



Mengenal LinkedIn



Budi Komala - LinkedIn Headshot & Portrait Specialist

Nur Hasanah - Moderator

SHARING SESSION - NEGERI PEMBELAJAR
20 AGUSTUS 2020

LinkedIn is the world's largest professional network on the internet.

dan ada sekitar 10 juta user di Indonesia.

LinkedIn

adalah sebuah **platform media sosial** yang kurang lebih sama dengan yang lainnya. Kalian bisa posting konten foto, video, artikel, bisa like, comment, follow, share link youtube, tiktok, instagram, mirip dengan yang diperoleh di facebook. Yang membedakan adalah orang-orangnya sudah lebih terkurasi dan **kebanyakan berasal dari kalangan profesional**

Yang dilakukan di LinkedIn:

1. Berinteraksi (Add connection, Follow, Like, Share)
2. Buat konten

Jenis Konten Favorit di LinkedIn:

1. Tips/How To
2. Edukatif
3. Inspiratif

TIPS:

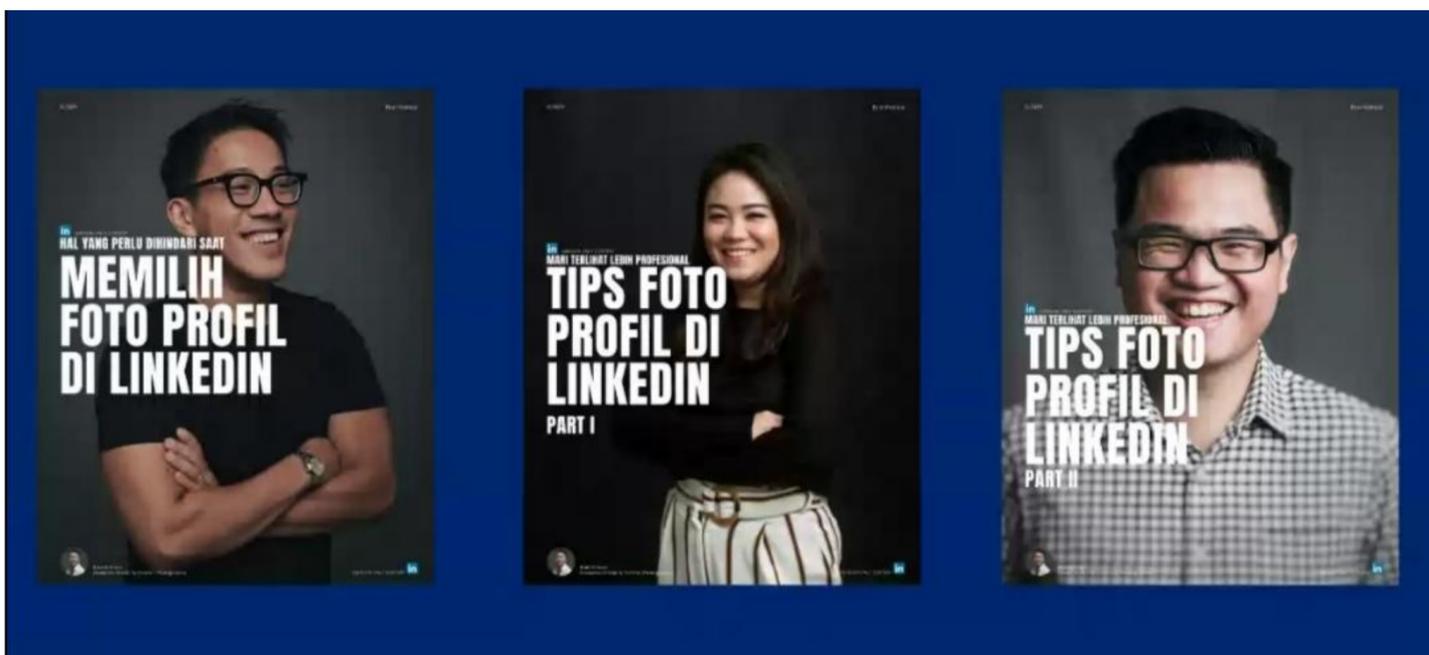
1. Every content matters
2. Penulisan yang profesional
3. Hashtag itu penting
4. Share hal yang paling kita kuasai
5. Konten relevan dengan bidang kita
6. Make yourself noticeable (sering post, komen)

Q:

Bagaimana sebaiknya memasang foto profil dan foto latar/banner? Apakah berbeda?

A:

- Foto profile adalah gerbang utama/first impression kita. Buatlah semenarik mungkin sehingga orang memiliki keinginan/tergerak untuk klik dan mengunjungi halaman profil kita. Lebih lengkap bisa cek postingan gue di LinkedIn.

