



Panduan Pengguna

Amazon Pinpoint



Amazon Pinpoint: Panduan Pengguna

Copyright © 2024 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Merek dagang dan tampilan dagang Amazon tidak boleh digunakan sehubungan dengan produk atau layanan apa pun yang bukan milik Amazon, dengan cara apa pun yang dapat menyebabkan kebingungan di antara para pelanggan, atau dengan cara apa pun yang menghina atau mendiskreditkan Amazon. Semua merek dagang lain yang tidak dimiliki oleh Amazon merupakan properti dari masing-masing pemilik, yang mungkin berafiliasi, terkait dengan, atau disponsori oleh Amazon, atau tidak.

Table of Contents

Apa itu Amazon Pinpoint?	1
Fitur Amazon Pinpoint	1
Tentukan segmen audiens	1
Libatkan audiens Anda dengan kampanye perpesanan	2
Buat perjalanan pengguna	2
Menyediakan pesan yang konsisten dengan template	2
Memberikan konten yang dipersonalisasi	2
Menganalisis perilaku pengguna	3
Ketersediaan wilayah	3
Memulai	3
Memulai	4
Tentang tutorial ini	4
Langkah 1: Membuat proyek	6
Opsi 1: Membuat dan mengkonfigurasi proyek	6
Langkah 2: Impor data dan buat segmen	7
Langkah 2.1: Download dan memodifikasi file sampel	8
Langkah 2.2: Impor file data pelanggan sampel	9
Langkah 2.3: Buat segmen target target segmen segmen	9
Langkah 3: Membuat kampanye	10
Langkah 3.1: Buat kampanye dan pilih segmen	10
Langkah 3.2: Membuat pesan kampanye	11
Langkah 3.3: Jadwalkan kampanye	12
Langkah 4: Lihat analitik kampanye	13
Langkah 4.1: Berinteraksi dengan kampanye Anda	13
Langkah 4.2: Melihat metrik untuk kampanye	14
Langkah selanjutnya	15
Proyek	17
Mengelola proyek	17
Membuat proyek	17
Mengedit proyek	19
Menghapus proyek	21
Saluran	23
Notifikasi Push	23
Menyiapkan	24

Memantau	25
Mengelola	26
Mengirim pemberitahuan push web Safari	29
Praktik terbaik	30
Email	30
Memilih antara Amazon Pinpoint dan Amazon SES	31
Sandbox email	32
Pengaturan	32
Memantau	40
Mengelola	42
Mengirim email	51
Menggunakan alamat IP khusus	52
Dasbor pengiriman	62
Praktik terbaik	82
SMS	89
Tentang kotak pasir SMS	91
Menyiapkan	94
Identitas asal	96
Batas dan batasan	108
Meminta dukungan SMS	118
Pemantauan	139
Mengelola	143
Menggunakan simulator SMS	145
Kata kunci	151
Pesan SMS dua arah	152
Kemampuan dan keterbatasan negara	154
Mengelola Kolam	192
Praktik terbaik	195
Memahami laporan Penagihan dan Penggunaan SMS	213
Suara	216
Kotak pasir suara	217
Menyiapkan	218
Mengelola	220
Negara dan wilayah yang didukung	226
Mengelola Kolam	230
Praktik terbaik	233

Pesan dalam aplikasi	236
Cara Amazon Pinpoint menangani pesan dalam aplikasi	236
Saluran kustom	237
Menyiapkan dan mengelola saluran kustom	238
Segmen	239
Membangun segmen	239
Grup segmen	240
Membuat segmen dinamis	240
Mengelola segmen	248
Mengimpor segmen	250
Pertimbangan segmen impor	251
File segmen	251
Mengimpor segmen	255
Atribut yang didukung	258
Segmen ekspor	263
Kampanye	265
Langkah 1: Buat kampanye	266
Langkah 2: Tentukan segmen	267
Langkah 3: Konfigurasi pesan	268
Siapkan kampanye	268
Gunakan variabel pesan	280
Uji pesannya	281
Langkah 4: Jadwalkan kampanye	284
Menjadwalkan email, SMS, pesan suara, push, atau kampanye khusus	285
Menjadwalkan kampanye dalam aplikasi	289
Langkah 5: Luncurkan kampanye	292
Mengelola kampanye	292
Perjalanan	294
Ikuti tur perjalanan	294
Terminologi perjalanan	295
Bagian dari antarmuka perjalanan	296
Ciptakan perjalanan	298
(Opsional) Mengonfigurasi pengaturan jadwal perjalanan	304
Menyiapkan aktivitas entri perjalanan	306
Menambahkan peserta saat mereka melakukan aktivitas	306
Menambahkan peserta dari segmen	310

Tambahkan aktivitas ke dalam perjalanan	314
Menyiapkan kegiatan perjalanan	315
Tinjau dan uji perjalanan	343
Meninjau perjalanan	343
Menguji perjalanan	345
Memublikasikan perjalanan	346
Menjeda, melanjutkan, atau menghentikan perjalanan	347
Menjeda perjalanan	347
Melanjutkan Perjalanan	348
Menghentikan perjalanan	349
Lihat metrik perjalanan	349
Metrik Eksekusi Tingkat Perjalanan	350
Metrik Eksekusi Tingkat Aktivitas	352
Metrik Keterlibatan Tingkat Perjalanan	355
Metrik Keterlibatan Tingkat Aktivitas	356
Tips dan praktik terbaik	364
Lingkup dan pengaturan	365
Segmen	368
Aktivitas	370
Pesan email	371
Meninjau dan menguji	372
Analitik	373
Manajemen siklus hidup	373
Pesan uji	376
Mengirim pesan email	376
Mengirim pemberitahuan push	378
Mengirim pesan SMS	380
Analitik	383
Referensi bagan	384
Titik akhir dan pengguna dalam analitik Amazon Pinpoint	384
Mengekspor dasbor	385
Grafik ikhtisar	385
Grafik penggunaan	390
Grafik pendapatan	395
Grafik acara	397
Grafik demografi	400

Bagan kampanye	401
Grafik pesan transaksional	409
Membuat grafik corong	417
Mengaktifkan corong	419
Membuat corong	419
Streaming data acara	420
Tentang Amazon Kinesis	420
Streaming ke Kinesis	421
Template pesan	424
Membuat templat email	425
Termasuk tautan berhenti berlangganan dalam templat pesan	427
Membuat template dalam aplikasi	428
Membuat templat push	431
Membuat template notifikasi push standar	432
Membuat template notifikasi push dengan data pesan mentah	435
Membuat templat SMS	436
Membuat templat suara	438
Menambahkan konten yang dipersonalisasi	440
Menambahkan variabel pesan	441
Atribut yang didukung	444
Menggunakan pembantu template pesan	449
Menggunakan variabel dengan pembantu template pesan	477
Menggunakan pembantu bersarang	478
Mengelola templat	478
Melihat koleksi templat pesan	479
Membuka template pesan	480
Mengedit template pesan	480
Menyalin template pesan	481
Menghapus templat pesan	482
Menambahkan sebuah tag ke templat	482
Menghapus tag dari templat	483
Mengelola versi templat	484
Cara kerja versi	485
Melihat versi templat	487
Melihat versi template aktif	488
Menunjuk versi template aktif	488

Mengedit versi template aktif	489
Model Machine Learning	491
Cara Kerjanya	492
Bersiap untuk menggunakan rekomendasi	494
Kampanye Amazon Personalize	494
AWS Identity and Access Management peran dan kebijakan	497
AWS Lambda fungsi	497
Menyiapkan rekomendasi	498
Sebelum Anda memulai	499
Langkah 1: Menyiapkan model	499
Langkah 2: Menambahkan atribut ke model	501
Langkah 3: Tinjau dan publikasikan modelnya	502
Menggunakan rekomendasi dalam pesan	503
Menambahkan rekomendasi ke pesan	504
Menghapus rekomendasi dari pesan	506
Mengelola model pembelajaran mesin	507
Melihat koleksi model Anda	508
Melihat pengaturan untuk model	509
Mengubah pengaturan untuk model	509
Menyalin model	510
Menghapus model	511
Pengaturan	513
Pengaturan umum	514
Mengkonfigurasi pengaturan default untuk sebuah proyek	514
Menghapus proyek	517
Pengaturan Email	518
Melihat detail tentang penggunaan email	519
Mengaktifkan dan menonaktifkan saluran email	520
Memverifikasi identitas	521
Pengaturan SMS dan suara	526
Jenis pembelian nomor	526
Kemampuan nomor telepon AS	527
Kotak pasir SMS dan suara	531
10DLC	531
Meminta nomor	569
Mengelola pengaturan SMS dan suara	573

Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS	583
Pengaturan pemberitahuan push	591
Memperbarui pengaturan pemberitahuan push	592
Mengelola pengaturan APN	593
Pengaturan analitik aplikasi seluler dan web	594
Pengaturan aliran acara	595
Memantau	597
Metrik yang diekspor	597
Metrik yang terkait dengan pengiriman pesan	598
Metrik yang terkait dengan titik akhir	600
Metrik yang terkait dengan pekerjaan impor	600
Metrik yang terkait dengan kata sandi satu kali	601
Metrik yang terkait dengan peristiwa	602
Lihat metrik Amazon Pinpoint	602
Buat alarm CloudWatch	603
Pemecahan Masalah	605
Impor segmen gagal	606
Menggabungkan Beberapa Segmen Impor	606
Ekspor segmen gagal	606
BadRequestException: Melebihi titik akhir maksimum per jumlah pengguna: 15	607
BadRequestException saat memanggil UpdateEndpoints operasi UpdateEndpointsBatch atau: Terlalu banyak atribut khusus	607
Masalah kampanye	608
Masalah kampanye: Beberapa titik akhir tidak diproses atau ditargetkan dengan sukses oleh kampanye	608
Masalah kampanye: Pelambatan pesan	609
Masalah kampanye: Zona waktu penerima	609
Masalah kampanye: Waktu pemrosesan	609
Masalah kampanye: Pengiriman, render atau kegagalan permanen	610
Segmen dinamis: Jumlah titik akhir	610
Masalah perjalanan: Perjalanan berbasis peristiwa tidak diaktifkan saat menggunakan permintaan PutEvents	610
Masalah perjalanan: Semua peserta perjalanan melalui cabang 'Tidak' selama aktivitas split 'Ya/Tidak'	612
Kegagalan pengiriman SMS	612
Keterlambatan pengiriman SMS	613

SMS dua arah	613
Suara	614
Pemberitahuan push: Masalah pengiriman	615
Pemberitahuan push: Pesan tidak diterima	615
Pemberitahuan push: Pesan tidak ditampilkan	616
Email: Pesan tidak ditampilkan	616
E-mail: Status pantulan	617
Contoh-contoh CLI	618
Riwayat dokumen	622
Pembaruan sebelumnya	635
.....	dcxliv

Apa itu Amazon Pinpoint?

Amazon Pinpoint adalah AWS layanan yang dapat Anda gunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan Anda di beberapa saluran pesan. Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pemberitahuan push, pemberitahuan dalam aplikasi, email, pesan teks, pesan suara, dan pesan melalui saluran khusus. Ini mencakup fitur segmentasi, kampanye, dan perjalanan yang membantu Anda mengirim pesan yang tepat ke pelanggan yang tepat pada waktu yang tepat melalui saluran yang tepat.

Informasi dalam panduan pengguna ini ditujukan untuk semua pengguna Amazon Pinpoint, termasuk pemasar, pengguna bisnis, dan pengembang. Panduan ini berisi informasi yang sangat membantu bagi pengguna yang terutama berinteraksi dengan Amazon Pinpoint dengan menggunakan AWS Management Console. Jika Anda baru mengenal Amazon Pinpoint, mulailah dengan membaca.

[Memulai](#)

Jika Anda seorang pengembang aplikasi, lihat juga [Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#) dan Referensi API [Amazon Pinpoint](#). Dokumen-dokumen ini memberikan informasi tentang penggunaan fitur Amazon Pinpoint secara terprogram. Mereka juga berisi informasi tentang mengintegrasikan fitur Amazon Pinpoint ke dalam aplikasi Anda.

Topik

- [Fitur Amazon Pinpoint](#)
- [Ketersediaan wilayah](#)
- [Memulai](#)

Fitur Amazon Pinpoint

Bagian ini menjelaskan fitur utama Amazon Pinpoint dan tugas yang dapat Anda lakukan dengan menggunakannya.

Tentukan segmen audiens

Jangkau audiens yang tepat untuk pesan Anda dengan [menentukan segmen audiens](#). Segmen menentukan pengguna mana yang menerima pesan yang dikirim dari kampanye atau perjalanan. Anda dapat menentukan segmen dinamis berdasarkan data yang dilaporkan oleh aplikasi Anda, seperti sistem operasi atau jenis perangkat seluler. Anda juga dapat mengimpor segmen statis yang Anda tentukan di luar Amazon Pinpoint.

Libatkan audiens Anda dengan kampanye perpesanan

Libatkan audiens Anda dengan [membuat kampanye pesan](#). Kampanye mengirimkan pesan yang disesuaikan pada jadwal yang Anda tentukan. Anda dapat membuat kampanye yang mengirim pemberitahuan push, email, pesan teks SMS, dan pesan suara.

Untuk bereksperimen dengan strategi kampanye alternatif, siapkan kampanye Anda sebagai pengujian A/B, dan analisis hasilnya dengan analitik Amazon Pinpoint.

Buat perjalanan pengguna

Ciptakan pengalaman multi-langkah khusus untuk pelanggan Anda dengan [merancang dan membangun perjalanan](#). Dengan perjalanan, Anda dapat mengirim pesan ke pelanggan Anda berdasarkan atribut, perilaku, dan aktivitas mereka. Saat Anda membangun perjalanan, Anda merancang alur kerja otomatis aktivitas yang melakukan berbagai tindakan berbeda—misalnya, mengirim pesan email ke peserta, menunggu periode waktu tertentu, atau membagi peserta berdasarkan tindakan yang mereka ambil, seperti mengklik tautan dalam pesan.

Menyediakan pesan yang konsisten dengan template

Rancang pesan yang konsisten dan gunakan kembali konten secara lebih efektif dengan [membuat dan menggunakan templat pesan](#). Template pesan berisi konten dan pengaturan yang ingin Anda gunakan kembali dalam pesan yang Anda kirim untuk salah satu proyek Amazon Pinpoint Anda. Anda dapat membuat template untuk email, pemberitahuan push, pesan dalam aplikasi, pesan SMS, dan pesan suara.

Memberikan konten yang dipersonalisasi

Kirim konten yang disesuaikan untuk setiap penerima pesan. Dengan menggunakan variabel dan atribut pesan, Anda dapat mengirimkan konten yang dinamis dan dipersonalisasi dalam pesan yang Anda kirim dari kampanye dan perjalanan.

Untuk merampingkan pengembangan, Anda juga dapat menggunakan variabel pesan dan atribut untuk [menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#). Dengan templat pesan, konten ini dapat berasal dari atribut yang Anda buat langsung di Amazon Pinpoint atau model pembelajaran mesin yang Anda buat di Amazon Personalize. Dengan menghubungkan templat pesan ke model di Amazon Personalize, Anda dapat [menggunakan pembelajaran mesin](#) untuk mengirim promosi atau rekomendasi yang relevan ke setiap penerima pesan.

Menganalisis perilaku pengguna

Dapatkan wawasan tentang audiens Anda dan efektivitas kampanye dan aktivitas perpesanan Anda dengan [menggunakan analitik](#) yang disediakan Amazon Pinpoint. Anda dapat melihat tren di tingkat keterlibatan pengguna, aktivitas pembelian, demografi, dan lainnya. Anda juga dapat memantau lalu lintas pesan dengan melihat metrik seperti jumlah total pesan yang Anda kirim untuk kampanye atau proyek. Melalui Amazon Pinpoint API, aplikasi Anda juga dapat melaporkan data kustom, yang disediakan Amazon Pinpoint untuk analisis.

Untuk menganalisis atau menyimpan data analitik di luar Amazon Pinpoint, konfigurasi Amazon Pinpoint [untuk mengalirkan data ke Amazon Kinesis](#).

