menyukai Halaman', 'BELUM DIBACA' with 0 'Pemberitahuan', and 0 'Pesan'. Below the statistics, there is an advertisement for 'Fashion Wanita Terbaru' with a 'Promosikan Kiriman' button.

Selamat! Anda benar-benar telah berhasil membuat Facebook Page untuk menunjang bisnis Anda. Selanjutnya, Anda tinggal mengundang beberapa orang untuk menyukai Facebook Page Anda. Terdapat beberapa cara yang bisa Anda gunakan untuk menambah fans pada Facebook Page Anda. Untuk itu, Anda dapat menyimak artikel [‘Bagaimana Cara Menambah Fans Pada Facebook Page Anda?’](#) Semakin banyak Facebook Page Anda mendapatkan banyak like, maka bisnis Anda juga akan semakin tumbuh.

Cukup mudah bukan? Tidak ada salahnya jika Anda memanfaatkan Facebook Page untuk menunjang bisnis Anda. Jika Anda menemui masalah dalam membuat Facebook Page ini, atau ingin berbagi bagaimana cara Anda memanfaatkan Facebook Page untuk kepentingan bisnis, maka Anda bisa mengisi kolom komentar di bawah ini.

## 2. Cara Membuat Instagram Ads: Panduan Lengkap 2018



Instagram ads adalah salah satu kegiatan advertising atau iklan melalui konten berbayar di Instagram untuk menjangkau audience yang lebih luas dan lebih ditargetkan. Instagram ads sendiri memang sering dimanfaatkan untuk meningkatkan brand exposure, traffic website, mengumpulkan leads baru. Jika Anda familiar dengan [sales funnel](#), Instagram ads juga dapat membantu memindahkan leads yang sudah ada ke bagian bawah funnel yaitu pembelian.

Jangan lupa bahwa Instagram ads adalah platform visual, sehingga iklan dengan teks tidak akan menjadi pilihan utama dalam memasang iklan di Instagram. Anda membutuhkan gambar dan video untuk bisa menarik perhatian audience Anda jika Anda menggunakan Instagram ads.

Instagram ads sendiri sudah dipercaya untuk bekerja. Menurut Instagram sendiri, 60% pengguna Instagram mengatakan bahwa mereka menemukan produk-produk baru dari social media yang satu ini. Selain itu, 75% lainnya mengatakan bahwa mereka terinspirasi untuk melakukan sebuah action setelah mereka melihat postingan di Instagram.

Sama seperti [Facebook ads](#), mengeluarkan sedikit uang untuk mempromosikan postingan Anda dapat membantu meningkatkan exposure untuk brand Anda. Tidak hanya itu, Anda juga bisa mengontrol siapa yang bisa melihat postingan Anda.

## Cara Membuat Instagram Ads

Salah satu hal yang harus Anda ketahui tentang Instagram Ads adalah Anda membutuhkan akun Facebook untuk mulai membuat Instagram Ads Anda.

Ada lima cara yang bisa Anda lakukan untuk memulai iklan di Instagram, yaitu melalui:

- Aplikasi Instagram sendiri
- Facebook Ads Manager
- Facebook Power Editor
- Facebook's Marketing API
- Instagram Partners

Dari kelima cara di atas, cara yang paling mudah untuk membuat sebuah iklan di Instagram adalah melalui Facebook Ads Manager.

Facebook Power Editor dan Facebook's Marketing API akan lebih cocok digunakan bagi anda yang perlu membuat iklan Instagram dalam jumlah banyak di waktu yang bersamaan. Instagram Partners adalah untuk experts yang bisa membantu Anda membeli dan mengelola ads Anda sambil membuat konten untuk Anda.

## Cara Membuat Instagram Ads Melalui Facebook Business Manager

Salah satu cara termudah untuk membuat Instagram Ads adalah melalui [Facebook Business Manager](#). Berikut adalah cara-caranya:

### **Pilih Objektif Campaign Anda**

Pilihan pertama yang akan Anda pilih adalah memilih objektif campaign Anda. **Apa tujuan iklan Anda?**

Facebook akan membantu menentukan format iklan Anda, bidding options, dan auto-optimization agar sesuai dengan objektif campaign Anda.