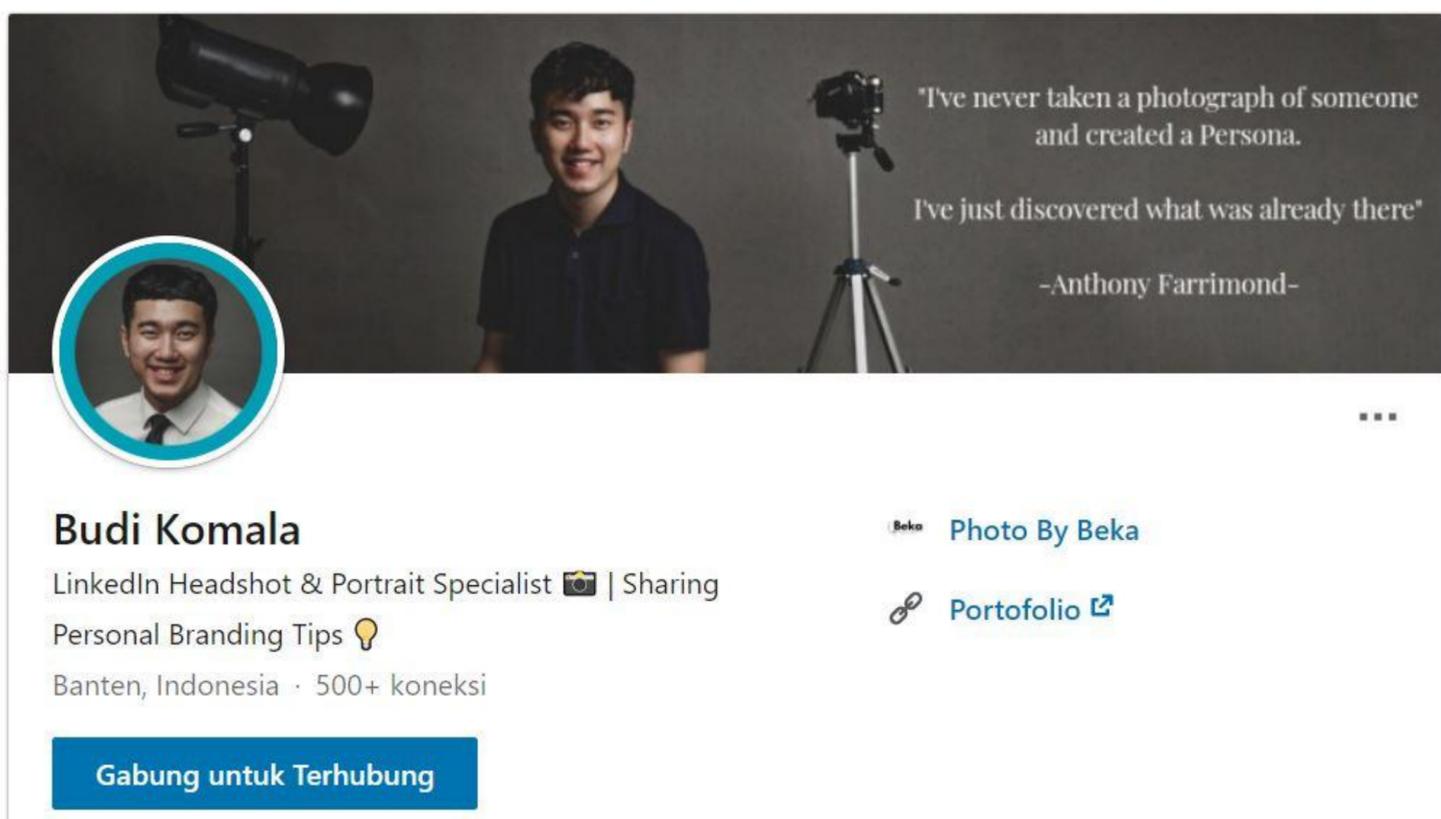


- Foto banner bisa digunakan sebagai media kita untuk memvalidasi profil yang ingin kita tampilkan.
- Foto banner bisa apapun. Bisa dimanfaatkan untuk portofolio juga dengan cara menampilkan gambar yang berhubungan dengan pekerjaan/keahlian kita.
- Karena porsi foto banner lumayan besar dari halaman profil, maka akan sangat menguntungkan jika dimaksimalkan fungsinya.

Q:
Bagaimana sebaiknya mengisi nama dan headline pada intro LinkedIn?

A:

- Untuk nama, tulis saja nama lengkap kalian.
- Gunakan fitur 'message' saat 'add connection' sebagai kesempatan memperkenalkan diri dengan nama panggilan.
- Headline digunakan untuk menjelaskan siapa pemilik akun. Gunakan kata/kalimat yang spesifik menggambarkan pekerjaan atau keahlian kalian sehingga orang akan mendapat pesan yang jelas.
- Contohnya bisa lihat pada profil LinkedIn gue seperti ini:



Q:
Bagaimana sebaiknya cara menggunakan "in message"?

