



**MENTERI
TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
REPUBLIK INDONESIA**

**KEPUTUSAN MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR 389 TAHUN 2013

TENTANG

**PENETAPAN STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA
KATEGORI JASA PROFESIONAL, ILMIAH DAN TEKNIS, GOLONGAN
POKOK KEGIATAN KANTOR PUSAT DAN KONSULTASI MANAJEMEN,
GOLONGAN KONSULTASI MANAJEMEN, SUB GOLONGAN
KONSULTASI MANAJEMEN AREA KERJA PEMASARAN**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang** : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 26 Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor 8 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, perlu menetapkan Keputusan Menteri tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah Dan Teknis, Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat Dan Konsultasi Manajemen, Golongan Konsultasi Manajemen, Sub Golongan Konsultasi Manajemen Area Kerja Pemasaran;
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4279);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4637);
3. Keputusan Presiden Nomor 84/P Tahun 2009;
4. Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor 8 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 24);
- Memperhatikan** : 1. Hasil Konvensi Nasional Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah Dan Teknis, Golongan Pokok Kegiatan Kantor Pusat Dan Konsultasi Manajemen, Golongan Konsultasi Manajemen, Sub Golongan Konsultasi Manajemen Area Kerja Pemasaran yang diselenggarakan tanggal 9 Oktober 2013 bertempat di Jakarta;

KODE UNIT : M.702090.001.01

JUDUL UNIT : Mengidentifikasi Elemen Pemasaran Perusahaan

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan	1.1 Definisi segmentasi, <i>targeting</i> , <i>positioning</i> dijelaskan 1.2 Segmentasi perusahaan diuraikan 1.3 Target segmen diidentifikasi 1.4 <i>Positioning</i> yang ditetapkan dijabarkan
2. Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan	2.1 Definisi diferensiasi, bauran pemasaran dan penjualan (<i>selling</i>) dijelaskan 2.2 Kerangka diferensiasi secara <i>infrastructure</i> , <i>content</i> , <i>context</i> , dan <i>content</i> diidentifikasi 2.3 Elemen-elemen dalam bauran pemasaran dijabarkan 2.4 Tipe-tipe pendekatan penjualan (<i>selling</i>) diidentifikasi
3. Mengidentifikasi elemen <i>value</i> pemasaran perusahaan	3.1 Definisi merek (<i>brand</i>), layanan (<i>service</i>), proses (<i>process</i>) dijelaskan 3.2 Ekuitas merek (<i>Brand equity</i>) dan elemen pembentuknya dijelaskan 3.3 Dimensi kualitas pelayanan (<i>service quality</i>) dijabarkan 3.4 Konsep <i>quality</i> , <i>cost</i> , <i>delivery</i> dan kaitannya dengan proses diuraikan

BATASAN VARIABEL :

1. Konteks Variabel

1.1 Unit ini berlaku untuk Mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan, Mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan, Mengidentifikasi elemen value pemasaran perusahaan yang digunakan untuk Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan.

- 1.2 Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik serupa dari perilaku pelanggan, dan kemudian menentukan segmen-segmen mana yang mau kita layani
- 1.3 Targeting adalah proses melakukan evaluasi dari daya tarik setiap segmen pasar dan kemudian memilih satu atau dua segmen untuk dimasuki
- 1.4 Positioning adalah perancangan penawaran dan citra perusahaan ke dalam benak konsumen
- 1.5 Diferensiasi adalah kebijakan perusahaan yang mengintegrasikan konten (content), konteks (context), dan infrastruktur (infrastructure) dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan
- 1.6 Merek (brand) adalah aset yang menciptakan value bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.
- 1.7 Ekuitas merek (Brand Equity) adalah frase yang mendeskripsikan nilai dari suatu merek. Dengan demikian perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak lagi uang dari produk yang memakai suatu merek dibandingkan produk tanpa merek.
- 1.8 Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya.

2. Peralatan dan perlengkapan:

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Alat tulis kantor

2.2.2 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point), Linux open source, dll*)

3. Peraturan-peraturan:

(Tidak ada.)

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).

2. Persyaratan kompetensi:

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep dasar pemasaran

3.2 Keterampilan

3.2.1 Terampil menggunakan alat pengolah data

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

4.1 Perhatian pada detail lingkungan usaha

4.2 Koordinatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis:

5.1 Ketepatan mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan

KODE UNIT : M.702090.004.01

JUDUL UNIT : **Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial**

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mendapatkan data calon pelanggan potensial (<i>prospecting</i>)	1.1 Teknik mencari pelanggan potensial, <i>referral</i> atau <i>non-referral</i> dilakukan 1.2 Data pelanggan yang lengkap, akurat dan relevan didapat
2. Menghubungi calon pelanggan potensial	2.1 Kontak melalui beragam media komunikasi (telepon, <i>e-mail</i> , <i>short message service</i> , dll) dilakukan 2.2 Jadwal pertemuan (<i>meeting</i>) dengan calon pelanggan potensial didapat

BATASAN VARIABEL :

1. Konteks Variabel

1.1 Unit ini berlaku untuk mendapatkan data calon pelanggan potensial (*prospecting*), menghubungi calon pelanggan potensial, yang digunakan untuk melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial.

1.2 Teknik *referral prospecting* adalah mendapatkan calon pelanggan dari referensi seseorang (pelanggan yang puas dengan produk perusahaan)

1.3 Tekni *non-referral* adalah mendapatkan calon pelanggan dari sumber lain selain dari referensi pelanggan yang puas dengan produk perusahaan.

2. Peralatan dan Perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat komunikasi

2.1.2 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point), Linux open source, dll*)

3. Peraturan-peraturan:

3.1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8/1999, Pasal 7, Pasal 13 sampai dengan Pasal 16

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan Melaksanakan Keterampilan Penjualan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).