Ketersediaan wilayah

Amazon Pinpoint tersedia di beberapa AWS Wilayah di Amerika Utara, Eropa, Asia, dan Oseania. Di setiap Wilayah, AWS pertahankan beberapa Availability Zone. Availability Zone ini secara fisik terisolasi satu sama lain, tetapi disatukan oleh koneksi jaringan privat, latensi rendah, throughput tinggi, dan sangat redundan. Availability Zone ini memungkinkan kami untuk menyediakan tingkat ketersediaan dan redundansi yang sangat tinggi, sekaligus meminimalkan latensi.

Untuk mempelajari lebih lanjut tentang AWS Wilayah, lihat [Mengelola Wilayah AWS](#) di Referensi Umum Amazon Web. [Untuk daftar semua Wilayah di mana Amazon Pinpoint saat ini tersedia dan titik akhir untuk setiap Wilayah, lihat Titik akhir Amazon Pinpoint dan kuota serta titik akhir layanan di.AWSReferensi Umum Amazon Web](#) Untuk mempelajari lebih lanjut tentang jumlah Availability Zone yang tersedia di setiap Wilayah, lihat [infrastruktur AWS global](#).

Memulai

Mulailah dengan Amazon Pinpoint dengan [membuat proyek baru](#).

Memulai dengan Amazon Pinpoint

Untuk mulai mengirim pesan yang ditargetkan di Amazon Pinpoint, Anda harus menyelesaikan beberapa langkah. Misalnya, Anda harus menambahkan informasi kontak pelanggan ke Amazon Pinpoint, dan kemudian membuat segmen yang menargetkan pelanggan tertentu. Selanjutnya, Anda harus membuat pesan dan menjadwalkan kampanye Anda. Terakhir, setelah mengirim kampanye, Anda dapat menggunakan dasbor analitik yang dibangun ke Amazon Pinpoint untuk melihat seberapa baik kinerja kampanye.

Tutorial ini mencakup prosedur untuk semua langkah yang terlibat dalam mengirim kampanye email ke segmen pelanggan dengan konsol Amazon Pinpoint.

Note

Segera setelah Anda menyiapkan akun Amazon Pinpoint baru, akun tersebut ditempatkan di kotak pasir untuk saluran email, SMS, dan pesan suara hingga Anda meminta akses produksi. Di kotak pasir, Anda dapat mengakses semua fitur Amazon Pinpoint, dengan batasan berikut pada email, SMS, dan pesan suara Anda:

- Untuk pembatasan kotak pasir email, lihat [Sandbox email Amazon Pinpoint](#).
- Untuk pembatasan kotak pasir SMS, lihat [Tentang kotak pasir SMS Amazon Pinpoint](#).
- Untuk pembatasan kotak pasir suara, lihat [Kotak pasir suara Amazon Pinpoint](#).
- Tidak ada batasan kotak pasir Amazon Pinpoint untuk pemberitahuan push.

Untuk pindah ke akses produksi dari kotak pasir, buat AWS Support kasus untuk permintaan peningkatan batas Layanan untuk setiap saluran yang ingin Anda pindahkan.

Tentang tutorial ini

Bagian ini berisi ikhtisar tutorial ini.

Audiens yang Dituju

Tutorial ini dirancang untuk pengguna pemasaran dan bisnis.

Jika Anda seorang pengembang perangkat lunak atau administrator sistem, Anda mungkin juga menemukan [tutorial](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint berguna.

Fitur yang Digunakan

Tutorial ini menunjukkan cara menyelesaikan semua langkah berikut dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint:

- Mengimpor data pelanggan dari file.
- Membuat segmen yang menargetkan pengguna tertentu berdasarkan atribut mereka.
- Membuat kampanye email dan menjadwalkannya untuk dikirim pada waktu tertentu.
- Melihat data pengiriman dan respons email dengan menggunakan dasbor analitik yang dibangun ke Amazon Pinpoint.

Waktu yang dibutuhkan

Diperlukan waktu sekitar 30-45 menit untuk menyelesaikan tutorial ini.

Pembatasan Regional

Tidak ada batasan regional yang terkait dengan penggunaan solusi ini.

Biaya Penggunaan Sumber Daya

Tidak ada biaya untuk membuat AWS akun. Namun, dengan menerapkan solusi ini, Anda mungkin dikenakan sebagian atau semua biaya yang tercantum dalam tabel berikut.

Deskripsi	Biaya (dolar AS)
Biaya pengiriman pesan	Anda membayar \$0,0001 untuk setiap email yang Anda kirim melalui Amazon Pinpoint.
Biaya audiens yang ditargetkan setiap bulan	Anda membayar \$0 untuk 5.000 titik akhir pertama yang Anda targetkan di Amazon Pinpoint setiap bulan. (Titik akhir adalah tujuan yang dapat Anda kirim pesan, seperti alamat email pengguna atau nomor ponsel.) Setelah itu, Anda membayar \$0,0012 per titik akhir yang Anda targetkan.

Jika Anda menggunakan tutorial ini untuk mengirim 5 pesan ke 5 titik akhir terpisah dalam satu bulan, Anda dikenakan biaya sebesar \$0,0005.

Untuk informasi terperinci tentang biaya yang mungkin Anda keluarkan menggunakan Amazon Pinpoint, lihat harga Amazon [Pinpoint](#).

Berikutnya: [Membuat dan Mengkonfigurasi Proyek](#)

Langkah 1: Membuat dan mengkonfigurasi proyek

Di Amazon Pinpoint, sebuah proyek adalah kumpulan pengaturan, informasi pelanggan, segmen, dan kampanye. Jika Anda baru mengenal Amazon Pinpoint, langkah pertama yang harus Anda ambil adalah membuat proyek.

Note

Jika Anda telah menggunakan Amazon Pinpoint API, Anda mungkin telah melihat referensi ke “aplikasi”. Di Amazon Pinpoint, sebuah proyek adalah sama dengan penerapan.

Bagian ini menunjukkan cara untuk membuat proyek. Sebagai bagian dari prosedur ini, Anda juga memverifikasi alamat email. Anda menggunakan alamat ini untuk mengirim email ketika Anda membuat kampanye email Anda nanti dalam tutorial ini.

Membuat dan mengkonfigurasi proyek

Prosedur dalam bagian ini menunjukkan kepada Anda cara membuat proyek dan memverifikasi alamat email.

Untuk membuat proyek dan memverifikasi alamat email

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Jika ini adalah pertama kalinya Anda menggunakan Amazon Pinpoint, Anda melihat halaman yang memperkenalkan Anda pada fitur layanan.

Di Memulai bagian, masukkan nama untuk proyek Anda, lalu pilih **Buat proyek**.

 Note

Nama proyek dapat berisi hingga 64 karakter.

3. Pada Konfigurasi fitur halaman, di sebelah Email, pilih Konfigurasi.
4. Untuk Alamat email, ketik alamat email yang ingin Anda gunakan untuk mengirim email. Misalnya, Anda dapat menggunakan alamat email pribadi, atau alamat email kantor Anda. Pilih Verifikasi.
5. Tunggu 1-2 menit, lalu periksa kotak masuk untuk alamat email yang Anda tentukan pada langkah 4. Anda akan melihat email Amazon Web Services (no-reply-aws@amazon.com) dengan baris subjek "Amazon Web Services — Permintaan Verifikasi Alamat Email di wilayah *RegionName*", tempat *RegionName* adalah nama AWS Wilayah tempat Anda mengonfigurasi Amazon Pinpoint.
6. Buka email, lalu klik tautan di badan email.
7. Kembali ke konsol Amazon Pinpoint di browser Anda. Pada Siapkan email halaman, pilih Simpan.

Selanjutnya: [Impor data pelanggan dan buat segmen](#)

Langkah 2: Impor data pelanggan dan buat segmen

SEBUAH segmen adalah sekelompok pelanggan Anda yang berbagi atribut tertentu. Misalnya, segmen mungkin berisi semua pelanggan Anda yang menggunakan aplikasi versi 2.0 di perangkat Android, atau semua pelanggan yang tinggal di kota Los Angeles.

Saat membuat kampanye, Anda harus memilih segmen yang akan dikirim kampanye. Anda dapat mengirim beberapa kampanye ke satu segmen, dan Anda dapat mengirim satu kampanye ke beberapa segmen.

Ada dua jenis segmen yang dapat Anda buat di Amazon Pinpoint:

- Segmen dinamis- Segmen yang didasarkan pada atribut yang Anda tetapkan. Segmen dinamis dapat berubah seiring waktu. Misalnya, jika Anda menambahkan titik akhir baru ke Amazon Pinpoint, atau jika Anda memodifikasi atau menghapus titik akhir yang ada, jumlah titik akhir di segmen tersebut dapat bertambah atau berkurang. Untuk informasi selengkapnya tentang segmen dinamis, lihat [Segmen](#).

- Segmen yang diimpor— Segmen yang dibuat di luar Amazon Pinpoint dan disimpan dalam format CSV atau JSON. Segmen yang diimpor bersifat statis—yaitu, mereka tidak pernah berubah. Ketika Anda membuat segmen baru, Anda dapat menggunakan segmen yang diimpor sebagai segmen dasar, dan kemudian menyempurnakannya dengan menambahkan filter. Untuk informasi selengkapnya tentang mengimpor segmen segmen, lihat [Mengimpor segmen segmen segmen segmen segmen](#).

Dalam tutorial ini, Anda membuat segmen yang diimpor dengan mengunggah file dari komputer Anda. Selanjutnya, Anda membuat segmen dinamis yang didasarkan pada segmen yang diimpor.

Langkah 2.1: Download dan memodifikasi file sampel

Di bagian ini, Anda mengunduh file yang berisi data pelanggan fiktif. Anda juga memodifikasi data untuk menyertakan informasi kontak Anda sendiri. Nantinya dalam tutorial ini, Anda menggunakan data ini untuk membuat segmen.

1. Di browser web, unduh file sampel https://raw.githubusercontent.com/awsdocs/amazon-pinpoint-user-guide/main/examples/Pinpoint_Sample_Import.csv. Simpan file tersebut ke komputer Anda.

Tip

Anda dapat dengan cepat menyimpan file ini ke komputer Anda dengan mengklik kanan tautan, lalu memilih Simpan Tautan Sebagai. Beberapa browser dapat mengunduh file dengan txt nama ekstensi file. Sebelum mengunduh dan menyimpan file, pastikan ekstensi diubah menjadi csv.

2. Buka file dalam aplikasi spreadsheet. Pada baris terakhir file, ganti item dalam kurung sudut (<... >) dengan informasi kontak Anda sendiri.

Di Address kolom, masukkan alamat email yang sama dengan yang Anda verifikasi [Langkah 1](#). Pesan yang Anda kirim dalam kampanye ini akan dikirim ke alamat tersebut.

3. Setelah selesai, simpan file.

Note

Jika Anda menggunakan aplikasi spreadsheet untuk memodifikasi file, pastikan Anda menyimpan file yang dimodifikasi dalam format Comma-Separated Values (.csv). Amazon Pinpoint tidak dapat mengimpor format file proprietary, seperti .xlsx.

Langkah 2.2: Impor file data pelanggan sampel

Sekarang setelah Anda memiliki file yang berisi data pelanggan, Anda dapat mengimpornya ke Amazon Pinpoint. Untuk mengimpor data pelanggan, Anda harus membuat segmen baru.

Membuat segmen yang diimpor

1. Di konsol Amazon Pinpoint, di panel navigasi, pilih **Segmen**.
2. **Membuat segmen** segmen segmen segmen segmen segmen.
3. Pada **Membuat segmen** segmen segmen segmen segmen segmen segmen halaman, pilih **Mengimpor segmen** segmen segmen segmen segmen.
4. Di **Spesifikasi bagian**, di bawah **Metode impor**, **Membuat segmen** Unggah file dari komputer Anda.
5. **Pilih file**. Arahkan ke `Pinpoint_Sample_Import.csv` file yang Anda download dan modifikasi di bagian sebelumnya.
6. **Membuat segmen** segmen segmen segmen. Amazon Pinpoint menyalin file dari komputer Anda dan membuat segmen. Tunggu sekitar 1 menit saat impor selesai.

Langkah 2.3: Buat segmen target target segmen segmen

Proyek Amazon Pinpoint Anda sekarang berisi beberapa data pelanggan, serta segmen yang berisi seluruh daftar pelanggan Anda. Ini juga berisi informasi kontak Anda.

Di bagian ini, Anda membuat segmen yang ditargetkan. Anda menambahkan kriteria segmen yang memfilter segmen sehingga Anda adalah satu-satunya anggota segmen.

Untuk membuat segmen

1. Pada **Segmen** halaman, pilih **Membuat segmen** segmen segmen segmen segmen segmen.

2. Pada halaman, pilih segmen.
3. Untuk nama, masukkan nama untuk segmen.
4. Di bawah Segmen grup 1, lakukan hal berikut:
 - a. Di samping, sertakan titik akhir yang ada di salah satu segmen berikut, pilih `Pinpoint_Sample_Impose` segmen yang Anda buat pada langkah sebelumnya.
 - b. Tambahkan kriteria.
 - c. Dari menu di bawah Atribut, pilih Jenis Saluran > Email.
 - d. Tambahkan filter.
 - e. Di menu baru yang muncul di kolom, pilih Atribut Pengguna Kustom > Perusahaan. Selanjutnya, di Operator kolom, pilih `Is`. Akhirnya, di Nilai kolom, masukkan nama perusahaan unik yang Anda tentukan untuk catatan kontak Anda sendiri [Langkah 2.1](#).
 - f. Buat segmen.

Selanjutnya: [Buat dan jadwalkan kampanye](#)

Langkah 3: Membuat dan menjadwalkan kampanye

Sebuah kampanye adalah inisiatif pemasaran yang melibatkan segmen audiens tertentu. Kampanye mengirimkan pesan yang disesuaikan pada hari dan waktu yang Anda tentukan. Anda dapat menggunakan konsol untuk membuat kampanye yang mengirim pesan melalui email, notifikasi push, atau saluran SMS.

Dalam bagian ini, Anda membuat kampanye email. Anda membuat kampanye baru, memilih segmen target, dan membuat pesan email responsif untuk kampanye. Setelah selesai menyiapkan pesan, Anda memilih hari dan waktu ketika Anda ingin pesan dikirim.

Langkah 3.1: Buat kampanye dan pilih segmen

Saat membuat segmen, pertama-tama Anda memberi nama pada segmen tersebut. Selanjutnya, Anda memilih segmen tempat kampanye berlaku. Dalam tutorial ini, Anda memilih segmen yang Anda buat [Langkah 2.3](#).

Untuk membuat kampanye dan memilih segmen

1. Di konsol Amazon Pinpoint, di panel navigasi, pilih Kampanye.

2. PilihMembuat kampanye.
3. Di bawahRincian Kampanye, untukNama Kampanye, masukkan nama untuk kampanye.
4. UntukJenis Kampanye, pilihKampanye standar.
5. UntukMemilih channel untuk kampanye ini, pilihEmail.
6. Pilih Selanjutnya.
7. PadaPilih segmenhalaman, pilihGunakan segmen yang ada. Kemudian, untukSegment, pilih segmen yang ditargetkan yang Anda buat[Langkah 2.3](#). Pilih Selanjutnya.

Langkah 3.2: Membuat pesan kampanye

Setelah menentukan nama kampanye dan memilih segmen, Anda dapat membuat pesan. Tutorial ini mencakup tautan ke file HTML yang dapat Anda gunakan untuk membuat pesan Anda.

File sampel ini menggunakan HTML responsif untuk membuat pesan yang merender dengan benar di komputer dan perangkat seluler. Menggunakan inline CSS untuk menyediakan kompatibilitas dengan berbagai klien email. Ini juga mencakup tag yang digunakan untuk mempersonalisasi pesan dengan nama penerima dan informasi pribadi lainnya.

Untuk membuat pesan

1. PadaBuat pesan Andahalaman, di bawahIsi Pesan, pilihMembuat pesan baru.
2. UntukSubjek, masukkan baris subjek untuk email.
3. Di browser web, unduh file sampel darihttps://raw.githubusercontent.com/awsdocs/amazon-pinpoint-user-guide/main/examples/Pinpoint_Sample_Email.html. Simpan file tersebut ke komputer Anda.

Tip

Anda dapat dengan cepat menyimpan file ini ke komputer Anda dengan mengklik kanan tautan, lalu memilihSimpan Tautan Sebagai; Jika tidak, Anda dapat mengklik tautan untuk membuka teks html di tab browser. Biarkan tab terbuka sampai Anda menyelesaikan Langkah 4.