A:

- In message bisa digunakan untuk menyapa saat membuat koneksi baru.
- Manfaatkan sebagai kesempatan memperkenalkan diri, menjelaskan tujuan, apa yang dibutuhkan, dan lebih bagus lagi jika ada yang bisa ditawarkan.
- Gunakan sapaan formal seperti Bapak/Ibu.
- In message penting banget untuk membangun hubungan dengan orang yang kita kirim permintaan koneksi.
- Contoh: Halo Pak Ruby, perkenalkan saya Budi. Saya tertarik sekali dengan apa yang Pak Ruby bagikan di podcast di "Thirty Days of Lunch". Konten bapak sangat menginspirasi saya. Semoga dengan adanya koneksi di LinkedIn bisa memudahkan untuk saling berbagi hal positif. Kalau ada yang ingin ditanyakan perihal *personal branding*, Pak Ruby dapat menghubungi saya. Terima kasih.

Q:

Bagaimana cara melakukan interaksi yang berkualitas, terutama dengan orang yang berbeda interest dengan kita?

A:

- Coba tinggalkan komentar positif pada postingan beliau. Karena komentar adalah salah satu cara menarik perhatian. Kita tidak pernah tau dari komentar tersebut bisa saja membuka peluang yang lebih besar untuk kita.
- Sebagai contoh gue pernah komen di kontennya Pak Nanang, salah satu orang yang gue kagumi di LinkedIn. Berawal dari hal itu, akhirnya gue bisa berbagi dengan beliau mengenai personal branding di LinkedIn dan mendapatkan feedback yang positif.

Q:

Konten seperti apa yang tepat untuk LinkedIn?

A:

- Selalu perhatikan etika dan manner.
- Hindari penggunaan kata yang disingkat agar tidak memberikan kesan tidak serius.
- Konten LinkedIn bisa dimulai dari tulisan sederhana seperti kehidupan kuliah, hal yang ditemui sehari-hari dll. Disampaikan dalam bahasa yang sopan dan tetap memperhatikan etika.
- Tiap orang pasti punya keahlian, hal itu bisa dimanfaatkan juga dengan membuat konten di LinkedIn. Mungkin tidak akan langsung kelihatan hasilnya, namun dalam 5-10 tahun lagi, bukan tidak mungkin apa yang kita share di sosial media akan dilihat juga nantinya.
- Konten video adalah salah satu yang paling engaging di LinkedIn.

Q:
Tips agar bisa konsisten membuat konten?

A:

- Terkadang kebanyakan orang *overthinking* karena merasa konten yang dibuat tidak berhasil atau tidak menarik perhatian. Itu adalah salah satu hal yang bikin tidak konsisten.
- Jangan berharap dan meletakkan ukuran kebahagiaan dari likes atau komentar yang didapat. Tanamkan mindset membuat konten untuk berbagi sehingga apa yang dibagikan bisa bermanfaat.
- Ambil sisi positif yang didapatkan selama prosesnya, seperti kemampuan menulis meningkat, menambah wawasan, meningkatnya kepercayaan diri, dan berbagai ilmu lainnya.

Q:

Bagaimana cara membangun personal branding yang menjual tapi ga jualan?

A:

- Dengan usaha terus membuat konten yang dapat bermanfaat bagi orang lain sampai di-notice.
- Pengalaman pribadi, gue pernah mendapat klien karena konten yang saya buat di-like oleh teman dan muncul di beranda-nya.
- Meski mengawali pekerjaan bukan dari perusahaan yang penting niat untuk terus belajar dan berkembang di LinkedIn.
- Menentukan spesialisasi; contohnya bidang fotografi dengan spesialisasi personal branding.

Q:

Apa yang perlu dievaluasi dari profile LinkedIn yang profile strength-nya sudah all-star namun masih juga belum dinotice?

A:

- Mulai coba interaksi dengan perusahaan tujuan atau yang diinginkan. Coba untuk ngobrol atau share konten perusahaan tersebut.
- LinkedIn adalah tempat untuk berinteraksi. Interaksi yang dilakukan bisa dengan komentar, berpendapat, ataupun add connections.
- Usaha selanjutnya bisa dilakukan dengan bikin konten.
- Gunakan LinkedIn sehari-hari.
- Buat orang percaya terhadap profil.
- Penting untuk bangun koneksi terlebih dahulu di LinkedIn.
- Temukan main interest untuk di share di LinkedIn.

Q:

Bagaimana caranya agar tetap bisa membuat konten walau sedang belajar juga dan belum menjadi ahli?

A:

- Buat konten berdasarkan hal yang sudah divalidasi oleh ahli sebagai bentuk antisipasi agar tidak memberikan informasi yang salah.
- Bisa mulai untuk share dari apa yang dibaca di buku, didengar dari podcast, dll.
- Kemas konten dengan bahasa yang lebih mudah diterima/disukai. Di akhir post bisa ditambahkan kalimat "apakah ada yang mau menambahkan?" atau "bagaimana komentar Anda?"

Q:
Bagaimana cara membuat carousel di LinkedIn?

A:

- Carousel di LinkedIn menggunakan file format pdf bukan jpg.
- Tambahkan file di postingan LinkedIn dengan cara add document dan pilih pdf yang mau dibagikan.



SHARING SESSION - NEGERI PEMBELAJAR
20 AGUSTUS 2020