2. Persyaratan kompetensi

2.1. Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

2.1.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan

2.1.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif

2.1.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep *personal selling*

3.1.2 Konsep keterampilan penjualan (*selling skill*)

3.2 Keterampilan

3.2.1 Komunikasi

3.2.2 Pemanfaatan *database* pelanggan

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

4.1 Perhatian pada detail elemen-elemen keterampilan menjual

4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian di bidang penjualan

4.3 Bertanggung jawab mengevaluasi efektivitas proses penjualan yang selama ini dilakukan

4.4 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama

5. Aspek kritis:

5.1 Ketepatan menentukan waktu untuk menutup penjualan

KODE UNIT : M.702090.005.01

JUDUL UNIT : Melaksanakan Keterampilan Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan keterampilan penjualan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial	1.1 Nama, jabatan, serta perusahaan tempat bekerja diperkenalkan 1.2 Tujuan pertemuan disebutkan 1.3 Percakapan untuk mencairkan suasana (<i>icebreaking</i>) dilakukan
2. Melaksanakan penggalian kebutuhan (<i>probing</i>) terhadap calon pelanggan potensial	2.1 Teknik penggalian kebutuhan pelanggan berupa pertanyaan situasi (<i>situation</i>), masalah (<i>problem</i>), dampak dari masalah (<i>implication</i>) dilaksanakan 2.2 Solusi pemenuhan kebutuhan (<i>need pay-off</i>) pelanggan ditawarkan
3. Melaksanakan presentasi penjualan	3.1 Tipe presentasi yang akan disampaikan apakah bertujuan untuk menyampaikan informasi, berusaha melakukan persuasi, atau sekedar memberikan hiburan, ditentukan 3.2 Berbagai perlengkapan yang dibutuhkan seperti alat penampil presentasi, penunjuk laser (<i>laser pointer</i>), layar putih, dan berbagai perlengkapan lainnya disiapkan 3.3 Pesan utama dalam presentasi disampaikan
4. Melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan	4.1 <i>Feature, Advantage, Benefit</i> (FAB) dari produk/jasa yang disebutkan 4.2 Hal yang menjadi keberatan pelanggan dijawab dengan menyebutkan nilai (<i>value</i>) yang terdapat pada produk/jasa yang ditawarkan
5. Melaksanakan Negosiasi	5.1 Skenario negosiasi (<i>shopping list</i>) disiapkan 5.2 Taktik negosiasi pelanggan diidentifikasi 5.3 Hal yang menjadi concern pelanggan diakomodir (<i>win-win solution</i>)

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
6. Memfasilitasi komitmen pembelian (<i>closing</i>)	6.1 Waktu dan tanda-tanda (<i>verbal</i> dan <i>non-verbal</i>) yang tepat untuk penutupan penjualan diidentifikasi 6.2 Teknik untuk penutupan penjualan dilakukan

BATASAN VARIABEL :

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk membuka percakapan dengan calon pelanggan potensial, melaksanakan penggalan kebutuhan (*probing*) terhadap calon pelanggan potensial, melaksanakan presentasi penjualan, melaksanakan penanganan terhadap keberatan pelanggan, melaksanakan negosiasi, memfasilitasi komitmen pembelian (*closing*) yang digunakan untuk melaksanakan keterampilan penjualan.
- 1.2 Jenis-jenis pertanyaan yang dibutuhkan untuk menjajaki kebutuhan pelanggan tidak terbatas pada pertanyaan *Situation* (situasi), *Problem* (masalah), *Implication* (dampak), *Need pay-off* (konfirmasi terhadap solusi).
- 1.3 Jenis-jenis pernyataan yang dibutuhkan untuk menawarkan solusi kepada pelanggan tidak terbatas pada pernyataan *feature* (fitur), *advantage* (keunggulan), *benefit* (manfaat)
- 1.4 Tanda-tanda penutupan penjualan dapat dilihat dari respon pelanggan yang berupa *verbal* (pertanyaan, pujian, permintaan), dan *non-verbal* (tatapan mata, anggukan kepala, posisi tubuh)
- 1.5 Pilihan-pilihan yang digunakan dalam taktik negosiasi tidak terbatas pada *exaggerated demands* (meminta sesuatu yang tidak masuk akal), *salami* (cenderung menyetujui hanya pada satu titik tertentu), *red herring* (melakukan percakapan tidak relevan dengan tujuan mengalihkan perhatian), mencapai kesepakatan pada saat-saat terakhir untuk mendapat kelonggaran, *stonewall* (cenderung berkata tidak tanpa alasan yang masuk akal), *good guy/bad guy* (*bad guy* berperan sebagai orang yang menyerang, *good guy* berperan sebagai orang yang memberikan solusi), *silence* (cenderung diam, menunggu

pihak lain berbicara terlebih dahulu), *personal attack* (membuat pernyataan di luar dugaan tentang pribadi atau perusahaan), *Columbo* (mengarah pada akhir negosiasi dengan mengeluarkan pernyataan tambahan), dan *selective listening* (mendengar manfaat saja dan melewatkan hal-hal yang kurang berkenan).

2. Peralatan dan perlengkapan:

2.1 Peralatan

2.1.1 Alat komunikasi

2.1.2 Alat pengolah data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Piranti lunak (*software*) untuk mengolah data (contoh: *Microsoft Office (Excel, Word, Power Point), Linux open source, dll*)

3. Peraturan-peraturan:

3.1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen nomor 8/1999, Pasal 7, Pasal 13 sampai dengan Pasal 16

4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian

1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan Melaksanakan Keterampilan Penjualan

1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).

2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya: -

- 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
 - 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
 - 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
 - 2.4 M.702090.004.01 : Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial
3. Pengetahuan dan keterampilan:
- 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Konsep *personal selling*
 - 3.1.2 Konsep keterampilan penjualan (*selling skill*)
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Komunikasi
 - 3.2.2 Pemanfaatan *database* pelanggan
4. Sikap kerja yang dibutuhkan:
- 4.1 Perhatian pada detail elemen-elemen keterampilan menjual
 - 4.2 Giat dalam menjalankan tugas harian di bidang penjualan
 - 4.3 Bertanggung jawab mengevaluasi efektivitas proses penjualan yang selama ini dilakukan
 - 4.4 Kooperatif dengan tim di fungsi kerja yang sama
5. Aspek kritis:
- 5.1 Ketepatan menentukan waktu untuk menutup penjualan

KODE UNIT : M.702090.006.01

JUDUL UNIT : Menyusun Rencana Aktifitas Penjualan

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam menyusun rencana aktifitas penjualan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Melaksanakan pengelolaan waktu	1.1 Daftar dan target pekerjaan harian dibuat 1.2 Prioritas pekerjaan dalam sehari ditentukan
2. Melaksanakan pengelolaan teritori	2.1 Teritori yang menjadi tanggungjawab pekerjaannya dipetakan 2.2 Prioritas pelanggan ditentukan 2.3 Rencana kunjungan berdasarkan teritori ditentukan