4. Buka file yang baru saja Anda unduh di editor teks, seperti Notepad (Windows) atau TextEdit (macOS). Jika Anda membuka file di tab browser kemudian pilih tab itu. tekan

tekanCtrl+A(Windows) atauCmd+A(MacOS) untuk memilih semua teks. Kemudian, tekanCtrl +C(Windows) atauCmd+C(MacOS) untuk menyalinnya.

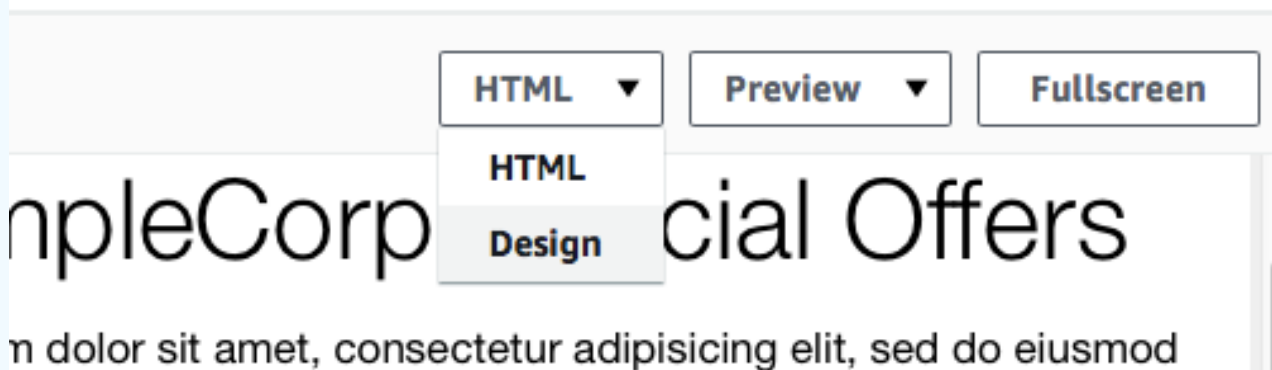
5. Di bawahPesan, hapus contoh kode HTML yang ditampilkan di editor. Tempel kode HTML yang Anda salin di langkah terakhir
6. (Opsional) Ubah konten pesan untuk menyertakan pesan yang ingin Anda kirim.

Anda dapat mempersonalisasi pesan untuk setiap penerima dengan menyertakan nama atribut di dalam dua set kurung kurawal. Misalnya, contoh pesan termasuk teks berikut: `{{User.UserAttributes.FirstName}}`. Kode ini mewakili `Pengguna.UserAttributes.FirstName` atribut, yang berisi nama depan penerima. Saat Anda mengirim kampanye, Amazon Pinpoint menghapus nama atribut ini dan menggantinya dengan nilai yang sesuai untuk setiap penerima.

Anda dapat bereksperimen dengan nama atribut lainnya. Lihat header kolom di spreadsheet yang Anda impor[Langkah 2.2](#)untuk daftar lengkap nama atribut yang dapat Anda tentukan dalam pesan Anda.

Tip

Anda dapat menggunakan tampilan Desain untuk mengedit konten pesan tanpa harus mengedit kode HTML. Untuk menggunakan tampilan ini, pilihDesaindari pemilih tampilan di atas editor pesan, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut.



7. Pilih Selanjutnya.

Langkah 3.3: Jadwalkan kampanye

Langkah terakhir dalam membuat kampanye adalah memilih kapan harus mengirimkannya. Di Amazon Pinpoint, Anda dapat menyiapkan kampanye agar dikirim segera setelah Anda

meluncurkannya. Anda juga dapat menjadwalkan mereka untuk dikirim di future depan—di mana saja dari 15 menit dari waktu saat ini, hingga enam bulan ke future. Terakhir, Anda dapat menjadwalkan pesan Anda untuk dikirim secara berulang (yaitu, setiap jam, harian, mingguan, atau bulanan). Kampanye berulang adalah cara yang bagus untuk mengirim pembaruan akun atau status di mana tampilan pesan kampanye tetap sama dari waktu ke waktu, tetapi diisi dengan informasi yang berubah secara dinamis.

Di bagian ini, Anda menjadwalkan kampanye Anda untuk dikirim segera setelah Anda meluncurkannya.

Untuk menjadwalkan kampanye

1. PadaPilih kapan harus mengirim kampanyehalaman, pilihPada waktu tertentu. Kemudian, di bawahPilih kapan kampanye harus dikirim, pilihSegera. Akhirnya, pilihSelanjutnya.
2. PadaTinjau dan luncurkanhalaman, meninjau semua rincian kampanye. Saat Anda siap mengirimkannya, pilihKampanye peluncuran.

Selamat — Anda telah membuat kampanye pertama Anda dengan Amazon Pinpoint! Karena Anda adalah satu-satunya anggota segmen yang Anda buat[Langkah 2.3](#), Anda harus menerima pesan di kotak masuk Anda dalam beberapa detik.

Selanjutnya: [Lihat analitik kampanye](#)

Langkah 4: Lihat analitik kampanye

Pada titik ini, Anda telah membuat segmen yang menjadi anggotanya. Anda juga telah membuat kampanye email dan mengirimkannya kepada diri sendiri. Di bagian ini, Anda melihat metrik pengiriman dan respons untuk kampanye.

Langkah 4.1: Berinteraksi dengan kampanye Anda

Sebelum Anda dapat melihat metrik pengiriman dan respons untuk kampanye Anda, Anda harus berinteraksi dengan pesan yang Anda kirimkan[Langkah 3](#).

Untuk berinteraksi dengan email

1. Di klien email Anda, buka pesan yang Anda kirimkan[Langkah 3](#).
2. Jika klien email Anda secara otomatis menyembunyikan gambar secara default, pilihUnduh gambar(atau setara) tombol untuk memuat gambar dalam pesan.

3. Klik satu atau beberapa tautan yang terdapat dalam pesan.
4. Tunggu beberapa menit, lalu lanjutkan ke bagian berikutnya.

Langkah 4.2: Melihat metrik untuk kampanye

Setelah berinteraksi dengan email yang Anda kirim dari kampanye, Anda dapat melihat metrik kampanye.

Untuk melihat metrik kampanye

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada Semua proyek halaman, pilih proyek yang Anda gunakan untuk mengirim kampanye.
3. Dalam panel navigasi, pada Analitik, pilih Kampanye.
4. Di Kampanye bagian, pilih kampanye yang Anda buat [Langkah 3](#).
5. (Opsional) Gunakan kontrol tanggal untuk memilih rentang tanggal untuk laporan di halaman ini.

Pada halaman metrik kampanye, Anda melihat informasi berikut:

- **Metrik count pengiriman**— Bagian ini menyediakan informasi tentang pengiriman pesan yang dikirim dari kampanye Anda. Ini mencakup informasi berikut:
 - **Pesan terkirim**— Jumlah pesan yang dikirim.
 - **Pesan terkirim**— Jumlah pesan yang dikirimkan ke penerima mereka.
 - **Tautan diklik**— Berapa kali tautan dalam pesan diklik oleh penerima. Jika satu penerima mengklik tautan lebih dari satu kali, setiap klik diwakili di bagian ini.
 - **Pengiriman Endpoint**— Rata-rata jumlah titik akhir yang dikirimkan kampanye, untuk setiap hari dalam rentang tanggal yang dipilih. Bagan menunjukkan jumlah titik akhir yang dikirimkan kampanye, untuk setiap hari dalam rentang tanggal yang dipilih.
- **Metrik tingkat pengiriman**— Bagian ini menunjukkan tingkat pengiriman dan respons keseluruhan untuk pesan yang dikirim dari kampanye Anda. Ini mencakup informasi berikut:
 - **Tingkat pengiriman**— Persentase pesan yang dikirimkan ke penerima, dari jumlah total titik akhir yang Anda targetkan di segmen tempat Anda mengirim kampanye ini.
 - **Tingkat buka email**— Persentase pesan yang dibuka oleh penerima, dari jumlah total pesan yang disampaikan.
 - **Tingkat pantulan**— Persentase pesan yang tidak dikirim ke penerima karena mereka memantul. Nilai ini hanya mencakup hard bounce—yaitu pesan yang memantul karena

masalah permanen. Misalnya, hard bounce dapat terjadi ketika alamat email penerima tidak ada, atau saat penerima menolak email dari domain Anda secara permanen.

- Kampanye berjalan- Bagian ini menampilkan informasi yang spesifik untuk setiap kali kampanye berjalan. Karena Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk membuat kampanye berulang, bagian ini dapat menampilkan informasi untuk beberapa kampanye berjalan. Namun, jika Anda menyelesaikan prosedur dalam tutorial ini, bagian ini berisi informasi hanya untuk satu kampanye yang dijalankan karena Anda menjalankan kampanye hanya sekali. Bagian ini berisi metrik berikut, selain metrik yang ditentukan pada bagian sebelumnya:
 - Titik akhir ditargetkan— Jumlah titik akhir yang ditargetkan oleh segmen yang dikaitkan dengan kampanye berjalan. Nomor ini mencakup titik akhir yang merupakan bagian dari segmen, tetapi tidak menerima pesan.
 - Total email dibuka— Jumlah total pesan yang dikirim dari kampanye dijalankan dibuka. Misalnya, jika pesan dibuka dua kali oleh satu penerima, kedua pesan tersebut akan dihitung.

Selanjutnya: [Langkah selanjutnya](#)

Langkah selanjutnya

Kami harap Anda menggunakan tutorial ini sebagai titik awal saat Anda menemukan kemampuan tambahan Amazon Pinpoint. Misalnya:

- Anda dapat meningkatkan pengiriman kampanye email Anda dengan memastikan bahwa kampanye Anda selaras dengan praktik terbaik industri. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Praktik terbaik](#).
- Anda dapat memverifikasi seluruh domain, yang memungkinkan Anda mengirim email dari alamat apa pun pada domain tersebut. Untuk informasi selengkapnya tentang memverifikasi domain, lihat [Memverifikasi domain](#).
- Anda dapat memperoleh alamat IP khusus untuk mengirim email Anda. Alamat IP khusus adalah pilihan yang bagus untuk mengirim email dalam kasus penggunaan tertentu. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menggunakan alamat IP khusus dengan Amazon Pinpoint](#).
- Anda dapat mengaktifkan dasbor Amazon Pinpoint Deliverability. Dasbor Deliverability membantu Anda mengidentifikasi masalah yang dapat memengaruhi pengiriman email Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Dasbor pengiriman Amazon Pinpoint](#).

- Anda dapat mengirim pesan melalui saluran lain, seperti SMS atau push. Sebelum Anda dapat menggunakan saluran ini, Anda harus mengaktifkan dan mengkonfigurasinya di halaman Pengaturan. Untuk informasi selengkapnya tentang penggunaan halaman Pengaturan untuk mengaktifkan dan mengonfigurasi saluran, lihat [Pengaturan Amazon Pinpoint](#).
- Anda dapat mengirim data tentang kampanye Anda di luar Amazon Pinpoint. Misalnya, Anda dapat mengirim data pengiriman dan respons untuk kampanye ke Amazon S3 untuk penyimpanan jangka panjang. Anda juga dapat mengirim data ke Amazon Redshift untuk melakukan analisis khusus. Untuk informasi selengkapnya tentang pengiriman data Anda di luar Amazon Pinpoint, lihat [Pengaturan aliran acara](#).
- Anda dapat mengintegrasikan Amazon Pinpoint dengan aplikasi Anda, atau berinteraksi dengan Amazon Pinpoint secara terprogram, dengan menggunakan AWSSDK. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Panduan Developer Amazon Pinpoint](#).

proyek Amazon Pinpoint

Di Amazon Pinpoint, proyek adalah kumpulan informasi penerima, segmen, kampanye, dan perjalanan. Pengguna Amazon Pinpoint baru harus memulai dengan membuat proyek. Jika Anda telah menggunakan Amazon Pinpoint API, Anda mungkin telah melihat referensi ke “aplikasi”. Di Amazon Pinpoint, proyek dan aplikasi adalah persyaratan yang dapat dipertukarkan.

Bagian ini mencakup informasi tentang membuat dan mengelola proyek.

Topik

- [Mengelola proyek Amazon Pinpoint](#)

Mengelola proyek Amazon Pinpoint

Anda dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk membuat, melihat, mengedit, dan menghapus proyek. Dalam proyek, Anda juga dapat [mengimpor titik akhir](#), [membuat segmen](#), [membuat kampanye](#), [membuat perjalanan](#), dan [melihat data analitik](#) untuk proyek tersebut.

Membuat proyek

Prosedur untuk membuat proyek baru berbeda tergantung pada apakah akun Anda sudah berisi proyek saat ini Wilayah AWS.

Opsi 1: Buat dan konfigurasi proyek (pengguna Amazon Pinpoint baru)


Prosedur di bagian ini menunjukkan cara membuat proyek baru. Jika Anda belum pernah membuat proyek di Amazon Pinpoint, selesaikan prosedur di bagian ini.

Jika akun Amazon Pinpoint Anda menyertakan satu atau beberapa proyek yang sudah ada, Anda harus menyelesaikan langkah-langkahnya. [Opsi 2: Buat dan konfigurasi proyek \(pengguna Amazon Pinpoint yang ada\)](#)

Untuk membuat proyek

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Jika ini adalah pertama kalinya Anda menggunakan Amazon Pinpoint, Anda melihat halaman yang memperkenalkan Anda ke fitur layanan.


Di bagian Memulai, masukkan nama untuk proyek Anda, lalu pilih Buat proyek. Nama proyek yang Anda tentukan dapat berisi hingga 64 karakter.

 Note

Anda tidak dapat mengganti nama proyek setelah dibuat.

3. Pada halaman Konfigurasi fitur, pilih saluran untuk dikonfigurasi. Misalnya, jika Anda berencana untuk menggunakan proyek untuk mengirim email, pilih tombol Konfigurasi di bagian Email.

Saat Anda memilih untuk menyiapkan saluran, Anda akan melihat opsi yang terkait dengan konfigurasi saluran tersebut. Misalnya, jika Anda memilih untuk [mengatur saluran email](#), Anda melihat opsi yang terkait dengan memverifikasi alamat email. Jika Anda memilih untuk [mengatur saluran SMS](#), Anda akan melihat opsi yang terkait dengan pengaturan batas pengeluaran dan jenis pesan default. Jika Anda memilih untuk [mengatur pemberitahuan push](#), Anda akan melihat opsi yang terkait dengan mengonfigurasi kredensi layanan pemberitahuan push Anda.

 Note

Anda dapat mengonfigurasi saluran tambahan dalam proyek ini nanti. Anda tidak terbatas hanya mengirim pesan melalui saluran yang Anda konfigurasi selama proses ini.

Opsi 2: Buat dan konfigurasi proyek (pengguna Amazon Pinpoint yang ada)

Prosedur di bagian ini menunjukkan cara membuat proyek jika akun Amazon Pinpoint Anda sudah menyertakan satu atau beberapa proyek yang sudah ada.

Jika akun Amazon Pinpoint Anda tidak berisi proyek apa pun, Anda harus menyelesaikan langkah-langkahnya. [Opsi 1: Buat dan konfigurasi proyek \(pengguna Amazon Pinpoint baru\)](#)

Untuk membuat proyek

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih Buat proyek.
3. Pada jendela Create a project, untuk nama Project, masukkan nama untuk project Anda, lalu pilih Create. Nama proyek yang Anda tentukan dapat berisi hingga 64 karakter.

4. Pada halaman Konfigurasi fitur, pilih saluran untuk dikonfigurasi. Misalnya, jika Anda berencana untuk menggunakan proyek untuk mengirim email, pilih tombol Konfigurasi di bagian Email.

Saat Anda memilih untuk menyiapkan saluran, Anda akan melihat opsi yang terkait dengan konfigurasi saluran tersebut. Misalnya, jika Anda memilih untuk [mengatur saluran email](#), Anda melihat opsi yang terkait dengan memverifikasi alamat email. Jika Anda memilih untuk [mengatur saluran SMS](#), Anda akan melihat opsi yang terkait dengan pengaturan batas pengeluaran dan jenis pesan default. Jika Anda memilih untuk [mengatur pemberitahuan push](#), Anda akan melihat opsi yang terkait dengan mengonfigurasi kredensi layanan pemberitahuan push Anda.