Ini adalah daftar objektif campaign yang tersedia di Facebook Ads Manager dan bisa digunakan untuk Instagram Ads:

- Brand awareness

- Local awareness
- Reach
- Traffic
- Engagement
- All installs
- Video views
- Lead generation
- Conversions
- Product catalog sales
- Store visits

### **Berikan campaign Instagram Anda judul**

Ketika Anda memberi nama untuk campaign Instagram Anda, jangan lupa untuk menambahkan range tanggal agar Anda bisa meng-track dan mengelola campaign Anda dengan lebih mudah nantinya.

### **Atur Target Audience**

Di bagian pengaturan ini, Anda memiliki dua pilihan:

- Buat target audience Facebook baru
- Menggunakan audience yang sudah Anda buat sebelumnya

Jangan terburu-buru dalam menentukan target audience karena ini adalah salah satu element penting dalam memasang sebuah iklan. Target audience juga menentukan biaya iklan dan keberhasilan iklan Anda.

### **Atur penempatan iklan Anda**

Anda memilih beberapa pilihan untuk meletakkan iklan Anda. Berikut adalah beberapa pilihannya:

- Facebook News Feed (Mobile dan desktop)
- Di bagian sebelah kanan Facebook
- Instagram
- Audience Network
- Instant Articles
- In-stream Video

Tentunya, untuk iklan ini, Anda akan memilih Instagram. Selain itu, Anda juga bisa memilih beberapa penempatan iklan untuk satu iklan. Berikut ini adalah beberapa penempatan iklan yang direkomendasikan oleh Facebook:

- Brand awareness: Facebook dan Instagram
- Engagement: Facebook dan Instagram
- Video views: Facebook, Instagram, dan Audience Network
- App installs: Facebook, Instagram, dan Audience Network
- Traffic (for website clicks dan app engagement): Facebook and Audience Network
- Product catalog sales: Facebook dan Audience Network
- Conversions: Facebook dan Audience Network

### Set up budget dan bidding iklan Instagram Anda

Mengatur dan menentukan budget dan bidding untuk iklan Instagram Anda adalah salah satu topik yang penting.

Dalam bidding iklan, prosesnya sama seperti lelang tetapi dalam hal ini, Anda ingin mendapatkan perhatian dari pengguna social media. Ada tiga faktor yang berkontribusi ke biaya advertising Anda:

- **Bidding iklan Facebook Anda.** Semakin besar Anda mau membayar, Facebook akan semakin optimal dalam mendistribusikan iklan Anda. Anda bisa memasukkan angka yang Anda inginkan, tapi Anda juga bisa melakukan automatic bids. Dengan automatic bids, Anda memang akan mendapat harga yang lebih tinggi. Tetapi, semakin berhasil Ads Anda, semakin rendah harga biddingnya. Sehingga dengan automatic bids, Anda bisa mendapatkan distribusi iklan yang lebih optimal.
- **Relevance score.** Setiap iklan yang Anda pasang di Facebook dan Instagram memiliki [relevance score](#) atau nilai relevansi. Facebook menilai relevansi dengan melihat reaksi yang didapatkan oleh ads itu sendiri – baik positif maupun negatif. Dari indikator ini kemudian Google akan mengatur relevance score Anda. Relevance score ini memiliki efek langsung ke biaya iklan Anda dan bagaimana Facebook memprioritaskan iklan Anda.
- **Estimated action rates.** Facebook juga menentukan [estimated action rates](#), yaitu estimasi apakah seseorang akan mengklik atau melakukan suatu action setelah melihat iklan tersebut.

## Buat Instagram Ads Anda

Setelah semuanya, Anda perlu memilih format Instagram ads apa yang Anda inginkan. Instagram sendiri menyediakan 7 format Instagram Ads:

- Single image ads – Ini adalah format ads yang paling sering digunakan. Anda hanya memerlukan sebuah gambar, caption gambar, dan tombol call-to-action (CTA).
- Instagram carousel ads – Ini adalah format yang memperbolehkan Anda memilih sampai 10 gambar dan video.
- Instagram video ads – Ini adalah format video atau GIF.
- Slideshow ads – Dengan format ini, Anda bisa menggunakan sampai 10 gambar dan menambahkan music untuk membuat sebuah looping video.
- Instagram lead ads – Format yang satu ini membantu mengumpulkan informasi berharga dari calon pelanggan tanpa membawa mereka keluar dari platform Instagram. Saat seseorang mengklik iklan lead Anda, mereka akan dipandu ke laman baru dengan formulir prospek yang menanyakan nama dan detail kontak mereka (misalnya nama lengkap, alamat email, nomor telepon, dll.). Jangan lupa untuk menyertakan privacy policy karena Anda akan mengumpulkan data dari formulir ini.
- Instagram stories image ads – Setelah Instagram menambahkan fitur stories pada aplikasinya, semakin banyak orang memanfaatkan Instagram stories untuk meletakkan iklan.
- Instagram stories videos ads – Format Instagram stories videos memperbolehkan Anda mengunggah video berdurasi hingga 15 detik. Ini adalah salah satu cara yang menarik untuk menampilkan produk Anda, membangun branding Anda, dan menarik audiens Anda dengan mengingatkan mereka tentang penawaran Anda.

Setelah Anda memilih format ads yang Anda inginkan, jangan lupa untuk mengisi detail dari ads seperti **Headline, Text, dan tombol call to action (CTA)**. Kemudian Anda bisa menggunakan **Ad Preview Tool** untuk melihat bagaimana Instagram Ads Anda akan muncul. Setelah Anda senang dengan hasilnya, klik tombol **place order** untuk mengirimkan iklan Anda untuk di-review dan di-publish oleh Instagram.

## Cara membuat sebuah postingan promo di Instagram

Jika Anda ingin mempromosikan posting Instagram yang ada, cara tercepat dan termudah untuk melakukannya adalah melalui aplikasi Instagram itu sendiri. Namun, Anda tidak dapat menggunakan aplikasi untuk menyiapkan kampanye yang lebih kompleks atau mengubah detail dari postingan Instagram Anda sebelum mempromosikannya.

Sebelum Anda dapat mempromosikan Anda posting Instagram langsung di aplikasi, Anda harus mengisi beberapa persyaratan:

- Anda perlu mengkonversi ke Profil Bisnis Instagram.
- Anda harus menjadi Admin dari Halaman Facebook yang terhubung ke akun Instagram
- Anda harus mengikuti Kebijakan Periklanan Facebook

Setelah Anda siap, berikut cara membuat promosi Instagram tanpa meninggalkan aplikasi:

- Buka aplikasi Instagram Anda
- Buka profil Anda
- Pilih pos yang ingin Anda promosikan
- Di bawah gambar pos, tap tombol promote

Setelah itu, Anda perlu melakukan hal-hal di bawah ini:

- **Pilih dari dua tujuan iklan yang tersedia:** “Kunjungi Situs Web Anda” (Visit your Website) atau “Hubungi atau kunjungi bisnis Anda” (Call of visit your business)
- **Isi rincian promosi Anda** dengan mengatur hal-hal seperti Objective, Destination, Action Button, Audience, Budget, dan Duration. Lalu klik “Create Promotion”.

## DAFTAR PUSTAKA

Jony Wong Susanto, Juli 2010, Internet Marketing for Beginners, Elex Media Komputindo

Ali Akbar dan Eko Priyo Utomo, September 2011, Internet Marketing Untuk

Pemula,  
MediaKom

Alex Trengove Jones, Anna Malczyk, Jastin Beneke, Internet  
Marketing, GetSmarter

-----, <http://www.saylor.org/site/textbooks/eMarketing-The Essential Guide to>

Online Marketing.pdf, 11 September 2013

-----, [http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran\\_Internet](http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran_Internet), 13 September 2013

-----, <http://vistabunda.com/bisnis/7-manfaat-pemasaran-melalui-internet-internet-marketing>, 13 September 2013

-----, [http://id.wikipedia.org/wiki/Situs\\_web](http://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web), 13 September 2013,

-----, <http://www.myeducationkey.com/>, 15 September 2013

-----, <http://disparbud.jabarprov.go.id/> /index.php,

-----, <http://webhostmu.com/tips-memilih-paket-hosting/>

-----, <http://www.duniacasio.com/casio-protrek-prg-270.html>

 **Jl. Jayagiri No 63 Jayagiri Lembang,  
Kabupaten Bandung Barat  
Jawa Barat 40391**

 **@pppauddikmasjabar**

 **PP Paud dan Dikmas Jawa Barat**

 **pauddikmasjabar**

 **<https://pauddikmasjabar.kemdikbud.go.id>**