BATASAN VARIABEL :

1. Konteks Variabel

- 1.1 Unit ini berlaku untuk melaksanakan pengelolaan waktu dan melaksanakan pengelolaan teritori, yang digunakan untuk menyusun rencana aktifitas penjualan
- 1.2 Pengelolaan waktu memiliki peranan penting karena mengurangi stres, menjaga keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi, meningkatkan produktivitas dari tenaga penjual itu sendiri, dan mencapai tujuan atau target dari tenaga penjual itu sendiri.
- 1.3 Tahap dalam melakukan pengelolaan waktu termasuk di dalamnya mengecek kegiatan harian, menyusun tujuan pribadi, daftar pekerjaan harian, mencatat hal penting dalam kalender, menyusun kegiatan harian
- 1.4 Pengelolaan teritori penting karena tenaga penjual dapat mengunjungi wilayah cakupan dengan lebih baik, mengurangi harga pokok penjualan dengan berbagai efisiensi, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dan dapat melakukan evaluasi kerja dengan lebih akurat.

- 1.5 Tahap dalam melakukan pengelolaan teritori meliputi penentuan segmen teritori, mengelola potensi setiap area, menyusun prioritas terhadap area.
2. Peralatan dan perlengkapan:
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat pengolah data
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Alat tulis kantor
3. Peraturan-peraturan:

(Tidak ada.)
4. Norma dan standar:

(Tidak ada.)

PANDUAN PENILAIAN :

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Kondisi penilaian merupakan aspek dalam penilaian yang sangat berpengaruh atas tercapainya kompetensi ini terkait dengan menyusun rencana aktifitas penjualan
 - 1.2 Penilaian dapat dilakukan dengan cara : lisan, tertulis, demonstrasi/praktek, dan simulasi di *workshop* dan atau di tempat kerja dan atau di Tempat Uji Kompetensi (TUK).
2. Persyaratan kompetensi

Untuk bisa menerapkan unit kompetensi ini, unit kompetensi yang harus dikuasai sebelumnya:

 - 2.1 M.702090.001.01 : Mengidentifikasi elemen pemasaran perusahaan
 - 2.2 M.702090.002.01 : Melaksanakan komunikasi efektif
 - 2.3 M.702090.003.01 : Melaksanakan penulisan bisnis (*business writing*)
 - 2.4 M.702090.004.01 : Melakukan pendekatan kepada calon pelanggan potensial

2.5 M.702090.005.01 Melaksanakan keterampilan penjualan

3. Pengetahuan dan keterampilan:

3.1 Pengetahuan

3.1.1 Konsep manajemen waktu (*time management*)

3.1.2 Konsep pengelolaan teritori (*territory management*)

3.2 Keterampilan: tidak ada

4. Sikap kerja yang dibutuhkan:

4.1 Cekatan dalam mempelajari variasi teknik mengelola teritori penjualan dan pola rute kerja tenaga penjual.

4.2 Ulet dalam melakukan analisa lingkungan bisnis, baik kebutuhan jalur distribusi, pesaing usaha, ataupun proposisi perusahaan dalam menyesuaikan diri terhadap konteks persaingan yang sedang dihadapi

5. Aspek kritis:

5.1 Ketepatan dalam mengelola waktu dan teritori



**MENTERI
TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
REPUBLIK INDONESIA**

**KEPUTUSAN MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI
REPUBLIK INDONESIA**

NOMOR 351 TAHUN 2014

TENTANG

**PENETAPAN STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA
KATEGORI JASA PROFESIONAL, ILMIAH DAN TEKNIS GOLONGAN POKOK
PERIKLANAN DAN PENELITIAN PASAR BIDANG KEAHLIAN PERIKLANAN**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI TENAGA KERJA DAN TRANSMIGRASI REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang** : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 26 Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor 8 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, perlu menetapkan Keputusan Menteri tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Periklanan dan Penelitian Pasar Bidang Keahlian Periklanan;
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4279);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2006 tentang Sistem Pelatihan Kerja Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4637);
3. Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 24);
4. Keputusan Presiden Nomor 84/P Tahun 2009;
5. Peraturan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi Nomor 8 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 364);
- Memperhatikan** : 1. Hasil Konvensi Nasional Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Jasa Profesional, Ilmiah dan Teknis Golongan Pokok Periklanan dan Penelitian Pasar Bidang Keahlian Periklanan yang diselenggarakan tanggal Tahun 2011 bertempat di Jakarta;