Note

Anda dapat mengonfigurasi saluran tambahan dalam proyek ini nanti. Anda tidak terbatas hanya mengirim pesan melalui saluran yang Anda konfigurasikan selama proses ini.

Jika Anda lebih suka mengatur saluran nanti, pilih Lewati langkah ini.

Mengedit proyek

Anda tidak dapat mengedit nama proyek setelah dibuat, tetapi Anda dapat mengedit beberapa pengaturan yang terkait dengan proyek. Bagian ini mencakup prosedur untuk mengubah pengaturan ini, serta deskripsi pengaturan yang dapat Anda ubah.


Untuk mengedit proyek

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, dalam daftar proyek, pilih proyek yang ingin Anda edit.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Pengaturan umum.
4. Pilih Edit.
5. Pada halaman Edit pengaturan umum, ubah salah satu pengaturan berikut:
 - a. Pengaturan kampanye

Jam waktu tenang

Gunakan pengaturan ini untuk mencegah Amazon Pinpoint mengirim pesan selama jam tertentu. Saat Anda mengonfigurasi pengaturan ini, Anda memberikan waktu Mulai dan

Waktu Akhir. Jika pesan akan dikirim antara waktu mulai dan berakhir di zona waktu lokal titik akhir, Amazon Pinpoint tidak mencoba mengirim pesan ke titik akhir tersebut.

 Note

Agar pengaturan ini dapat mengamati zona waktu lokal, definisi titik akhir untuk penerima harus menyertakan atribut yang diformat dengan benar. `Demographic.Timezone`


Waktu yang Anda tentukan harus menggunakan notasi 24 jam dan dalam format HH:MM. Misalnya, untuk 21:30, masukkan **21 : 30**.

Jumlah maksimum pesan harian per titik akhir

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim ke satu titik akhir selama periode 24 jam oleh semua kampanye dalam proyek. Nilai yang Anda tentukan tidak boleh lebih besar dari 100.

Jumlah maksimum pesan per titik akhir

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim ke satu titik akhir oleh setiap kampanye. Jika kampanye berulang, pengaturan ini berlaku untuk semua proses kampanye. Nilai yang Anda tentukan tidak boleh lebih besar dari 100.

 Note

Pengaturan ini mempertimbangkan jumlah pesan yang menargetkan titik akhir, sebagai lawan dari jumlah pesan yang benar-benar dikirim ke titik akhir. Misalnya, jika kampanye dikonfigurasi untuk mengirim pesan secara otomatis saat pelanggan membuat akun baru, tetapi titik akhir tidak dapat menerima pesan (misalnya, jika pengaturan waktu tenang berlaku untuk titik akhir), maka titik akhir masih dihitung sebagai telah ditargetkan. Dalam situasi ini, titik akhir akan dihapus dari kampanye berikutnya.

Jumlah maksimum pesan per detik

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim setiap detik oleh kampanye. Nilai yang Anda tentukan harus berupa angka antara 1 dan 20.000. Jika Anda menentukan parameter pesan per detik, kami mencoba mencocokkannya. Jika tidak, jika ini tidak didefinisikan, kami mencoba untuk menyampaikan pesan secepat mungkin. Perhatikan bahwa kecepatan pengiriman, bagaimanapun, bergantung pada latensi saluran pada waktu tertentu.

Jumlah waktu maksimum untuk menjalankan kampanye

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah waktu maksimum, dalam hitungan detik, kampanye dapat mencoba mengirimkan pesan setelah waktu mulai yang dijadwalkan. Nilai minimum untuk pengaturan ini adalah 60 detik.

b. Pengaturan perjalanan

Jumlah maksimum pesan di semua perjalanan dalam jangka waktu

Gunakan pengaturan ini untuk menentukan jumlah maksimum kali pesan dapat dikirim ke satu titik akhir dalam Jangka Waktu yang ditentukan. Misalnya, jika Anda ingin mengirim maksimal 3 pesan dalam jangka waktu 7 hari ke setiap titik akhir. Pengaturan default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah pesan yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan.


Jangka waktu

Jumlah hari yang diterapkan ke jumlah maksimum pesan di semua perjalanan dalam jangka waktu jika tidak disetel ke 0. Pengaturan default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah hari yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan.

6. Setelah selesai, pilih Simpan.

Menghapus proyek

Anda dapat menghapus proyek. Ketika Anda melakukannya, semua data titik akhir, segmen, kampanye, perjalanan, dan data analitik juga akan dihapus.

 Warning

Anda tidak dapat memulihkan proyek setelah dihapus.

Untuk menghapus proyek

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, dalam daftar proyek, pilih proyek yang ingin Anda hapus.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Pengaturan umum.
4. Pilih Hapus proyek.
5. Di jendela konfirmasi, di bidang teks, masukkan **delete**. Pilih Hapus.

saluran Amazon Pinpoint

Saluran mewakili platform tempat Anda melibatkan segmen pemirsa dengan pesan. Misalnya, untuk mengirim notifikasi push ke pengguna aplikasi Anda, Anda harus memiliki proyek Amazon Pinpoint di mana saluran notifikasi push diaktifkan. Amazon Pinpoint mendukung saluran berikut:

- [Pemberitahuan push](#)
- [Surel](#)
- [SMS](#)
- [Suara](#)
- Pesan dalam aplikasi

Selain saluran ini, Anda juga dapat memperluas kemampuan untuk memenuhi kasus penggunaan spesifik Anda dengan membuat [saluran khusus](#).

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk melibatkan audiens Anda harus membuat proyek Amazon Pinpoint. Setelah membuat proyek, Anda dapat menggunakannya untuk mengirimkan kampanye. Untuk melibatkan pelanggan Anda menggunakan kampanye, mulailah dengan [menentukan segmen audiens](#) yang ingin Anda libatkan. Selanjutnya, [tentukan kampanye yang](#) ingin Anda kirim ke segmen tersebut.


Topik di bagian ini

- [Pemberitahuan push Amazon Pinpoint](#)
- [Saluran email Amazon Pinpoint](#)
- [Amazon Pinpoint saluran SMS](#)
- [Saluran suara Amazon Pinpoint](#)
- [Saluran pesan dalam aplikasi Amazon Pinpoint](#)
- [Saluran khusus di Amazon Pinpoint](#)

Pemberitahuan push Amazon Pinpoint


Dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat melibatkan pengguna aplikasi Anda dengan mengirimkan notifikasi push melalui saluran notifikasi push. Anda dapat mengirim notifikasi push ke aplikasi menggunakan saluran terpisah untuk layanan notifikasi push berikut:

- Firebase Cloud Messaging (FCM)
- Layanan Pemberitahuan Push Apple (APN)

 Note

Anda dapat menggunakan APN untuk mengirim pesan ke perangkat iOS seperti iPhone dan iPad, serta ke browser Safari di perangkat macOS, seperti laptop dan desktop Mac.

- Baidu Cloud Dorong
- Olahpesan Perangkat Amazon (ADM)

 Note

Amazon Pinpoint menetapkan titik akhir push dengan titik tertua `EffectiveDate` kepada `INACTIVE` jika pengguna memiliki 15 titik akhir dan Anda menambahkan lebih banyak titik akhir push. Lihat [Titik akhir push yang lebih lama secara otomatis diatur ke tidak aktif](#) untuk informasi lebih lanjut.

Topik


- [Menyiapkan saluran push seluler Amazon Pinpoint](#)
- [Memantau aktivitas notifikasi push dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Mengelola saluran push seluler dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Mengirim pemberitahuan push web Safari](#)
- [Praktik terbaik](#)

Menyiapkan saluran push seluler Amazon Pinpoint

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pemberitahuan push ke aplikasi Anda, Anda harus terlebih dahulu membuat proyek dan mengaktifkan saluran pemberitahuan push. Setelah Anda membuat proyek di Amazon Pinpoint, Anda dapat memperbarui kredensi pemberitahuan push Anda di halaman pengaturan pemberitahuan push. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Pengaturan pemberitahuan push](#) dan [Menyiapkan pemberitahuan push untuk Amazon Pinpoint di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.

Untuk membuat proyek Amazon Pinpoint baru dan mengaktifkan saluran pemberitahuan push

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih Buat proyek.
3. Untuk nama Proyek, masukkan nama, lalu pilih Buat.


 Note

Nama proyek dapat berisi hingga 64 karakter alfanumerik. Ini juga dapat mencakup karakter berikut: koma (,), titik (.), di tanda (@), garis bawah (_), sama dengan (=), dan tanda tambah (+).

4. Di bawah Pemberitahuan push, pilih Konfigurasi.
5. Di bawah Layanan pemberitahuan push, pilih layanan pemberitahuan push yang ingin Anda aktifkan untuk proyek ini. Berikan kredensi yang diperlukan untuk layanan yang Anda pilih.
6. Setelah selesai, pilih Simpan.

Memantau aktivitas notifikasi push dengan Amazon Pinpoint

Untuk notifikasi push yang Anda kirim sebagai bagian dari kampanye, Amazon Pinpoint menyediakan opsi untuk memantau aktivitas notifikasi push Anda.

 Note

Untuk memantau aktivitas notifikasi push, Anda harus menggunakan kampanye. Anda tidak dapat memantau aktivitas notifikasi push di luar kampanye.

Analisis Amazon Pinpoint

Halaman Analytics di konsol Amazon Pinpoint menyediakan grafik dan metrik yang menunjukkan tren terkait keterlibatan pengguna, penjangkauan kampanye, pendapatan, dan banyak lagi. Misalnya, Anda dapat melihat jumlah titik akhir yang dapat Anda kirimkan notifikasi push, jumlah titik akhir yang telah Anda kirimkan notifikasi push, dan tarif terbuka untuk notifikasi push yang telah Anda kirimkan. Anda dapat melihat grafik dan metrik ini di semua kampanye, atau untuk kampanye individual.

Untuk melihat analitik kampanye di konsol Amazon Pinpoint

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada Semua proyek halaman, pilih proyek yang ingin Anda lihat data analitik.
3. Di panel navigasi, di bawah Analitik, pilih Kampanye.
4. (Opsional) Pilih kampanye dari Kampanye tabel untuk melihat metrik yang spesifik untuk kampanye tersebut.

Untuk informasi selengkapnya, lihat [Amazon Pinpoint analitik](#).

Mengelola saluran push seluler dengan Amazon Pinpoint

Dengan menggunakan konsol, Anda dapat memperbarui kredensial yang memungkinkan Amazon Pinpoint mengirim pemberitahuan push ke perangkat iOS dan Android. Anda dapat memberikan kredensial untuk layanan pemberitahuan push berikut, yang masing-masing didukung oleh saluran Amazon Pinpoint:

- Layanan Pemberitahuan Push Apple (APN)
- Firebase Cloud Messaging (FCM)
- Dorongan Awan Baidu
- Olahpesan Perangkat Amazon (ADM)

Untuk memperbarui pengaturan pemberitahuan push

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada Semua proyek halaman, pilih proyek yang ingin Anda kelola pengaturan notifikasi push.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Pemberitahuan push.
4. Di sebelah Pemberitahuan push, pilih Sunting.
5. Pada Edit pemberitahuan push halaman, Anda dapat memperbarui kredensial Anda untuk layanan berikut:
 - APN— Memerlukan kunci penandatanganan token otentikasi atau sertifikat TLS, yang Anda dapatkan dari akun pengembang Apple Anda. Untuk informasi lebih lanjut, lihat bagian selanjutnya, [Mengelola Pengaturan APN](#).
 - FCM— Memerlukan Kunci API Web (juga disebut sebagai API_KEY atau kunci server) atau Token Credentials, yang Anda dapatkan dari Firebase console. Untuk informasi selengkapnya

tentang mendapatkan kredensial FCM, lihat [Kredensialnya](#) di dokumentasi Firebase dan untuk informasi selengkapnya tentang Kredensial Token, lihat [Migrasi dari API FCM lama ke HTTP v1](#) dalam dokumentasi Firebase.

- Dorongan Awan Baidu— Membutuhkan kunci API dan kunci rahasia, yang Anda dapatkan dari proyek Baidu Cloud Push Anda.
- Pesan Perangkat Amazon— Memerlukan kredensial OAuth (ID Klien dan Rahasia Klien) dari akun Pengembang Amazon Anda. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Dapatkan kredensialnya](#) dalam dokumentasi pengembang Amazon Device Messaging.

6. Setelah selesai, pilih Simpan.

Mengelola pengaturan APN

Pada Pemberitahuan push halaman pengaturan untuk APN, Anda dapat mengotorisasi Amazon Pinpoint untuk mengirim pemberitahuan push ke aplikasi iOS Anda dengan memberikan informasi tentang APN Anda dan kunci atau sertifikat:

Kunci

Kunci penandatanganan pribadi yang digunakan oleh Amazon Pinpoint untuk menandatangani token otentikasi APN secara kriptografis. Anda mendapatkan kunci penandatanganan dari akun pengembang Apple Anda.

Jika Anda memberikan kunci penandatanganan, Amazon Pinpoint menggunakan token untuk mengautentikasi dengan APN untuk setiap pemberitahuan push yang Anda kirim. Dengan kunci penandatanganan, Anda dapat mengirim pemberitahuan push ke lingkungan produksi dan kotak pasir APN.

Tidak seperti sertifikat, kunci penandatanganan Anda tidak kedaluwarsa. Anda hanya memberikan kunci Anda sekali, dan Anda tidak perlu memperbaruinya nanti. Anda dapat menggunakan kunci penandatanganan yang sama untuk beberapa aplikasi. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Berkomunikasi dengan APN menggunakan token otentikasi](#) di Bantuan Xcode.

Sertifikat

Sertifikat TLS yang digunakan Amazon Pinpoint untuk mengautentikasi dengan APN saat Anda mengirim pemberitahuan push. Sertifikat APN dapat mendukung lingkungan produksi dan kotak pasir, atau hanya dapat mendukung lingkungan kotak pasir. Anda mendapatkan sertifikat dari akun pengembang Apple Anda.

Sertifikat berakhir setelah satu tahun. Ketika ini terjadi, Anda harus membuat sertifikat baru, yang kemudian Anda berikan ke Amazon Pinpoint untuk memperbarui pengiriman pemberitahuan push. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Berkomunikasi dengan APN menggunakan sertifikat TLS](#) di Bantuan Xcode.

Untuk mengelola setelan APN

1. Untuk Jenis otentikasi default, pilih Kredensial kunci atau Kredensi sertifikat untuk mengelola pengaturan untuk jenis itu. Amazon Pinpoint menggunakan pengaturan default ini untuk setiap pemberitahuan push APN yang Anda kirim menggunakan konsol. Anda dapat mengganti setelan default saat mengirim pesan secara terprogram menggunakan Amazon Pinpoint API, AWS CLI, atau AWSSDK. Jika jenis autentikasi default Anda gagal, Amazon Pinpoint tidak mencoba menggunakan jenis autentikasi lainnya.
 - Jika Anda memilih Kredensial kunci, berikan informasi berikut dari akun pengembang Apple Anda. Amazon Pinpoint memerlukan informasi ini untuk membuat token otentikasi.
 - ID kunci— ID yang ditetapkan ke kunci penandatanganan Anda. Untuk menemukan nilai ini, pilih Sertifikat, ID & Profil, dan pilih kunci Anda di Kuncibagian.
 - Pengidentifikasi bundel— ID yang ditetapkan ke aplikasi iOS Anda. Untuk menemukan nilai ini, pilih Sertifikat, ID & Profil, pilih ID Aplikasi di Pengidentifikasi bagian, dan pilih aplikasi Anda.
 - Pengidentifikasi tim— ID yang ditetapkan ke tim akun pengembang Apple Anda. Nilai ini diberikan pada Keanggotaan halaman.
 - Kunci otentikasi— File.p8 yang Anda unduh dari akun pengembang Apple Anda saat Anda membuat kunci otentikasi. Apple memungkinkan Anda mengunduh kunci otentikasi hanya sekali.
 - Jika Anda memilih Kredensi sertifikat, berikan informasi berikut:
 - Sertifikat SSL— File.p12 untuk sertifikat TLS Anda. Anda dapat mengekspor file ini dari Keychain Access setelah mengunduh dan menginstal sertifikat dari akun pengembang Apple Anda.
 - Kata sandi sertifikat— Jika Anda menetapkan kata sandi ke sertifikat Anda, tentukan di sini.
 - Jenis sertifikat— Pilih jenis sertifikat yang akan digunakan.
2. Untuk Pilih saluran APN untuk mengaktifkan, pilih saluran yang akan diaktifkan.