C. Uraian Unit Kompetensi

KODE UNIT : M.731000.001.01

JUDUL UNIT : **Membuat Perencanaan Periklanan**

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang dibutuhkan dalam membuat perencanaan periklanan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Meneliti sumber permasalahan klien	1.1 Data dianalisis untuk memperoleh permasalahan-permasalahan pemasaran. 1.2 Data disimpulkan sebagai dasar untuk penetapan perumusan permasalahan utama pemasaran. 1.3 Permasalahan klien dirumuskan untuk mendasari penentuan solusi permasalahan utama.
2. Merumuskan strategi sebagai solusi permasalahan klien berdasarkan hasil analisis	2.1 Rumusan masalah dijawab untuk menentukan strategi. 2.2 Pasarsasaran dibidik dengan melakukan segmentasi, <i>targeting</i> , dan menetapkan <i>positioning</i> untuk memperoleh ketepatan ruang lingkup khalayak sasaran dan keselarasan dengan penetapan inti pesan. 2.3 Tujuan kampanye komunikasi pemasaran ditentukan yang dirumuskan ke dalam pernyataan konkret, untuk mendasari arah penyusunan dan menjadi dasar penentuan keberhasilan pencapaian program periklanan. 2.4 Format kampanye komunikasi pemasaran ditentukan dengan cara menganalisis dan memilih bauran elemen komunikasi pemasaran, untuk mendapatkan kesesuaian pemilihan elemen-elemen promosi yang akan digunakan.
3. Menentukan pesan utama kampanye pemasaran	3.1 Ide besar (<i>core concept</i>) ditentukan ke dalam proposisi nilai dan bentuk konkret menjadipesan utama, untuk menjadi dasar penyusunan bentuk kongkrit eksekusi inti pesan. 3.2 Jenis khalayak sasaran ditentukan agar memperoleh ketepatan dalam penentuan cara penetrasi pesan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	3.3 Tanggapan atau (<i>response</i>) khalayak sasaran dirumuskan untuk memastikan pesan yang disampaikan akan diterima khalayak sasaran sesuai dengan yang direncanakan.
4.Mengarahkan konsep pendekatan kreatif dan media	<p>4.1 Data tentang pemahaman produk (<i>tangible</i> dan <i>intangible</i>) dikumpulkan dan disesuaikan dengan khalayak sasaran, untuk memperoleh ketepatan dalam penentuan strategi pesan dan media.</p> <p>4.2 Tujuan kreatif dirumuskan untuk menjadi pedoman dalam pengembangan inti dan penetapan penetrasi pesan.</p> <p>4.3 Tujuan media dirumuskan untuk memperoleh ketepatan dalam penjangkauan (<i>reach</i>) khalayak sasaran, pengulangan pesan (<i>frequency</i>), dan periode penjadwalan (<i>continuity</i>) penyampaian pesan melalui media.</p> <p>4.4 Pesan iklan ditetapkan dengan menjabarkan ide besar ke dalam bentuk yang lebih kongkrit (verbal dan visual), agar khalayak sasaran dapat menerima pesan yang disampaikan melalui media dengan benar.</p> <p>4.5 Data tentang produk, khalayak sasaran, dan inti pesan yang telah ditetapkan dikoordinasikan dengan bagian kreatif dan media, agar tercapai keselarasan dalam penyusunan strategi pesan dan media.</p>
5.Menentukan parameter evaluasi	<p>5.1 Rencana evaluasi/penelitian dampak program kampanye ditentukan, berdasarkan pencapaian tujuan kampanye periklanan yang telah ditetapkan.</p> <p>5.2 Indikator keberhasilan yang akan dicapai ditentukan sebagai dasar analisa data, untuk penentuan keberhasilan program.</p> <p>5.3 Hasil evaluasi dijadikan rekomendasi, untuk perbaikan dan kesinambungan program periklanan atau komunikasi pemasaran berikutnya.</p>

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

Unit kompetensi ini berlaku untuk menjelaskan proses membuat perencanaan periklanan, yakni:

- 1.1 Menyamakan persepsi produsen/pengiklan tentang keterkaitan konsumen dengan merek atau produk (barang, jasa, dan ide) agar terjadi transaksi atau penjualan.
- 1.2 Kampanye yang dimaksud adalah pelaksanaan program promosi atau komunikasi pemasaran atas produk yang dipasarkan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Komputer
- 2.1.2 Printer
- 2.1.3 Media audio visual
- 2.1.4 Internet
- 2.1.5 Aplikasi software penelitian

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Berkas profile klien
- 2.2.2 Data pasar, konsumen, dan persaingan
- 2.2.3 Data sumber daya klien
- 2.2.4 Data profil khalayak sasaran
- 2.2.5 Proposal strategi komunikasi pemasaran
- 2.2.6 Data produk dan atributnya
- 2.2.7 Data perencanaan media

3. Peraturan yang diperlukan

- 3.1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen
- 3.2 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers
- 3.3 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran
- 3.4 Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan

- 3.5 Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor Kep. 368/MEN.KES/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, alat Kesehatan, Kosmetika, perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, Makanan-Minuman
- 4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Etika Pariwisata Indonesia Tahun 2005 (Revisi Ketiga)
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 *Standar Operating Procedure* (SOP) dalam membuat perencanaan periklanan

PANDUAN PENILAIAN

- 1. Konteks penilaian

Unit kompetensi ini dinilai berdasarkan tingkat kemampuan dalam membuat perencanaan periklanan. Penilaian dapat dilakukan di Tempat Uji Kompetensi (TUK) dengan cara:

 - 1.1 Wawancara mengacu kepada Kriteria Unjuk Kerja.
 - 1.2 Demonstrasi secara konseptual dalam rangka aktualisasi pelaksanaan pekerjaan.
 - 1.3 Metode-metode lain yang relevan.
- 2. Persyaratan kompetensi
 - 2.1 M.731000.003.01 Merancang Strategi Kreatif dan Pembuatan Iklan
 - 2.2 M.731000.004.01 Merancang Strategi dan Pembelian Media
- 3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Dasar-Dasar Pemasaran
 - 3.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu
 - 3.1.3 Periklanan
 - 3.1.4 Perilaku Konsumen
 - 3.1.5 Manajemen Merek

- 3.1.6 Manajemen Anggaran
- 3.1.7 Perencanaan Kreatif Periklanan
- 3.1.8 Perencanaan Media Periklanan
- 3.1.9 Metodologi Penelitian Sosial dan Komunikasi
- 3.1.10 Statistik Terapan
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Identifikasi masalah
 - 3.2.2 *Problem solving*
 - 3.2.3 Berkomunikasi
 - 3.2.4 Evaluasi program kampanye
 - 3.2.5 Membuat kesimpulan dan rekomendasi
- 4. Sikap yang dibutuhkan
 - 4.1 Teliti
 - 4.2 Tanggung jawab
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan menyimpulkan data sebagai dasar untuk penetapan perumusan permasalahan utama pemasaran

KODE UNIT : M.731000.003.01

JUDUL UNIT : Merancang Strategi Kreatif dan Pembuatan Iklan

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap, yang dibutuhkan dalam perancangan strategi kreatif dan pembuatan iklan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Merencanakan strategi kreatif	1.1 Data yang dibutuhkan dikumpulkan, diolah dan diinterpretasikan, untuk penetapan inti pesan. 1.2 Strategi kreatif dirumuskan agar diperoleh efektivitas dalam penetapan penetrasi pesan.
2. Menyusun pesan iklan secara verbal	2.1 Konsep (inti) pesan diidentifikasi, dirumuskan dan ditentukan, untuk dijadikan dasar dalam pemilihan bentuk eksekusi pesan verbal. 2.2 Pesan verbal diimplementasikan dalam bentuk kongkrit, untuk disusun menjadi bentuk <i>copy</i> pesan.
3. Membuat desain iklan	3.1 Materi yang dibutuhkan disiapkan sesuai dengan ide yang telah diidentifikasi, untuk dijadikan dasar pertimbangan dalam eksekusi visual. 3.2 Ide diimplementasikan secara visual, agar inti atau konsep pesan mudah dicerna dan menarik bagi khalayak sasaran.
4. Mempresentasikan ide kreatif	4.1 Materi eksekusi ide kreatif dipersiapkan, untuk dijadikan dasar dalam penyampaian konsep dan strategi pesan kepada klien. 4.2 Materieksekusi ide kreatif dipresentasikan, untuk menyamakan referensi dan kesepakatan antara agen dan klien tentang konsep dasar dan eksekusi pesan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
5. Merencanakan eksekusi iklan	5.1 Referensi disiapkan, sebagai ' <i>raw material</i> ' dalam pelaksanaan eksekusi pesan untuk dibuat dalam bentuk kongkrit. 5.2 Vendor dievaluasi dan dipilih, untuk ditetapkan sebagai pelaksana eksekusi pesan dalam bentuk kongkrit.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

Unit kompetensi ini berlaku untuk melaksanakan perancangan strategi kreatif dan pembuatan iklan.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Internet

2.1.3 Audio Visual

2.1.4 Aplikasi Desain Komputer

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Data produk

2.2.2 Data pesaing

2.2.3 Data konsumen

2.2.4 Referensi (kasus iklan)

2.2.5 *Storyboard, dummy*

3. Peraturan yang diperlukan

3.1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen

3.2 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers

3.3 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

3.4 Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan

- 3.5 Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor Kep. 368/ MEN.KES/ SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, alat Kesehatan, Kosmetika, perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, Makanan-Minuman

4. Norma dan standar

4.1 Norma

- 4.1.1 Etika Pariwisata Indonesia Tahun 2005 (revisi ketiga)

4.2 Standar

- 4.2.1 *Standar Operating Procedure* (SOP) yang terkait dalam perancangan strategi kreatif dan pembuatan iklan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

Unit kompetensi ini dinilai berdasarkan tingkat kemampuan dalam merancang strategi kreatif dan pembuatan iklan. Penilaian dapat dilakukan di Tempat Uji Kompetensi (TUK) dengan cara sebagai berikut:

- 1.1 Wawancara mengacu kepada Kriteria Unjuk Kerja.
- 1.2 Demonstrasi secara konseptual dalam rangka aktualisasi pelaksanaan pekerjaan.
- 1.3 Menunjukkan hasil kerja yang pernah dilaksanakan sesuai perencanaan baik dalam bentuk fisik maupun laporan dan/atau metode-metode lain yang relevan.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.731000.004.01 Merancang Strategi dan Pembelian Media

3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Dasar-Dasar Pemasaran
- 3.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu
- 3.1.3 Periklanan
- 3.1.4 Perilaku Konsumen
- 3.1.5 Strategi dan Perencanaan Kreatif Periklanan

- 3.1.6 Penulisan Naskah Kreatif
- 3.1.7 Dasar-dasar Desain Grafis
- 3.1.8 Eksekusi Pesan Iklan
- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menginterpretasi data
 - 3.2.2 Merumuskan ide kreatif
 - 3.2.3 Menguasai aplikasi desain grafis
 - 3.2.4 Memvisualisasikan ide kreatif
 - 3.2.5 Menguasai teknik presentasi
 - 3.2.6 Menemukan referensi yang tepat
 - 3.2.7 Mengarahkan *vendor* dalam menerjemahkan ide kreatif
 - 3.2.8 Mendelegasikan dengan jelas kepada *vendor*
- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Kreatif
 - 4.2 Teliti
 - 4.3 Tanggung jawab
- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan mengolah data yang dibutuhkan agar sesuai tujuan penetapan inti pesan

KODE UNIT : M.731000.004.01

JUDUL UNIT : Merancang Strategi dan Pembelian Media

DESKRIPSI UNIT : Unit ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan dan sikap, yang dibutuhkan dalam perancangan strategi dan pembelian media.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mengumpulkan informasi data media yang sesuai untuk klien	1.1 Kriteria sumber informasi data media ditetapkan, untuk mendapatkan ketepatan data media dengan khalayak sasaran. 1.2 Data media yang sesuai dikumpulkan, untuk dianalisis.
2. Melakukan analisis informasi data yang telah dikumpulkan	2.1 Data yang terkumpul disiapkan, untuk dijadikan dasar pemilihan media. 2.2 Data dianalisis, untuk menetapkan jangkauan, frekuensi, dan penjadwalan media terpilih.
3. Menyusun strategi penggunaan media	3.1 Penggunaan media periklanan direncanakan, untuk menetapkan tujuan media. 3.2 Strategi kampanye media periklanan disusun, agar tujuan media tercapai secara optimal.
4. Memilih media yang sesuai	4.1 Data media iklan disiapkan, untuk mengklasifikasi media sebagai media utama atau pendukung. 4.2 Media iklan yang akan digunakan dipilih dan ditetapkan, untuk memilih kesesuaian dengan sifat produk dan ketepatan khalayak sasaran.
5. Membuat perhitungan <i>return on customer investment</i> kampanye periklanan	5.1 Informasi tentang total biaya periklanan, dan informasi total <i>advertising value</i> disiapkan dan dihitung, untuk memperkirakan dampak media. 5.2 Metode perhitungan yang disepakati dengan klien ditentukan, untuk dijadikan dasar evaluasi media. 5.3 <i>Advertising ROCI</i> dihitung, untuk memperkirakan keterkaitan dana yang diinvestasikan dalam program promosi dengan tujuan pemasaran dan bisnis perusahaan.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
6. Melakukan perencanaan media	6.1 Menyiapkan data rencana pembelanjaan media, untuk pertimbangan dalam penetapan tujuan dan strategi media. 6.2 Menyusun perencanaan media, untuk dijadikan dasar dalam implementasi pembelian media.
7. Melakukan pertanggungjawaban biaya	7.1 Pembelanjaan media dilakukan, untuk memperoleh kepastian penempatan atau penayangan iklan dan materi promosi lainnya. 7.2 Materi iklan dikoordinasikan dengan pihak <i>media houses</i> , untuk kepastian penempatan atau penayangan materi iklan dan promosi lainnya. 7.3 Pelaksanaan penayangan materi iklan dievaluasi, untuk memantau kesesuaian penempatan atau penayangan media dengan rencana yang ditetapkan.
8. Melakukan negosiasi dengan <i>media houses</i>	8.1 Data media diinvestigasi serta metode negosiasi dan posisi tawar ditetapkan, untuk memperoleh biaya pembelanjaan media yang optimal. 8.2 Hasil investigasi dilaporkan, untuk dijadikan dasar kesepakatan antara agen dengan <i>media houses</i> .
9. Melakukan monitoring eksekusi pembelanjaan media	9.1 Data hasil negosiasi disiapkan, untuk memantau ketepatan waktu dan biaya penempatan atau penayangan di media. 9.2 Hasil eksekusi dipantau, untuk mengevaluasi penggunaan dan manfaat biaya media. 9.3 Laporan administrasi dibuat, untuk pertanggung jawaban pada klien.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