3. Setelah selesai, pilih Simpan.

Mengirim pemberitahuan push web Safari

Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan ke komputer macOS yang menggunakan browser web Safari Apple. Untuk mengirim pesan ke browser Safari, Anda harus menentukan konten pesan mentah, dan Anda harus menyertakan atribut tertentu dalam muatan pesan. Anda dapat melakukan ini [membuat template notifikasi push dengan payload pesan mentah](#), atau dengan menentukan konten pesan mentah secara langsung dalam [kampanye](#) pesan.

Note

Atribut khusus ini diperlukan untuk mengirim ke laptop macOS dan komputer desktop yang menggunakan browser web Safari. Hal ini tidak diperlukan untuk mengirim ke perangkat iOS seperti iPhone dan iPads.

Untuk mengirim pesan ke browser web Safari, Anda harus menentukan muatan pesan mentah. Payload pesan mentah harus menyertakan `url-argsarray` dalam `aps` objek. Parameter `url-argsarray` diperlukan untuk mengirim pemberitahuan push ke browser web Safari. Namun, dapat diterima untuk array mengandung satu, elemen kosong.

Parameter `APNSMessage` bagian payload pesan mentah harus menyerupai contoh berikut:

```
{
  "APNSMessage": {
    "aps": {
      "alert": {
        "title": "Title of my message",
        "body": "This is a push notification for the Safari web browser."
      },
      "content-available": 1,
      "url-args": [""]
    }
  }
}
```

Untuk informasi selengkapnya tentang notifikasi push Safari, lihat [Mengkonfigurasi Notifikasi Push Safari](#) di situs web Apple Developer.

Praktik terbaik

Bahkan ketika Anda memiliki minat terbaik pelanggan, Anda mungkin masih menghadapi situasi yang berdampak pada kemampuan pengiriman pesan Anda. Bagian berikut berisi rekomendasi untuk membantu memastikan komunikasi push Anda menjangkau audiens yang diinginkan.

Mengirim notifikasi push volume tinggi

Sebelum mengirim notifikasi push volume tinggi, pastikan akun Amazon Pinpoint Anda dikonfigurasi untuk mendukung persyaratan throughput Anda. Secara default, semua akun Amazon Pinpoint dikonfigurasi untuk mengirim 25.000 pesan per detik. Jika Anda perlu dapat mengirim lebih dari 25.000 pesan dalam satu detik, Anda dapat meminta peningkatan kuota. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta Peningkatan Kuota](#) di Panduan Developer Amazon Pinpoint

Pastikan akun Amazon Pinpoint Anda dikonfigurasi dengan benar dengan kredensial untuk masing-masing penyedia notifikasi push yang akan Anda gunakan, seperti FCM atau APN.

Akhirnya, merancang cara untuk menangani pengecualian. Setiap layanan pemberitahuan push menyediakan pesan pengecualian yang berbeda. Untuk pengiriman transaksional, Anda menerima kode status utama 200 untuk panggilan API, dengan kode status per endpoint 400 kegagalan permanen jika token platform yang sesuai (misalnya, FCM) atau sertifikat (misalnya, APN) ditentukan tidak valid selama pesan dikirim. Untuk kampanye, Anda akan melihat lebih sedikit dari perkiraan pengiriman yang sesuai dengan aktivitas kampanye. Lihat [Streaming acara Amazon Pinpoint ke Kinesis](#) di Panduan Developer Amazon Pinpoint untuk informasi lebih lanjut tentang menyiapkan acara streaming.

Saluran email Amazon Pinpoint

Gunakan saluran Email di Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan email ke pengguna akhir Anda.

Jika Anda belum menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim email, akun Anda ada di [sandbox email](#) secara default. Ketika akun Anda berada di sandbox email, Anda hanya dapat mengirim email ke alamat yang diverifikasi. Selain itu, Anda hanya dapat mengirim 200 email dalam periode 24 jam, dengan laju throughput maksimum satu pesan per detik. Anda dapat meminta akun dihapus dari sandbox oleh [meminta akses produksi untuk email](#).

Anda dapat [memantau aktivitas email Anda](#) dengan melihat analitik di konsol Amazon Pinpoint atau dengan streaming acara email ke Kinesis.

Ketika email Anda perlu berubah, Anda dapat mengelola saluran email dengan [memperbarui alamat email atau domain](#), atau [meminta peningkatan kuota pengiriman Anda](#).

Memilih antara Amazon Pinpoint dan Amazon Simple Email Service (Amazon SES)

AWS juga menawarkan layanan email-satunya disebut Amazon SES. Amazon SES dan Amazon Pinpoint menggunakan infrastruktur email yang sangat dapat diskalakan. Kedua layanan menawarkan fitur yang berbeda dan ditujukan untuk pemirsa yang berbeda dan kasus penggunaan.

Amazon SES memiliki API dan antarmuka SMTP, yang keduanya sangat cocok untuk mengirim email dari aplikasi atau layanan Anda. Anda juga dapat menggunakan antarmuka SMTP Amazon SES untuk berintegrasi dengan aplikasi pihak ketiga yang ada, seperti aplikasi Customer Relationship Management (CRM). Amazon SES juga menawarkan fitur email yang tidak disertakan dalam Amazon Pinpoint, termasuk kemampuan menerima email, kumpulan IP khusus, dan kemampuan otorisasi pengiriman lintas akun.

Amazon Pinpoint sangat cocok untuk pengguna yang ingin mengirim komunikasi yang diatur, termasuk kampanye terjadwal dan perjalanan pelanggan multi-langkah. Amazon Pinpoint juga menyertakan fitur yang tidak disertakan dengan Amazon SES, seperti segmentasi pemirsa, analitik kampanye dan perjalanan, dan konsol berbasis web yang dapat diakses oleh pengguna yang kurang teknis.

Untuk informasi selengkapnya tentang mengirim email menggunakan Amazon SES, lihat [Panduan Pengembang Amazon Simple Email Service](#).

Topik

- [Sandbox email Amazon Pinpoint](#)
- [Menyiapkan saluran email Amazon Pinpoint](#)
- [Memantau aktivitas email dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Mengelola saluran email Amazon Pinpoint](#)
- [Mengirim email di Amazon Pinpoint](#)
- [Menggunakan alamat IP khusus dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Dasbor pengiriman Amazon Pinpoint](#)
- [Praktik terbaik](#)

Sandbox email Amazon Pinpoint

Kami menggunakan lingkungan sandbox untuk membantu melindungi pelanggan kami dari penipuan dan penyalahgunaan. Lingkungan sandbox juga membantu Anda membangun reputasi pengirim Anda dengan ISP dan penerima email. Akun pengguna email Amazon Pinpoint ditempatkan di lingkungan sandbox. Saat akun Anda berada di sandbox, Anda memiliki akses penuh ke metode pengiriman email Amazon Pinpoint, dengan batasan berikut:

- Anda dapat mengirim email hanya dari alamat dan domain terverifikasi.
- Anda dapat mengirim email hanya ke alamat yang telah Anda verifikasi atau alamat yang terkait dengan simulator kotak surat.
- Anda dapat mengirim maksimal 200 pesan dalam waktu 24 jam.
- Anda dapat mengirim maksimal satu pesan per detik.

Untuk mempelajari cara menghapus pembatasan ini, lihat [Meminta kenaikan kuota](#).

Menyiapkan saluran email Amazon Pinpoint

Untuk menyiapkan saluran email Amazon Pinpoint, Anda mulai dengan memverifikasi alamat email atau domain yang ingin Anda gunakan saat mengirim email dari proyek tersebut. Selanjutnya, Anda membuat proyek, mengaktifkan saluran email dalam proyek itu, dan memilih alamat email atau domain untuk digunakan.

Saat Anda mengaktifkan saluran email untuk pertama kalinya, Amazon Pinpoint tidak segera menyediakan akses produksi untuk pengiriman pesan email. Sebagai gantinya, AWS akun Anda hanya memiliki akses ke kotak pasir email, yang memberlakukan pembatasan lalu lintas email Anda. Untuk mendapatkan akses produksi, [kirimkan permintaan](#) ke AWS Support.

Topik

- [Memverifikasi identitas email](#)
- [Membuat proyek Amazon Pinpoint dengan dukungan email](#)

Memverifikasi identitas email

Di Amazon Pinpoint, sebuah identitas adalah alamat email atau domain yang Anda gunakan untuk mengirim email. Sebelum Anda dapat mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint, Anda harus memverifikasi setiap identitas yang Anda rencanakan untuk digunakan sebagai alamat Dari,

Pengirim, untuk membuktikan bahwa Anda memilikinya. Jika akun Anda masih di sandbox Amazon Pinpoint, Anda juga perlu memverifikasi identitas yang Anda rencanakan untuk mengirim email.

Sebelum Anda memverifikasi identitas, Anda harus membuat proyek dan mengaktifkan saluran email untuk proyek. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Membuat proyek Amazon Pinpoint dengan dukungan email](#).

Topik di bagian ini

- [Memverifikasi alamat email](#)
- [Memverifikasi domain](#)

Memverifikasi alamat email

Jika Anda telah membuat proyek untuk mengirim email, Anda mungkin sudah memverifikasi alamat email. Anda dapat memverifikasi alamat email yang berbeda dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint.

Untuk memverifikasi alamat email

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah Email, pilih Identitas email.
3. Pilih Verifikasi identitas email.
4. Di bawah Tipe Identitas, pilih Alamat email.
5. Untuk Verifikasi alamat email baru, masukkan alamat email yang ingin Anda verifikasi.
6. Pilih Verifikasi alamat email.
7. Periksa kotak masuk alamat yang Anda masukkan dan cari email no-reply-aws@amazon.com. Buka email dan klik tautan di email untuk menyelesaikan proses verifikasi alamat email.

Note

Anda harus menerima email verifikasi dalam waktu lima menit. Jika Anda tidak menerima email, lakukan hal berikut:

- Pastikan bahwa Anda mengetik alamat dengan benar.
- Pastikan bahwa alamat email yang Anda coba verifikasi dapat menerima email. Anda dapat menguji ini dengan menggunakan alamat email lain untuk mengirim email percobaan ke alamat yang ingin Anda verifikasi.

- Periksa folder email sampah Anda.

Tautan di email verifikasi kedaluwarsa setelah 24 jam. Untuk mengirim ulang email verifikasi, pilih Kirim email verifikasi lagi.

Ketika Anda memverifikasi alamat email, pertimbangkan hal berikut:

- Amazon Pinpoint memiliki titik akhir dalam beberapa AWS Wilayah dan status verifikasi alamat email terpisah untuk masing-masing Wilayah. Jika Anda ingin mengirim email dari identitas yang sama di lebih dari satu Wilayah, Anda harus memverifikasi identitas di setiap Wilayah. Anda dapat memverifikasi hingga 10.000 identitas (alamat email dan domain, dengan kombinasi apapun) di setiap AWS Wilayah.
- Parameter bagian lokal dari alamat email, yang merupakan bagian yang mendahului tanda di (@), adalah case sensitive. Misalnya, jika Anda memverifikasi pengguna@contoh.com, Anda tidak dapat mengirim email dari USER@example.com kecuali Anda memverifikasi alamat itu juga.
- Nama domain tidak peka huruf besar/kecil. Misalnya, jika Anda memverifikasi pengguna@contoh.com, Anda juga dapat mengirim email dari user@EXAMPLE.com.
- Anda dapat menerapkan label ke alamat email yang diverifikasi dengan menambahkan tanda plus (+) diikuti dengan string teks setelah bagian lokal dari alamat dan sebelum tanda di (@). Misalnya, untuk menerapkan label1 ke alamat pengguna@contoh.com, gunakan pengguna+label1@example.com. Anda dapat menggunakan label sebanyak yang Anda inginkan untuk setiap alamat yang diverifikasi. Anda juga dapat menggunakan label di bidang "Dari" dan "Jalur Kembali" untuk menerapkan Variable Envelope Return Path (VERP).

Note

Ketika Anda memverifikasi alamat yang tidak berlabel, Anda memverifikasi semua alamat yang dapat dibentuk dengan menambahkan label ke alamat. Namun, jika Anda memverifikasi alamat berlabel, Anda tidak dapat menggunakan label lain dengan alamat tersebut.

Memverifikasi domain

Ketika Anda memverifikasi domain, Anda memverifikasi semua alamat email yang terkait dengan domain tersebut. Oleh karena itu, Anda tidak perlu memverifikasi alamat email individual dari domain. Misalnya, jika Anda memverifikasicontoh.comdomain, Anda dapat mengirim email daricarlos@example.com,jane@example.com, dan alamat lainnya daricontoh.comdomain.

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim email dari domain, Anda harus memverifikasi domain untuk mengonfirmasi bahwa Anda memilikinya dan mencegah orang lain menggunakannya.

Note

Untuk menyelesaikan proses verifikasi, Anda harus dapat mengubah pengaturan DNS untuk domain tersebut. Prosedur untuk memodifikasi pengaturan DNS untuk domain bervariasi tergantung pada DNS atau penyedia hosting web. Untuk informasi tentang mengubah pengaturan DNS untuk domain Anda, lihat dokumentasi untuk penyedia Anda.

Untuk memverifikasi domain

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawahEmail, pilihIdentitas email.
3. PilihVerifikasi identitas email.
4. Di bawahTipe Identitas, pilihDomain, dan kemudian pilihVerifikasi domain baru.
5. UntukDomain, masukkan domain yang ingin Anda verifikasi.
6. PilihVerifikasi domain.
7. Di bawahset catatan, salin tiga catatan CNAME dan simpan ke lokasi di komputer Anda. Atau, untuk mengunduh dan menyimpan nilai dalam file.csv, pilihUnduh set catatan.
8. Masuk ke konsol manajemen untuk penyedia hosting DNS atau web, lalu buat tiga catatan CNAME baru yang berisi nilai yang Anda simpan di langkah sebelumnya. Lihat bagian berikutnya untuk tautan ke dokumentasi untuk beberapa penyedia umum.
9. Ketika Amazon Pinpoint mendeteksi ketiga catatan CNAME ini di konfigurasi DNS domain Anda, proses verifikasi selesai. Anda dapat memeriksa status verifikasi dengan kembali keldentitas emailhalaman. DiSemua identitasabel, cari domain yang Anda coba verifikasi. Jika nilai dalamStatuskolom untuk domain ituAktif, proses verifikasi selesai.

Note

Dalam beberapa kasus, dibutuhkan waktu 72 jam atau lebih untuk perubahan DNS untuk menyebar di internet. Anda tidak dapat mengirim email dari domain sampai proses verifikasi selesai.

Ketika Anda memverifikasi domain, pertimbangkan hal berikut:

- Anda dapat mengirim email dari subdomain apa pun dari domain yang diverifikasi, tanpa memverifikasi subdomain secara khusus. Misalnya, jika Anda memverifikasikan `contoh.com`, Anda tidak perlu memverifikasikan `asia.example.com` atau `a.b.example.com`.
- Seperti ditentukan dalam [RFC 1034](#), setiap label DNS dapat memiliki hingga 63 karakter. Selain itu, seluruh nama domain tidak boleh melebihi total 255 karakter.
- Amazon Pinpoint tersedia dalam beberapa AWS Wilayah, dan status verifikasi domain terpisah untuk masing-masing Wilayah. Jika Anda ingin mengirim email dari identitas yang sama di lebih dari satu Wilayah, Anda harus memverifikasi identitas di setiap Wilayah. Anda dapat memverifikasi hingga 10.000 identitas (domain dan alamat email, dengan kombinasi apapun) di setiap AWS Wilayah.

Petunjuk untuk mengonfigurasi catatan DNS untuk berbagai penyedia

Prosedur untuk memperbarui catatan DNS untuk domain bervariasi tergantung pada DNS atau penyedia hosting web yang Anda gunakan. Tabel berikut mencantumkan tautan ke dokumentasi untuk beberapa penyedia umum. Daftar ini tidak lengkap dan yang dimasukkan ke dalam daftar ini bukan merupakan dukungan atau rekomendasi dari produk atau layanan perusahaan apa pun. Jika penyedia Anda tidak tercantum di tabel, Anda mungkin dapat menggunakan domain dengan Amazon Pinpoint.