Unit kompetensi ini berlaku untuk melaksanakan perancangan strategi dan pembelian media.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Komputer

2.1.2 Internet

2.1.3 Audio Visual

2.1.4 Aplikasi pengumpulan informasi data

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Data media

2.2.2 Data pembelanjaan media

2.2.3 Data hasil negosiasi

2.2.4 Data hasil pelaksanaan pembelanjaan media

2.2.5 Data tentang *Return on Customer Investment (ROCI)*

3. Peraturan yang diperlukan

3.1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen

3.2 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers

3.3 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

3.4 Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan

3.5 Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor Kep.368/ MEN.KES/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Bebas, Obat Tradisional, alat Kesehatan, Kosmetika, perbekalan Kesehatan Rumah Tangga, Makanan-Minuman

4. Norma dan standar

4.1 Norma

4.1.1 Etika Pariwisata Indonesia Tahun 2005 (revisi ketiga)

4.2 Standar

4.2.1 *Standar Operating Procedure (SOP)* yang terkait dan diberlakukan di perusahaan periklanan

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

Unit kompetensi ini dinilai berdasarkan tingkat kemampuan dalam merancang strategi dan pembelian media. Penilaian dapat dilakukan di Tempat Uji Kompetensi (TUK) dengan cara sebagai berikut:

- 1.1 Wawancara mengacu kepada Kriteria Unjuk Kerja.
- 1.2 Demonstrasi secara konseptual dalam rangka aktualisasi pelaksanaan pekerjaan.
- 1.3 Menunjukkan hasil kerja yang pernah dilaksanakan sesuai perencanaan baik dalam bentuk fisik maupun laporan dan/atau metode-metode lain yang relevan.

2. Persyaratan kompetensi

- 2.1 M.731000.003.01 Merancang Strategi Kreatif dan Pembuatan Iklan (*Creative*)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Dasar-Dasar Pemasaran
- 3.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu
- 3.1.3 Periklanan
- 3.1.4 Perilaku Konsumen
- 3.1.5 Metode Pengumpulan Data
- 3.1.6 Statistik Terapan
- 3.1.7 Perencanaan Media Periklanan
- 3.1.8 Strategi Komunikasi dan Psikologi Komunikasi Massa
- 3.1.9 Negosiasi dan Persuasi
- 3.1.10 Monitoring dan Evaluasi Media

- 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menginterpretasi data media dan membuat kesimpulan
 - 3.2.2 Menguasai perencanaan *media mix*
 - 3.2.3 Mengidentifikasi biaya periklanan
 - 3.2.4 Membuat *advertising value*
 - 3.2.5 Menghitung *advertising ROI*
 - 3.2.6 Menguasai teknik presentasi
 - 3.2.7 Melakukan evaluasi media
 - 3.2.8 Membuat dan mendokumentasikan laporan

- 4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Teliti
 - 4.2 Tanggung jawab

- 5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan menganalisis data untuk menetapkan jangkauan, frekuensi, dan penjadwalan media terpilih



**MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA**

KEPUTUSAN MENTERI KETENAGAKERJAAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 56 TAHUN 2018

TENTANG

PENETAPAN STANDAR KOMPETENSI KERJA NASIONAL INDONESIA
KATEGORI INFORMASI DAN KOMUNIKASI GOLONGAN POKOK AKTIVITAS
JASA INFORMASI BIDANG PENGOPERASIAN KOMPUTER

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI KETENAGAKERJAAN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang : a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 31 Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Nomor 3 Tahun 2016 tentang Tata Cara Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, perlu menetapkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Informasi dan Komunikasi Golongan Pokok Aktivitas Jasa Informasi Bidang Pengoperasian Komputer;
- b. bahwa Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Informasi dan Komunikasi Golongan Pokok Aktivitas Jasa Informasi Bidang Pengoperasian Komputer telah disepakati melalui Konvensi Nasional pada 27 November 2017 di Jakarta;
- c. bahwa sesuai dengan Surat Kepala Pusbang Literasi dan Profesi SDM Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika Nomor 27/KOMINFO/BLSDM.5/LT03.07/2/2018 tanggal 6 Februari 2018 telah disampaikan permohonan penetapan Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Informasi dan Komunikasi

C. Uraian Unit Kompetensi

KODE UNIT : **J.63OPR00.001.2**

JUDUL UNIT : **Menggunakan Perangkat Komputer**

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berkaitan dengan pengetahuan keterampilan dan sikap kerja yang dibutuhkan untuk menggunakan perangkat komputer dalam kondisi normal.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Menyalakan perangkat komputer dan mengamati proses aktifasi sistem (<i>booting</i>) hingga selesai	1.1 Indikator penyalaan perangkat komputer dapat dilihat sesuai dengan petunjuk penggunaan. 1.2 Proses proses aktivasi sistem operasi dapat dijalankan sesuai dengan petunjuk penggunaan.
2. Menjalankan perangkat komputer	2.1 Antar muka pengguna yang tersedia dapat dijalankan dengan peripheral yang tersedia sesuai dengan petunjuk penggunaan komputer. 2.2 Program aplikasi dijalankan sesuai dengan petunjuk penggunaan komputer.
3. Mematikan perangkat komputer	3.1 Semua program aplikasi ditutup sesuai dengan petunjuk penggunaan komputer. 3.2 Antrian data dari atau menuju <i>peripheral</i> dipastikan sudah tidak ada lagi sesuai dengan petunjuk penggunaan komputer. 3.3 Tampilan yang muncul pada layar <i>monitor</i> diidentifikasi merupakan tampilan yang menandakan proses penghentian secara normal sesuai dengan petunjuk penggunaan komputer.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Perangkat Komputer adalah komputer personal, *laptop/notebook*, tablet, *smartphone* yang terhubung atau tidak dengan jaringan internet (jaringan komputer). Komputer yang dimaksud komputer dalam bentuk digunakan sehari-hari.

- 1.2 Aktivasi adalah proses untuk mendapatkan verifikasi atas *account* yang sah.
 - 1.3 Antar muka pengguna (*User Interface*) adalah fasilitas yang dimanfaatkan berupa *Graphical User Interface* (GUI), seperti *windows*, menu pilihan, *icon* dan teks perintah (*command entry*).
 - 1.4 *Peripheral* adalah peralatan tambahan (baik berupa peralatan masukan dan keluaran) yang dipasang pada komputer seperti alat cetak (*printer*), alat pemindai (*scanner*), *mouse*, *touch pad*, layar sentuh (*touch screen*), *stylus pen* dan *light pen*.
 - 1.5 Program aplikasi adalah perangkat lunak yang sudah terpasang/terinstal di perangkat komputer.
2. Peralatan dan perlengkapan
 - 2.1 Peralatan
 - 2.1.1 Alat Tulis Kantor (ATK)
 - 2.1.2 Perangkat Komputer
 - 2.2 Perlengkapan
 - 2.2.1 Petunjuk penggunaan perangkat komputer
3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Legalitas dan etika yang terkait dengan profesi bidang teknologi informasi
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 *Standard Operating Procedure* (SOP)
 - 4.2.2 Kebijakan Organisasi
 - 4.2.3 Kebijakan penggunaan komputer

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian

Unit kompetensi ini dinilai berdasarkan tingkat kemampuan menggunakan perangkat komputer dan menjalankan program aplikasi pada perangkat komputer dalam sebuah organisasi/perusahaan. Penilaian dapat dilaksanakan di Tempat Uji Kompetensi (TUK) dengan cara:

- 1.1 Wawancara menggunakan Bahasa Indonesia yang mengacu kepada kriteria unjuk kerja.
- 1.2 Demonstrasi secara konseptual disampaikan dengan menggunakan Bahasa Indonesia dalam rangka aktualisasi pelaksanaan pekerjaan.
- 1.3 Metode-metode lain yang relevan.

2. Persyaratan kompetensi

(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan

3.1 Pengetahuan

- 3.1.1 Perangkat komputer
- 3.1.2 Petunjuk penggunaan komputer
- 3.1.3 Antar muka pengguna
- 3.1.4 *Peripheral*
- 3.1.5 Program aplikasi

3.2 Keterampilan

- 3.2.1 Mengetik pada *keyboard*
- 3.2.2 Menggunakan *mouse/touch pad/layar sentuh (touch screen)/pen light/stylus pen*

4. Sikap kerja yang diperlukan

- 4.1 Disiplin
- 4.2 Teliti
- 4.3 Tanggung jawab
- 4.4 Kerjasama dalam tim

5. Aspek kritis

- 5.1 Ketelitian dalam melihat indikator penyalaan komputer sesuai dengan petunjuk penggunaan

KODE UNIT : J.63OPR00.007.2

JUDUL UNIT : Menggunakan Penelusur Situs Web (*Web Browser*)

DESKRIPSI UNIT : Unit kompetensi ini berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang dibutuhkan dalam penggunaan penelusur situs web pada perangkat komputer sesuai dengan petunjuk penggunaan (*user manual*).

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Mempersiapkan perangkat lunak penelusur situs web	1.1 Ikon dan/atau <i>shortcut link</i> penelusur situs web pada layar perangkat komputer dikenali sesuai dengan <i>user manual</i> . 1.2 Penelusur situs web dijalankan dengan mengklik Ikon pada layar dan tampilan muncul pada layar. 1.3 <i>Menu</i> dan perintah <i>shortcut</i> penelusur situs web dikenali sesuai dengan <i>user manual</i> .
2. Mengakses internet melalui URL (<i>Uniform Resource Locator</i>)	2.1 Pranala (<i>hyperlink</i>) pada situs internet dijelajahi sesuai URL yang tersedia. 2.2 Halaman situs web hasil penelusuran (<i>browsing</i>) disimpan pada media penyimpanan sesuai lokasi penyimpanan yang tersedia. 2.3 Halaman situs web hasil penelusuran (<i>browsing</i>) dicetak ke <i>printer</i> . 2.4 Berkas pada halaman situs web di unduh sesuai dengan petunjuk situs.
3. Memanfaatkan mesin pencari informasi di internet (<i>search engine</i>)	3.1 Penelusuran dengan mempergunakan kata kunci dilakukan sesuai dengan topik yang tersedia. 3.2 Penelusuran dengan mempergunakan search operator dilakukan sesuai dengan topik yang tersedia.
4. Menggunakan markah buku (<i>bookmark</i>)	4.1 URL situs web disimpan pada bookmark sesuai lokasi <i>bookmark</i> yang telah ada. 4.2 <i>Bookmark</i> dapat dikelola, seperti dengan

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
	<p>menambahkan <i>folder</i> dan mengatur isi dari tiap <i>folder</i>.</p> <p>4.3 Situs web diakses dengan mempergunakan alamat yang terdapat pada <i>bookmark</i>.</p>

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

- 1.1 Perangkat komputer adalah komputer personal, laptop/*notebook*, *tablet*, *smartphone* yang terhubung internet (jaringan komputer).
- 1.2 Pranala (dalam bahasa Inggris disebut *hyperlink*) adalah sebuah sistem acuan dalam halaman web *hiperteks* ke halaman web yang lain atau sumber lain. Klik pada ikon atau kata/penggalan kalimat sebuah halaman web, komputer akan menampilkan halaman terkait.
- 1.3 *Uniform Resource Locator* (URL) adalah alamat universal dan tunggal untuk mengakses sebuah situs web di internet.
- 1.4 *Search operator* atau *search parameter* adalah karakter atau kata yang diberikan ke mesin pencari. Parameter dapat berupa operator *boolean* antar kata kunci atau kata tertentu antara lain *site*, *filetype*, *inurl*, *intex* yang diikuti dengan kata kunci yang diberikan.
- 1.5 *Bookmark* adalah sebuah fungsi yang terdapat pada penelusur situs web yang berguna untuk mengumpulkan dan menyusun alamat situs web yang akan diakses lagi ke dalam struktur pohon.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