Penyedia DNS/Hosting	Tautan dokumentasi
Amazon Route 53	Bekerja dengan catatan
GoDaddy	Tambahkan catatan CNAME (tautan eksternal)

Penyedia DNS/Hosting	Tautan dokumentasi
Dreamhost	Bagaimana cara menambahkan catatan DNS kustom? (tautan eksternal)
Cloudflare	Mengelola catatan DNS di cloudflare (tautan eksternal)
HostGator	Mengelola catatan DNS dengan HostGator/eNom (tautan eksternal)
Namecheap	Bagaimana cara menambahkan catatan TXT/SPF/DKIM/DMARC untuk domain saya? (tautan eksternal)
Names.co.uk	Mengubah pengaturan DNS domain (tautan eksternal)
Wix	Menambahkan atau Memperbarui catatan CNAME di Akun Wix Anda

Tips verifikasi domain dan pemecahan masalah

Jika Anda menyelesaikan langkah-langkah sebelumnya namun domain Anda tidak terverifikasi setelah 72 jam, periksa langkah berikut:

- Pastikan bahwa Anda memasukkan nilai untuk data DNS pada kolom yang benar. Beberapa penyedia mengacu pada Nama/Hostbidang sebagai Host atau Nama host. Selain itu, beberapa penyedia layanan mengacu pada kolom Nilai catatan sebagai Poin ke atau Hasil.
- Pastikan bahwa penyedia Anda tidak secara otomatis menambahkan nama domain Anda ke nilai Nama/Host yang Anda masukkan dalam data DNS. Beberapa penyedia menambahkan nama domain tanpa menunjukkan bahwa mereka telah melakukannya. Jika penyedia Anda menambahkan nama domain Anda ke nilai Nama/Host, hapus nama domain dari akhir nilai. Anda juga dapat mencoba menambahkan periode ke akhir nilai dalam catatan DNS. Periode ini menunjukkan kepada penyedia bahwa nama domain sepenuhnya memenuhi syarat.
- Karakter garis bawah (_) diperlukan dalam nilai Nama/host dari setiap catatan DNS. Jika penyedia Anda tidak mengizinkan garis bawah di nama catatan DNS, hubungi tim dukungan pelanggan penyedia untuk mendapatkan bantuan tambahan.

- Catatan validasi yang harus Anda tambahkan ke konfigurasi DNS untuk domain Anda berbeda untuk masing-masing AWS Wilayah. Jika Anda ingin menggunakan domain untuk mengirim email dari beberapa AWS Wilayah, Anda harus memverifikasi domain di masing-masing Wilayah tersebut.

Membuat proyek Amazon Pinpoint dengan dukungan email

Untuk mengirim email dengan Amazon Pinpoint, Anda mulai dengan membuat proyek Amazon Pinpoint. Ketika Anda membuat proyek, Anda dapat mengaktifkan saluran email untuk itu, dan kemudian memilih identitas email yang ingin Anda gunakan sebagai alamat pengirim. Jika Anda belum memverifikasi identitas untuk digunakan dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat memverifikasi alamat email saat membuat proyek.

Di Amazon Pinpoint, sebuah alamat email atau domain yang Anda gunakan untuk mengirim email. Sebelum Anda dapat mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint, Anda harus memverifikasi alamat Dari, Pengirim, atau Jalur Kembali untuk membuktikan bahwa Anda memiliki identitas. Untuk informasi selengkapnya tentang memverifikasi identitas, lihat [Memverifikasi identitas email](#).

Note

Jika akun Anda masih di sandbox email Amazon Pinpoint, Anda juga perlu memverifikasi identitas yang ingin Anda kirim email. Untuk informasi selengkapnya tentang sandbox email, lihat [Meningkatkan kuota pengiriman Anda](#).

Jika Anda telah membuat proyek, Anda dapat mengaktifkan email dengan mengikuti petunjuk di [Mengaktifkan dan menonaktifkan saluran email](#).

Topik

- [Membuat proyek email saat Anda belum memverifikasi identitas](#)
- [Membuat proyek email saat Anda sudah memverifikasi identitas](#)

Membuat proyek email saat Anda belum memverifikasi identitas

Jika Anda belum pernah menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim email di masa lalu, Anda mungkin belum memverifikasi identitas apa pun. Prosedur di bagian ini menjelaskan proses pembuatan proyek dan memverifikasi satu alamat email pada saat yang bersamaan.

Jika Anda telah memverifikasi identitas, atau jika Anda ingin memverifikasi seluruh domain, bukan satu alamat, gunakan prosedurnya. [Memverifikasi domain](#)

7. Pilih Aktifkan saluran email untuk proyek ini.
8. Untuk jenis identitas, pilih alamat Email atau Domain, tergantung pada jenis identitas terverifikasi yang ingin Anda gunakan.
9. Pilih Gunakan alamat email yang ada jika Anda memilih Alamat email pada langkah sebelumnya, atau pilih Gunakan domain yang ada jika Anda memilih Domain.
10. Dari daftar alamat email atau domain terverifikasi yang ingin Anda gunakan.
11. Jika Anda menyiapkan domain, tentukan Alamat pengirim default untuk domain tersebut.
12. (Opsional) Untuk nama pengirim yang ramah, masukkan nama yang ingin ditampilkan di klien email penerima.
13. Setelah selesai, pilih Simpan.

Memantau aktivitas email dengan Amazon Pinpoint

Untuk email yang Anda kirim untuk proyek, Amazon Pinpoint menyediakan opsi untuk memantau aktivitas email Anda.

Amazon Pinpoint analitik

Halaman Analytics di konsol Amazon Pinpoint menyediakan banyak metrik terkait email untuk kampanye dan pesan transaksional yang Anda kirim untuk proyek. Misalnya, Anda dapat melihat jumlah titik akhir email yang dapat Anda kirim pesan, dan jumlah titik akhir yang telah Anda kirim pesan. Selain itu, Anda dapat melihat tarif buka, klik, dan opt-out untuk pesan yang telah Anda kirim. Untuk pesan kampanye, Anda dapat melihat metrik ini di semua kampanye atau untuk kampanye individual. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang metrik ini dan cara melihatnya, lihat [Analitik](#).

Amazon Pinpoint menyediakan metrik serupa untuk email yang Anda kirim untuk perjalanan. Misalnya, Anda dapat melihat jumlah pesan yang dibuka oleh peserta di setiap aktivitas perjalanan. Setelah memublikasikan perjalanan, Anda dapat melihat data untuk metrik ini menggunakan panel metrik Perjalanan di ruang kerja perjalanan. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang metrik ini, lihat [the section called "Lihat metrik perjalanan"](#).

Streaming data acara email

Untuk memantau data, seperti pengiriman email yang berhasil dan gagal, konfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengalirkan data peristiwa email ke Amazon Kinesis Data Streams atau Amazon Kinesis Data Firehose. Kemudian, Anda dapat menggunakan platform Kinesis untuk menganalisis data email ini. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Streaming acara Amazon Pinpoint ke Kinesis](#).

Untuk contoh data peristiwa yang dialirkan Amazon Pinpoint ke Kinesis, lihat Peristiwa [email di Panduan Pengembang](#) Amazon Pinpoint.

Melacak acara terbuka dan klik di email

Amazon Pinpoint secara otomatis melacak berapa banyak email Anda yang dibuka atau diklik oleh penerimanya. Untuk melacak jumlah buka dan klik, Amazon Pinpoint membuat perubahan kecil pada email yang Anda kirim.

Pertama, Amazon Pinpoint menambahkan gambar kecil dan transparan ke akhir setiap email yang Anda kirim. Gambar ini di-host pada AWS server. Nama file gambar ini unik untuk setiap penerima. Ketika penerima membuka email, klien email mereka mengunduh file ini dari server kami. Ketika klien email mengunduh gambar pelacakan dari server kami, kami menghitungnya sebagai acara terbuka.

Kedua, Amazon Pinpoint menggantikan semua tautan di email Anda dengan tautan yang merujuk ke domain yang di-host oleh AWS. Tautan ini mencakup parameter yang unik untuk setiap penerima. Ketika penerima mengklik salah satu tautan ini, mereka pertama kali dikirim ke AWS-host domain, dan kemudian segera dialihkan ke tujuan yang dituju. Ketika penerima mengunjungi salah satu tautan pengalihan ini, kami menghitungnya sebagai peristiwa klik.

Jika penerima pesan mengklik beberapa tautan dalam pesan atau mengklik tautan yang sama lebih dari sekali, klik tersebut akan dihitung sebagai satu klik jika terjadi dalam jam yang sama. Beberapa klik yang terjadi pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai klik terpisah. Misalnya, tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu klik tetapi jika tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua klik karena jamnya telah berubah. Email terbuka dihitung dengan cara yang sama seperti klik.

Untuk melihat acara terbuka dan klik, Anda harus mengatur streaming acara. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat aliran acara, lihat [Pengaturan aliran acara](#).

Note

Jika Anda mengaktifkan streaming acara, Anda masih akan menerima peristiwa duplikat dan harus menangani duplikat tersebut dalam alur kerja Anda.

Jika server email penerima melakukan pemeriksaan validasi tautan maka pemeriksaan ini akan muncul sebagai peristiwa klik.

Mengelola saluran email Amazon Pinpoint

Anda memiliki opsi berikut untuk mengelola saluran email Anda dengan Amazon Pinpoint:

- Untuk mengaktifkan saluran email untuk proyek yang ada, atau memperbarui alamat email atau domain, Anda dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint.
- Untuk menambah kuota pengiriman email Anda, Anda dapat membuka kasus kenaikan kuota dengan AWS Support.

Topik

- [Memperbarui pengaturan email](#)
- [Mengelola kuota pengiriman email](#)
- [Mengelola daftar penindasan email](#)
- [Mengelola set konfigurasi](#)

Memperbarui pengaturan email

Anda dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk memperbarui setelan email untuk proyek. Misalnya, Anda dapat mengubah identitas terverifikasi yang terkait dengan proyek atau memverifikasi identitas baru untuk proyek tersebut.

Untuk memperbarui setelan email Anda

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada Semua proyek Halaman, pilih proyek yang ingin Anda perbarui untuk pengaturan email.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Email.
4. Pada Identitas tab, pilih Mengedit.
5. Di bawah Tipe Identitas, pilih tipe identitas yang ingin Anda tambahkan atau perbarui: Alamat email atau Domain.
6. Pilih apakah Anda ingin memperbarui identitas yang ada atau memverifikasi identitas baru.
7. Masukkan alamat email atau domain, lalu pilih Verifikasi.

Jika Anda memasukkan alamat email, Amazon Pinpoint mengirimkan email verifikasi ke alamat yang Anda masukkan. Ikuti petunjuk di email untuk menyelesaikan proses verifikasi.

Jika Anda memasukkan domain email, konsol akan menampilkan catatan TXT yang harus Anda tambahkan ke pengaturan DNS untuk domain Anda.

8. Ikuti petunjuk yang ditampilkan di konsol. Untuk informasi selengkapnya tentang memverifikasi alamat email atau domain, lihat [Memverifikasi identitas email](#).
9. Setelah selesai, pilih Simpan.

Mengelola kuota pengiriman email

Untuk mengatur jumlah pesan email yang dapat Anda kirim dan tingkat di mana Anda dapat mengirim mereka, Anda AWSakun telah mengirimkan kuota. Kuota ini menguntungkan semua pengguna Amazon Pinpoint karena mereka membantu menjaga hubungan tepercaya antara Amazon Pinpoint dan penyedia layanan Internet (ISP). Mereka membantu Anda secara bertahap meningkatkan aktivitas pengiriman Anda. Mereka mengurangi kemungkinan bahwa ISP akan memblokir email Anda karena tiba-tiba, lonjakan tak terduga dalam volume pengiriman email Anda atau tingkat.

Amazon Pinpoint menyediakan kuota pengiriman berikut untuk email:

Kuota pengiriman harian

Jumlah maksimum email yang dapat Anda kirim selama periode 24 jam. Kuota ini mencerminkan periode waktu bergulir. Setiap kali Anda mencoba mengirim email, Amazon Pinpoint memeriksa berapa banyak email yang Anda kirim selama 24 jam sebelumnya. Jika jumlah total email yang Anda kirim kurang dari kuota Anda, permintaan kirim Anda diterima dan email Anda terkirim. Jika Anda telah mengirim kuota penuh, permintaan kirim Anda ditolak dengan pengecualian pembatasan. Misalnya, jika kuota pengiriman harian Anda adalah 50.000, dan Anda mengirim 15.000 email selama 24 jam sebelumnya, maka Anda dapat langsung mengirim 35.000 email lagi. Jika Anda telah mengirim 50.000 email selama 24 jam sebelumnya, Anda tidak dapat mengirim lebih banyak email sampai beberapa gulungan pengiriman sebelumnya keluar dari jendela 24 jamnya.

Batas kuota pengiriman, tarif pengiriman, dan sandbox dibagi antara dua layanan di wilayah yang sama. Jika Anda menggunakan Amazon SES di us-east-1, dan Anda telah dihapus dari kotak pasir dan kuota/tarif pengiriman Anda meningkat, maka semua perubahan tersebut berlaku untuk akun Pinpoint Anda di us-east-1.

Tingkat pengiriman maksimum

Jumlah maksimum email yang dapat diterima Amazon Pinpoint dari akun Anda per detik. Anda dapat melebihi kuota ini untuk ledakan singkat, tetapi tidak untuk jangka waktu yang berkelanjutan.

Note

Tingkat di mana Amazon Pinpoint menerima pesan Anda mungkin kurang dari tingkat pengiriman maksimum.

Ketika akun Anda berada di kotak pasir Amazon Pinpoint, kuota pengiriman Anda adalah 200 pesan per periode 24 jam dan tarif pengiriman maksimum Anda adalah satu pesan per detik. Untuk meningkatkan nilai-nilai ini, Anda bisa [meminta akses produksi untuk email](#). Setelah akun Anda keluar dari kotak pasir dan Anda mulai mengirim email, Anda dapat meningkatkan kuota Anda lebih lanjut dengan mengirimkan permintaan kenaikan kuota keAWS Support.

Meningkatkan kuota pengiriman Anda

Ketika akun Anda keluar dari kotak pasir, kuota pengiriman Anda meningkat jika Anda mengirim konten berkualitas tinggi dan kami mendeteksi bahwa pemanfaatan Anda mendekati kuota Anda saat ini. Seringkali, sistem secara otomatis meningkatkan kuota Anda, dan tidak diperlukan tindakan lebih lanjut.

Jika kuota yang ada tidak memadai untuk kebutuhan Anda dan sistem tidak menambah kuota Anda secara otomatis, Anda dapat membuka kasus kenaikan kuota Amazon Pinpoint diAWSPusat Dukungan.

Penting

- Rencanakan ke depan. Waspadaai kuota pengiriman Anda dan cobalah untuk tetap berada di dalamnya. Jika Anda mengantisipasi membutuhkan kuota yang lebih tinggi daripada sistem yang dialokasikan, buka kasus kenaikan kuota Amazon Pinpoint jauh sebelum tanggal ketika Anda membutuhkan kuota yang lebih tinggi.
- Jika Anda mengantisipasi perlu mengirim lebih dari satu juta email per hari, Anda harus membuka kasus peningkatan kuota Amazon Pinpoint.

Agar Amazon Pinpoint dapat meningkatkan kuota pengiriman Anda, gunakan panduan berikut:

- Kirim konten berkualitas tinggi- Kirim konten yang diinginkan dan diharapkan penerima.
- Kirim konten produksi nyata- Kirim email produksi Anda yang sebenarnya. Hal ini memungkinkan Amazon Pinpoint untuk mengevaluasi pola pengiriman Anda secara akurat, dan memverifikasi bahwa Anda mengirimkan konten berkualitas tinggi.
- Kirim dekat kuota harian Anda saat ini— Jika volume Anda tetap dekat dengan kuota pengiriman harian Anda tanpa melebihi itu, Amazon Pinpoint mendeteksi pola penggunaan ini dan dapat secara otomatis meningkatkan kuota Anda.
- Memiliki tingkat bouncing dan keluhan yang rendah— Cobalah untuk meminimalkan jumlah bouncing dan keluhan. Jumlah bouncing dan keluhan yang tinggi dapat berdampak buruk pada kuota pengiriman Anda.