- 2.1.1 Perangkat keras komputer yang digunakan untuk mengakses situs web

2.2 Perlengkapan

- 2.2.1 Daftar alamat situs web yang sering diakses

3. Peraturan yang diperlukan
(Tidak ada.)
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
(Tidak ada.)
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 SNI *Open* Dokumen Format Nomor ISO/IEC 26300:2011

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Kompetensi ini diujikan secara praktek di laboratorium komputer atau tempat lain yang memungkinkan untuk dilakukan penilaian.
2. Persyaratan kompetensi
 - 2.1 J.63OPR00.001.2 Menggunakan Perangkat Komputer
3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Susunan antar muka perangkat keras komputer
 - 3.1.2 Internet
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Menjalankan perangkat keras komputer
4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Cekatan
 - 4.2 Cermat
 - 4.3 Disiplin
 - 4.4 Tanggung jawab
5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketepatan menjalankan penelusur situs web dengan mengklik ikon pada layar dan tampilan muncul pada layar

KODE UNIT : J.63OPR00.010.2

JUDUL UNIT : Menggunakan Aplikasi Media Sosial

DESKRIPSI UNIT : Unit ini menentukan kompetensi, pengetahuan, dan sikap kerja yang diperlukan dalam menggunakan aplikasi media sosial secara umum.

ELEMEN KOMPETENSI	KRITERIA UNJUK KERJA
1. Memilih media sosial	1.1 Kebutuhan media sosial diidentifikasi sebagai dasar kegiatan berikutnya. 1.2 Jenis Data yang akan digunakan dipilih sesuai dengan kebutuhan pengguna. 1.3 Aplikasi media sosial dipilih sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Mengelola akun (<i>account</i>) di media sosial	2.1 Akun pada aplikasi dibuat sesuai dengan kebutuhan pengguna. 2.2 Jejaring Sosial dipelihara sesuai tujuan pengguna. 2.3 Tools dikelola sesuai dengan kebutuhan pengguna.
3. Mengirim informasi	3.1 Konten informasi diperiksa sesuai dengan kriteria pengguna. 3.2 Target Penerima ditentukan sesuai dengan kebutuhan pengguna. 3.3 Informasi di kirim sesuai dengan tujuan pengguna.

BATASAN VARIABEL

1. Konteks variabel

1.1 Media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi: *WhatsApp, Facebook, Google+, Twitter, Blogger, YouTube, Line, BBM, Path, Instagram, LinkedIn, Telegram* dan lainnya.

1.2 Jenis Data adalah informasi yang akan ditampilkan dalam media social seperti *Teks, Image, Audio, Video, animasi*.

1.3 Dipelihara jejaring sosial adalah menambah, mengurangi dan memfilter pertemanan pada jejaring sosial.

- 1.4 Tools adalah aplikasi tambahan yang akan ditambahkan untuk keperluan khusus.
- 1.5 Kriteria :
 - 1.5.1 Konteks/informasi tersebut benar, baik dari sisi isi, sumber, waktu dan tempat, latar belakang serta konteks informasi disampaikan.
 - 1.5.2 Bermanfaat, baik bagi diri penyebar maupun bagi orang atau kelompok yang akan menerima informasi tersebut.
 - 1.5.3 Bersifat umum, yaitu informasi tersebut cocok dan layak diketahui oleh masyarakat dari seluruh lapisan sesuai dengan keragaman orang/khalayak yang akan menjadi target sebaran informasi.
 - 1.5.4 Tepat waktu dan tempat, yaitu informasi yang akan disebar harus sesuai dengan waktu dan tempatnya karena informasi benar yang disampaikan pada waktu dan/atau tempat yang berbeda bisa memiliki perbedaan makna.
 - 1.5.5 Tepat Konteks, informasi yang terkait dengan konteks tertentu tidak boleh dilepaskan dari konteksnya, terlebihditempatkan pada konteks yang berbeda yang memiliki kemungkinan pengertian yang berbeda.
 - 1.5.6 Memiliki hak, orang tersebut memiliki hak untuk penyebaran tidak melanggar hak seperti hak kekayaan intelektual dan tidak melanggar hak *privacy*.

2. Peralatan dan perlengkapan

2.1 Peralatan

2.1.1 Perangkat keras komputer atau mesin sejenis yang digunakan untuk melakukan komunikasi dengan media sosial

2.1.2 Perangkat lunak media sosial yang pilih untuk digunakan

2.2 Perlengkapan

2.2.1 Perlengkapan sesuai kebutuhan dan lingkungan yaitu koneksi internet dengan dan tanpa kabel

2.2.2 Perlengkapan untuk peserta yang berkebutuhan khusus

3. Peraturan yang diperlukan
 - 3.1 Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (KIP)
 - 3.2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
4. Norma dan standar
 - 4.1 Norma
 - 4.1.1 Etika yang terkait dengan profesi bidang teknologi informasi
 - 4.2 Standar
 - 4.2.1 SOP atau manual panduan teknis penggunaan media sosial

PANDUAN PENILAIAN

1. Konteks penilaian
 - 1.1 Kompetensi ini diujikan secara praktik di tempat kerja atau laboratorium komputer atau tempat lain yang memungkinkan untuk dilakukan penilaian.
 - 1.2 Penilaian secara *holistic* dengan unit lain yang relevan dengan peran sektor industri, tempat kerja dan pekerjaan yang sesuai dianjurkan.
 - 1.3 Proses penilaian dan teknik harus sesuai dengan budaya dan sesuai dengan tingkat keterampilan komunikasi, bahasa, membaca dan menghitung kapasitas calon dan pekerjaan yang dilakukan.
 - 1.4 Dalam kasus dimana penilaian praktis digunakan, harus dikombinasikan dengan pertanyaan yang ditargetkan untuk menilai pengetahuan yang diperlukan.
2. Persyaratan kompetensi
(Tidak ada.)

3. Pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan
 - 3.1 Pengetahuan
 - 3.1.1 Penggunaan media sosial
 - 3.2 Keterampilan
 - 3.2.1 Mengumpulkan dan menganalisa kebutuhan pengguna
 - 3.2.2 Berhubungan dengan pertemanan di jejaring sosial

4. Sikap kerja yang diperlukan
 - 4.1 Berintegritas
 - 4.2 Selalu mengikuti kode etik
 - 4.3 Mau belajar
 - 4.4 *Dokumentation skills*
 - 4.5 *Verbal communication*

5. Aspek kritis
 - 5.1 Ketelitian memeriksa konten informasi sesuai dengan kriteria