Penting


Jika Anda mengirim email pengujian ke alamat email Anda sendiri, email tersebut dapat berdampak buruk pada metrik pentalan dan keluhan Anda, atau muncul sebagai konten berkualitas rendah ke filter kami. Bila memungkinkan, gunakan simulator kotak surat Amazon Simple Email Service (Amazon SES) untuk menguji sistem Anda. Email yang dikirim ke simulator kotak surat tidak dihitung terhadap metrik pengiriman Anda atau tingkat pentalan dan keluhan Anda. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Menguji pengiriman email di Amazon SES](#).

Meminta kenaikan kuota

Untuk meminta kuota pengiriman yang lebih tinggi untuk Amazon Pinpoint, buka kasus di AWS Pusat Dukungan dengan menggunakan petunjuk berikut.

Untuk meminta kenaikan kuota pengiriman

1. Masuk ke AWS Management Console di <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada Buka kasus dukungantab, pilih Buat kasus.
4. Pilih Mencari batas layanan meningkat?tautan.
5. Untuk Jenis batas, pilih Tentukan Email.
6. (Opsional) Lengkapi informasi berikut:

- Untuk Jenis Surat, pilih jenis email yang Anda kirim. Jika beberapa nilai berlaku, pilih opsi yang berlaku untuk sebagian besar email yang Anda kirim.
 - Untuk URL Situs Web, masukkan URL situs web Anda. Memberikan informasi ini membantu kami lebih memahami jenis konten yang Anda kirim.
 - Untuk Jelaskan, secara rinci, bagaimana Anda hanya akan mengirim ke penerima yang secara khusus meminta email Anda, jelaskan bagaimana Anda memastikan bahwa Anda mengirim email hanya kepada penerima yang ingin menerima email dari Anda.
 - Untuk Jelaskan secara rinci proses yang akan Anda ikuti saat menerima pemberitahuan bouncing dan keluhan, jelaskan bagaimana Anda memproses bouncing dan keluhan tentang email yang Anda kirim.
 - Untuk Akankah Anda mematuhi Syarat Layanan dan AUP AWS, pilih opsi yang berlaku untuk kasus penggunaan Anda.
7. Di bawah Permintaan lengkap yang berikut ini:
- Untuk Region, pilih AWS Wilayah tempat permintaan Anda berlaku.
 - Untuk Batas, pilih salah satu opsi berikut:
 - Untuk menambah jumlah pesan yang dapat Anda kirim per hari, pilih Kuota Pengiriman Email Harian yang Diinginkan.
 - Untuk menambah jumlah pesan yang dapat Anda kirim per detik, pilih Tingkat Kirim Email Maksimum yang Diinginkan.
 - Untuk Nilai batas baru, masukkan jumlah baru yang Anda minta untuk kuota. Minta hanya jumlah yang Anda pikir Anda perlukan. Kami tidak dapat menjamin bahwa Anda akan menerima jumlah yang Anda minta. Semakin besar permintaan Anda, semakin banyak pembenaran yang perlu Anda berikan agar permintaan Anda diberikan.
-  **Note**

Permintaan Anda hanya berlaku untuk AWS Wilayah yang Anda pilih di awal langkah ini. Untuk meminta kenaikan kuota untuk yang lain AWS Wilayah, pilih Tambahkan permintaan lain. Lalu selesaikan kolom Wilayah, Batasan, dan Nilai batas baru untuk Wilayah tambahan. Ulangi proses ini untuk setiap Wilayah yang ingin Anda minta kenaikan kuota.
8. Di bawah Deskripsi kasus, untuk Gunakan deskripsi kasus, jelaskan bagaimana Anda mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint, sedetail mungkin. Misalnya, jelaskan jenis email yang

Anda kirim dan bagaimana mereka cocok dengan bisnis Anda. Semakin Anda menunjukkan bahwa Anda mengirim pesan email berkualitas tinggi kepada penerima yang menginginkan dan mengharapkannya, semakin besar kemungkinan kami menyetujui permintaan Anda.

9. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih bahasa yang ingin Anda terima komunikasi untuk kasus ini.
10. Setelah selesai, pilih Kirim.

Tim Support AWS memberikan respons awal atas permintaan Anda dalam 24 jam.

Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami harus mempertimbangkan setiap permintaan dengan hati-hati. Jika kami dapat melakukannya, kami akan memberikan permintaan Anda dalam periode 24 jam ini. Namun, jika kami perlu mendapatkan informasi tambahan dari Anda, mungkin diperlukan waktu lebih lama untuk menyelesaikan permintaan Anda.

Kami mungkin tidak dapat memberikan permintaan Anda jika kasus penggunaan Anda tidak sesuai dengan kebijakan kami.

Memeriksa status permintaan Anda

Setelah Anda mengirimkan permintaan Anda, kami meninjau kasus Anda. Untuk memeriksa status permintaan Anda, selesaikan langkah-langkah berikut.

Untuk mengecek status permintaan kenaikan kuota

1. Masuk ke AWS Management Console di <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada Buka kasus dukungantab, pilih Lihat semua kasus.
4. Di bawah Riwayat kasus, pilih kasus permintaan kenaikan kuota pengiriman.
5. Tinjau pesan di Korespondensibagian. Pesan di bagian ini memberi tahu Anda apakah permintaan Anda diterima atau ditolak. Jika permintaan Anda diterima, pesan akan menentukan kuota pengiriman harian dan per detik.

Jika akun Anda ada di kotak pasir email dan Anda diberikan kenaikan kuota pengiriman, akun Anda secara otomatis dikeluarkan dari kotak pasir. Setelah akun keluar dari kotak pasir, Anda dapat mengirim email ke alamat yang tidak diverifikasi. Namun, Anda tetap harus memverifikasi alamat pengiriman dan domain Anda.

Seiring waktu, kami akan secara bertahap meningkatkan kuota pengiriman Anda. Jika kebutuhan Anda melebihi kenaikan bertahap, Anda dapat membuka permintaan lain untuk meningkatkan kuota pengiriman Anda.

Mengelola daftar penindasan email

Saat Anda mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint dan email tersebut memantul atau menghasilkan keluhan spam, alamat email penerima secara otomatis ditambahkan ke daftar penindasan. Daftar penindasan ini hanya berlaku untuk AndaAWSakun. Jika alamat email ada di daftar penindasan untuk akun Anda, dan Anda mencoba mengirim email ke akun tersebut, Amazon Pinpoint menerima pesan tersebut, namun tidak mencoba mengirimkannya.

Anda dapat mengelola pengaturan untuk daftar penekanan di konsol Amazon SES. Bagian ini berisi informasi tentang mengubah pengaturan ini.

Mengubah pengaturan daftar penindasan

Anda dapat mengonfigurasi bagaimana daftar penindasan berperilaku dengan mengubah tindakan yang menyebabkan alamat email ditambahkan ke daftar penindasan. Alamat dapat secara otomatis ditambahkan ke daftar penindasan ketika mereka menghasilkan acara bouncing, keluhan, atau keduanya. Anda juga dapat menonaktifkan daftar penekanan sama sekali.

Mengubah pengaturan daftar penindasan

1. Buka konsol Amazon SES di <https://console.aws.amazon.com/sesv2>.
2. Di bawah Konfigurasi, pilih Daftar penekanan.
3. Di Pengaturan tingkat akun bagian, pilih Mengedit.
4. Di bawah Pengaturan daftar penekanan, pilih jenis kejadian yang menyebabkan alamat ditambahkan ke daftar penindasan. Sebagai alternatif, jika Anda ingin menonaktifkan daftar penekanan tingkat akun, kosongkan daftar penekanan tingkat akun, hapus Diaktifkan kotak.
5. Setelah selesai, pilih Simpan perubahan.

Melihat daftar alamat yang ada di daftar penekanan

Di konsol Amazon SES, Anda dapat melihat daftar semua alamat yang ada di daftar penekanan untuk akun Anda. Anda juga dapat melihat alasan bahwa alamat tertentu ditambahkan ke daftar penindasan, dan tanggal yang ditambahkan.

Untuk informasi selengkapnya, lihat [Melihat daftar alamat yang ada di daftar penekanan tingkat akundi](#) Amazon Simple Email Service.

Menghapus alamat dari daftar penindasan

Anda dapat menghapus alamat dari daftar penekanan secara individual atau dalam jumlah besar. Fitur ini sangat membantu ketika Anda ingin memilih pelanggan berdasarkan permintaan, atau ketika Anda mengirim email uji ke alamat yang Anda tahu valid.

Untuk informasi tentang menghapus alamat secara terpisah, lihat [Menghapus alamat email dari daftar penekanan tingkat akundi](#) Amazon Simple Email Service.

Untuk informasi tentang menghapus alamat secara massal, lihat [Menghapus alamat email dalam jumlah besar dari daftar penekanan tingkat akundi](#) Amazon Simple Email Service.

Menambahkan alamat ke daftar penindasan

Anda juga dapat menambahkan alamat dari daftar penindasan secara individual atau dalam jumlah besar. Fitur ini sangat membantu ketika Anda ingin memigrasikan preferensi opt-in yang ada ke Amazon Pinpoint, atau ketika Anda ingin memilih pelanggan keluar berdasarkan permintaan.

Untuk informasi tentang menambahkan alamat secara individual, lihat [Menambahkan alamat penyuratan email individu secara manual ke daftar penekanan tingkat akundi](#) Amazon Simple Email Service.

Untuk informasi tentang menambahkan alamat secara massal, lihat [Menambahkan alamat email dalam jumlah besar ke daftar penekanan tingkat akundi](#) Amazon Simple Email Service.

Mengelola set konfigurasi

Set konfigurasi adalah grup aturan yang dapat Anda terapkan ke email yang Anda kirimkan. Ketika Anda menerapkan set konfigurasi ke email, semua aturan dalam set konfigurasi tersebut akan diterapkan ke email. Misalnya, Anda dapat mengonfigurasi kumpulan konfigurasi sehingga email hanya dikirim menggunakan sekelompok alamat IP (dikenal sebagai kumpulan IP) yang Anda tentukan.

Anda dapat menggunakan set konfigurasi di Amazon Pinpoint dan Amazon Simple Email Service (Amazon SES). Set aturan konfigurasi yang Anda konfigurasikan di Amazon SES juga diterapkan ke pesan email yang Anda kirimkan menggunakan Amazon Pinpoint.

Anda dapat melihat daftar set konfigurasi untuk akun Anda di konsol Amazon Pinpoint. Namun, Anda harus menggunakan Amazon SES untuk mengatur dan mengelola set konfigurasi. Untuk

informasi selengkapnya tentang membuat set konfigurasi, lihat [Membuat set konfigurasi](#) di Panduan Pengembang Layanan Email Amazon Simple.

Melihat daftar set konfigurasi

Untuk melihat daftar set konfigurasi di konsol Amazon Pinpoint

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah Email, pilih Set konfigurasi.

Menerapkan set konfigurasi ke identitas email

Untuk menggunakan set konfigurasi dengan Amazon Pinpoint, Anda harus menentukan set konfigurasi default untuk identitas email (yaitu, alamat email atau domain) yang Anda gunakan untuk mengirim email melalui Amazon Pinpoint. Anda dapat menyiapkan set konfigurasi default di konsol Amazon SES.

Bila Anda menetapkan set konfigurasi default untuk identitas, semua email yang Anda kirim melalui identitas tersebut dikirim menggunakan set konfigurasi tersebut, kecuali jika Anda menentukan yang berbeda. Saat ini, Amazon Pinpoint tidak memungkinkan Anda untuk menentukan set konfigurasi yang berbeda, jadi satu-satunya cara untuk menggunakan set konfigurasi adalah dengan menentukan set konfigurasi default.

Note

Prosedur berikut menganggap Anda telah memverifikasi identitas. Identitas yang Anda verifikasi di Amazon SES tersedia di Amazon Pinpoint, dan sebaliknya. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memverifikasi identitas email](#).

Prosedur ini juga mengasumsikan bahwa Anda telah membuat set konfigurasi.

Untuk menentukan set konfigurasi default untuk identitas

1. Buka konsol Amazon SES di <https://console.aws.amazon.com/ses/>.
2. Di panel navigasi, di bawah Konfigurasi, pilih Identitas yang terverifikasi.
3. Di daftar identitas, pilih identitas yang ingin Anda tentukan untuk set konfigurasi default.
4. Pada tab Set konfigurasi, pilih Edit.
5. Pilih Tetapkan set konfigurasi default.

6. Untuk Set konfigurasi default, pilih set konfigurasi yang ingin Anda gunakan untuk identitas ini, lalu pilih Simpan perubahan.

Mengirim email di Amazon Pinpoint

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirimkan email, selesaikan prosedur tersebut [Menyiapkan saluran email Amazon Pinpoint](#).

Ada beberapa jenis email yang dapat Anda kirim menggunakan Amazon Pinpoint: email berbasis kampanye, email berbasis perjalanan, dan email transaksional. Email berbasis kampanye adalah pesan yang dikirim baik satu kali atau pada jadwal berulang, dan target pelanggan berdasarkan atribut mereka. Email berbasis perjalanan adalah pesan yang dikirim ketika peserta dalam perjalanan tiba di aktivitas email sebagai bagian dari alur kerja yang lebih besar. Email Transaksional dikirim satu kali saja, dan biasanya dikirim sebagai tanggapan terhadap tindakan lain yang terjadi. Misalnya, Anda dapat menggunakan pesan transaksional untuk mengirim email saat pelanggan memilih tautan “Lupa kata sandi saya” di aplikasi Anda, atau untuk mengirim konfirmasi saat pelanggan melakukan pemesanan di situs Anda.

Di Amazon Pinpoint, Anda biasanya menggunakan konsol manajemen berbasis web untuk mengirim email berbasis kampanye dan email berbasis perjalanan, sedangkan email transaksional biasanya dikirim dari aplikasi yang menggunakan AWS SDK atau hubungi API Amazon Pinpoint secara langsung.

Ketika Anda mengirim email berbasis kampanye, Anda pertama kali membuat [segmen](#). Segmen adalah sekelompok penerima untuk kampanye. Selanjutnya, Anda membuat kampanye. Di Amazon Pinpoint, kampanye terdiri dari satu atau lebih segmen target, pesan, dan jadwal pengiriman untuk pesan tersebut. Untuk mempelajari cara membuat kampanye, lihat [Kampanye](#).

Ketika Anda mengirim email berbasis perjalanan, Anda juga mulai dengan membuat [segmen](#). Segmen adalah sekelompok peserta dalam perjalanan. Selanjutnya, Anda membuat template email untuk setiap pesan yang Anda inginkan aktivitas dalam perjalanan untuk mengirim. Kemudian, Anda membuat perjalanan. Untuk mempelajari cara membuat perjalanan, lihat [Perjalanan](#).

Untuk mengirim email transaksional, Anda dapat menggunakan `SendMessage` pengoperasian API Amazon Pinpoint. Untuk mempelajari selengkapnya tentang penggunaan API Amazon Pinpoint, lihat [Referensi Amazon Pinpoint API](#). Untuk contoh kode yang menunjukkan cara mengirim email menggunakan berbagai AWS SDK, lihat [Mengirim pesan email transaksional](#) di dalam Panduan Developer Amazon Pinpoint.

Menggunakan alamat IP khusus dengan Amazon Pinpoint

Ketika Anda membuat akun Amazon Pinpoint baru, email Anda dikirim dari alamat IP yang dibagi dengan pengguna Amazon Pinpoint lainnya. Untuk [biaya tambahan bulanan](#), Anda dapat menyewa alamat IP khusus yang disediakan untuk penggunaan eksklusif Anda. Kedua opsi ini menawarkan manfaat dan kekurangan yang unik, yang diringkas dalam tabel berikut.

Manfaat	Alamat IP bersama	Alamat IP khusus
Siap digunakan tanpa penyiapan tambahan	Ya	Tidak
Reputasi dikelola oleh AWS	Ya	Tidak
Baik untuk pelanggan dengan pola pengiriman yang berkelanjutan dan dapat diprediksi	Ya	Ya
Baik untuk pelanggan dengan pola pengiriman yang kurang dapat diprediksi	Ya	Tidak
Baik untuk pengirim bervolume tinggi	Ya	Ya
Baik untuk pengirim bervolume rendah	Ya	Tidak
Biaya tambahan bulanan	Tidak	Ya
Kontrol penuh atas reputasi pengirim	Tidak	Ya
Isolasi reputasi berdasarkan tipe email, penerima, atau faktor lainnya	Tidak	Ya

Manfaat	Alamat IP bersama	Alamat IP khusus
Menyediakan alamat IP yang diketahui yang tidak pernah berubah	Tidak	Ya

Important

Jika Anda tidak berencana mengirim email dalam jumlah besar secara teratur dan dapat diprediksi, sebaiknya gunakan alamat IP bersama. Jika Anda menggunakan alamat IP khusus yang melibatkan pengiriman surat dalam volume rendah, atau jika pola pengiriman Anda sangat tidak teratur, Anda mungkin mengalami masalah kemampuan pengiriman.

Kemudahan penyiapan

Jika Anda memilih untuk menggunakan alamat IP bersama, Anda tidak perlu melakukan konfigurasi tambahan apa pun. Akun Amazon Pinpoint Anda siap untuk mengirim email sesegera mungkin setelah Anda memverifikasi alamat email dan pindah dari sandbox.

Jika Anda memilih untuk menyewakan alamat IP khusus, Anda harus menentukan berapa banyak alamat IP khusus yang Anda butuhkan, kirimkan permintaan, dan opsional [membuat kolam IP khusus](#).

Reputasi dikelola oleh AWS

reputasi alamat IP sebagian besar didasarkan pada pola dan volume pengiriman historis. Alamat IP yang mengirimkan volume email yang konsisten selama jangka waktu yang lama biasanya memiliki reputasi yang bagus.

Alamat IP bersama digunakan oleh beberapa pelanggan Amazon Pinpoint. Bersama-sama, pelanggan ini mengirim email dalam volume yang besar. AWS berhati-hati dalam mengelola lalu lintas keluar ini untuk memaksimalkan reputasi alamat IP bersama.

Jika Anda menggunakan alamat IP khusus, maka Anda bertanggung jawab untuk mempertahankan reputasi pengirim dengan mengirimkan volume email yang konsisten dan dapat diprediksi.

Prediktabilitas pola pengiriman

Alamat IP dengan riwayat pengiriman email yang konsisten memiliki reputasi yang lebih baik daripada alamat email yang tiba-tiba mulai mengirimkan email dalam volume besar tanpa riwayat pengiriman sebelumnya.

Jika pola pengiriman email Anda tidak teratur—artinya, mereka tidak mengikuti pola yang dapat diprediksi—maka alamat IP bersama mungkin lebih sesuai dengan kebutuhan Anda. Ketika Anda menggunakan alamat IP bersama, Anda dapat meningkatkan atau mengurangi pola pengiriman email sesuai tuntutan situasi.

Jika Anda menggunakan alamat IP khusus, maka Anda harus menyiapkan alamat tersebut dengan mengirimkan jumlah email yang meningkat secara bertahap setiap harinya. Proses persiapan alamat IP baru dijelaskan dalam [Menyiapkan alamat IP khusus](#). Setelah alamat IP khusus Anda disiapkan, Anda harus mempertahankan pola pengiriman yang konsisten.

Volume email keluar

Alamat IP khusus paling sesuai untuk pelanggan yang mengirim email dalam volume besar. Sebagian besar penyedia layanan internet (ISP) hanya melacak reputasi alamat IP yang diberikan jika mereka menerima volume surat yang signifikan dari alamat tersebut. Untuk setiap ISP yang ingin Anda tumbuhkan reputasinya, Anda harus mengirim beberapa ratus email dalam jangka waktu 24 jam setidaknya satu kali per bulan.

Dalam beberapa kasus, Anda mungkin dapat menggunakan alamat IP khusus jika tidak mengirim email dalam volume besar. Misalnya, alamat IP khusus dapat berfungsi dengan baik jika Anda mengirim ke grup penerima kecil yang ditentukan dengan baik dan server suratnya menerima atau menolak email menggunakan daftar alamat IP tertentu, bukan reputasi alamat IP.

Biaya tambahan

Penggunaan alamat IP bersama disertakan dalam harga Amazon Pinpoint standar. Penyewaan alamat IP khusus dikenakan biaya bulanan tambahan di luar biaya standar yang terkait dengan pengiriman email menggunakan Amazon Pinpoint. Setiap alamat IP khusus akan dikenakan biaya bulanan terpisah. Untuk informasi harga, lihat [Halaman harga Amazon Pinpoint](#).

Kontrol atas reputasi pengirim

Ketika Anda menggunakan alamat IP khusus, akun Amazon Pinpoint Anda adalah satu-satunya yang mampu mengirim email dari alamat tersebut. Untuk alasan ini, reputasi pengirim alamat IP khusus yang Anda sewa ditentukan oleh praktik pengiriman email Anda.

Kemampuan untuk mengisolasi reputasi pengirim

Dengan menggunakan alamat IP khusus, Anda dapat mengisolasi reputasi pengirim untuk komponen program email Anda yang berbeda. Jika Anda menyewakan lebih dari satu alamat IP khusus untuk digunakan dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat membuat kolom IP khusus—grup alamat IP khusus yang dapat digunakan untuk mengirim tipe email tertentu. Misalnya, Anda dapat membuat satu kolom alamat IP khusus untuk mengirim email pemasaran, dan satu lagi untuk mengirim email transaksional. Untuk mempelajari selengkapnya, lihat [Membuat kolom IP khusus](#).

Diketahui, alamat IP yang tidak berubah

Ketika Anda menggunakan alamat IP khusus, Anda dapat menemukan nilai-nilai alamat yang mengirim email Anda di IP Khusus halaman konsol Amazon Pinpoint. Alamat IP khusus tidak berubah.

Dengan alamat IP bersama, Anda tidak tahu alamat IP yang digunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim email Anda, dan alamat tersebut dapat berubah kapan saja.

Meminta dan melepaskan alamat IP khusus

Bagian ini menjelaskan cara meminta dan melepaskan alamat IP khusus dengan mengirimkan permintaan pada [Pusat AWS Support](#). Kami membebankan biaya bulanan tambahan ke akun Anda untuk setiap alamat IP khusus yang Anda sewa untuk digunakan dengan Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya tentang biaya yang terkait dengan alamat IP khusus, lihat [harga Amazon Pinpoint](#).

Praktik terbaik untuk bekerja dengan alamat IP khusus

Meskipun tidak ada komitmen minimum, kami merekomendasikan Anda menyewa lebih dari satu alamat IP khusus di setiap AWS Wilayah tempat Anda menggunakan Amazon Pinpoint. Setiap AWS Wilayah terdiri dari beberapa lokasi fisik, disebut Availability Zone. Ketika Anda menyewa lebih dari satu alamat IP khusus, kami mendistribusikan alamat tersebut serata mungkin di seluruh Availability Zone di AWS Wilayah yang Anda tentukan dalam permintaan Anda. Pendistribusian alamat IP khusus Anda di seluruh Availability Zone dengan cara ini dapat meningkatkan ketersediaan dan redundansi alamat IP khusus Anda.

Untuk daftar semua Wilayah tempat Amazon Pinpoint tersedia saat ini, lihat [titik akhir dan kuota Amazon Pinpoint](#) di Referensi Umum Amazon Web. Untuk mempelajari selengkapnya tentang jumlah Availability Zone yang tersedia di setiap Wilayah, lihat [infrastrukturAWS global](#).


Meminta alamat IP khusus

Langkah-langkah berikut menunjukkan cara meminta alamat IP khusus dengan membuat kasus di PusatAWS Support. Anda dapat menggunakan proses ini untuk meminta alamat IP khusus sebanyak yang Anda butuhkan.

Untuk meminta alamat IP khusus

1. Masuk ke AWS Management Console di <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Di tab My support cases (Kasus dukungan saya), pilih Create case (Buat kasus).
4. Di bawah Create case, pilih Peningkatan kuota Layanan.
5. Di bawah Klasifikasi kasus, lengkapi bagian berikut:
 - Untuk jenis Kuota, pilih Pinpoint Email.
 - Untuk Tipe Email, pilih tipe email yang akan dikirim menggunakan alamat IP khusus Anda. Jika beberapa nilai berlaku, pilih opsi yang berlaku untuk sebagian besar email yang akan dikirim.
 - Untuk URL Situs Web, masukkan URL situs web Anda. Menyediakan informasi ini membantu kami lebih memahami tipe konten yang Anda rencanakan untuk dikirim.
 - Untuk Jelaskan secara rinci bagaimana Anda hanya akan mengirim ke penerima yang secara khusus meminta email Anda, jelaskan bagaimana Anda akan memastikan bahwa Anda menggunakan alamat IP khusus untuk mengirim email hanya kepada penerima yang ingin menerima email dari Anda.
 - Untuk Penjelasan secara detail tentang proses yang akan Anda ikuti ketika menerima notifikasi pentalan dan aduan, jelaskan proses pentalan dan aduan tentang email yang akan dikirim menggunakan alamat IP khusus Anda.
 - Untuk Akankah Anda mematuhi Syarat Layanan dan AUP AWS, pilih opsi yang berlaku untuk kasus penggunaan Anda.
6. Di bawah Permintaan, lengkapi bagian berikut:
 - Untuk Wilayah, pilihAWS Wilayah tempat permintaan Anda berlaku.
 - Untuk Kuota, pilih Harga Kirim Email Maksimum yang Diinginkan.

- Untuk Nilai kuota baru, masukkan jumlah maksimum pesan yang harus Anda kirim per detik. Kami menggunakan nilai ini untuk menghitung jumlah alamat IP khusus yang perlu Anda terapkan untuk kasus penggunaan Anda. Untuk alasan ini, perkiraan yang Anda berikan harus seakurat mungkin.

 Note

Sebuah alamat IP khusus tunggal hanya dapat digunakan di AWS Wilayah yang Anda pilih di langkah ini. Jika Anda ingin meminta alamat IP khusus untuk digunakan di AWS Wilayah lain, pilih Tambahkan permintaan lain. Kemudian lengkapi bidang Region, Quota, dan New quota value untuk Region tambahan. Ulangi proses ini untuk setiap Wilayah tempat Anda ingin menggunakan alamat IP khusus.

7. Di bawah Deskripsi kasus, untuk Deskripsi kasus penggunaan, nyatakan bahwa Anda ingin meminta alamat IP khusus. Sebutkan juga, Jika Anda ingin meminta sejumlah alamat IP khusus. Jika Anda tidak menentukan jumlah alamat IP khusus, kami berikan jumlah alamat IP khusus yang diperlukan untuk memenuhi persyaratan tingkat pengiriman yang Anda tentukan di langkah sebelumnya.

Selanjutnya, jelaskan rencana Anda menggunakan alamat IP khusus untuk mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint. Sertakan informasi tentang alasan Anda ingin menggunakan alamat IP khusus ketimbang alamat IP bersama. Informasi ini membantu kami memahami kasus penggunaan Anda dengan lebih baik.

8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
9. Setelah selesai, pilih Kirim.

Setelah Anda mengirimkan formulir, kami akan mengevaluasi permintaan Anda. Jika kami mengabulkan permintaan Anda, maka kami membalas kasus Anda di Pusat Dukungan guna mengonfirmasi bahwa alamat IP khusus baru Anda terkait dengan akun Anda.

Melepaskan alamat IP khusus

Jika Anda tidak lagi memerlukan alamat IP khusus yang terkait dengan akun Anda, Anda dapat melepaskannya dengan menyelesaikan langkah-langkah berikut.

⚠ Important

Proses pelepasan alamat IP khusus tidak dapat dibalik. Jika Anda melepaskan alamat IP khusus di pertengahan bulan, kami mempro rata biaya penggunaan IP khusus bulanan, berdasarkan jumlah hari yang telah berlalu dalam bulan yang berjalan.

Untuk melepaskan alamat IP khusus

1. Masuk ke AWS Management Console di <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Di tab My support cases (Kasus dukungan saya), pilih Create case (Buat kasus).
4. Di bawah Create case, pilih Peningkatan kuota Layanan.
5. Di bawah Klasifikasi kasus, lengkapi bagian berikut:
 - Untuk jenis Kuota, pilih Pinpoint Email.
 - Untuk Tipe Mail, pilih nilai apapun.
 - Untuk Akankah Anda mematuhi SyaratAWS Layanan dan AUP, pilih opsi yang berlaku untuk kasus penggunaan Anda.
6. Di bawah Permintaan, lengkapi bagian berikut:
 - Untuk Wilayah, pilihAWS Wilayah tempat permintaan Anda berlaku.

ℹ Note

Alamat IP khusus unik untuk setiapAWS Wilayah, jadi penting untuk memilih Wilayah yang terkait dengan alamat IP khusus.

- Untuk Kuota, pilih Harga Kirim Email Maksimum yang Diinginkan.
- Untuk Nilai kuota baru, masukkan nomor apapun. Nomor yang Anda masukkan di sini tidak penting—Anda menentukan jumlah alamat IP khusus yang ingin Anda lepaskan di langkah berikutnya.

Note

Sebuah alamat IP khusus tunggal dapat digunakan di AWS Wilayah tunggal. Jika Anda ingin melepaskan alamat IP khusus yang Anda gunakan di AWS Wilayah lain, pilih Tambahkan permintaan lain. Kemudian lengkapi bidang Region, Quota, dan New quota value untuk Region tambahan. Ulangi proses ini untuk setiap alamat IP khusus yang ingin Anda lepaskan.

7. Di bawah Deskripsi kasus, untuk Deskripsi kasus penggunaan, menunjukkan bahwa Anda ingin melepaskan alamat IP khusus. Jika Anda saat ini menyewa lebih dari satu alamat IP khusus, sertakan jumlah alamat IP khusus yang ingin Anda lepaskan.
8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
9. Setelah selesai, pilih Kirim.

Setelah kami menerima permintaan Anda, kami mengirimkan pesan yang meminta Anda untuk mengonfirmasi bahwa Anda ingin melepaskan alamat IP khusus Anda. Setelah mengonfirmasi bahwa Anda ingin melepaskan alamat IP, kami akan menghapusnya dari akun Anda.

Melihat daftar alamat IP khusus yang terkait dengan akun Anda

Anda dapat melihat daftar alamat IP khusus yang terkait dengan akun Amazon Pinpoint Anda di saat ini Wilayah AWS. Alamat IP ini tersedia untuk digunakan dengan Amazon Pinpoint dan Amazon Simple Email Service (Amazon SES).

Anda juga dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk menentukan dengan cepat apakah ada alamat IP khusus Anda telah terdaftar di Daftar Blackhole Berbasis Sistem Nama Domain (DNSBL). DNSBL juga disebut Daftar Realtime (RBL), daftar, blocklist, atau daftar hitam). DNSBL adalah daftar alamat IP yang dicurigai mengirim spam, konten berbahaya, atau pesan lain yang tidak diminta. DNSBL yang berbeda memiliki dampak yang berbeda pada kemampuan pengiriman email. Daftar yang ditawarkan oleh Spamhaus memiliki dampak paling serius pada pengiriman email.

Untuk melihat daftar IP khusus di akun Anda

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, Email, pilih IP Khusus.

Daftar alamat IP juga mencakup informasi berikut:

Tanggal daftar

Jika alamat IP saat ini terdaftar di DNSBL, bidang ini menunjukkan tanggal saat ini ditambahkan.

Reputasi

Deskripsi tentang kesehatan alamat IP.

Nama yang masuk daftar hitam

Jika alamat IP saat ini terdaftar di DNSBL, bidang ini menunjukkan nama daftar yang dicantumkan pada DNSBL.

Alasan daftar blokir

Jika alamat IP saat ini terdaftar di DNSBL, bidang ini menampilkan alasan alamat ditambahkan ke daftar. Teks ini disediakan oleh penyedia daftar itu sendiri. Beberapa penyedia menawarkan penjelasan rinci, sementara yang lain menawarkan informasi umum.

Menyiapkan alamat IP khusus

Ketika menentukan apakah menerima atau menolak sebuah pesan, penyedia layanan email mempertimbangkan reputasi alamat IP yang mengirimkan pesannya. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap reputasi alamat IP adalah apakah alamat IP tersebut memiliki riwayat pengiriman email berkualitas tinggi. Penyedia email cenderung tidak menerima email dari alamat IP baru yang memiliki sedikit atau sama sekali tidak memiliki riwayat. E-mail yang dikirim dari alamat IP yang memiliki sedikit atau sama sekali tidak memiliki riwayat mungkin diletakkan di folder email sampah penerima, atau mungkin diblokir.

Ketika Anda mulai mengirim email dari alamat IP baru, Anda harus secara bertahap meningkatkan jumlah email yang Anda kirim dari alamat tersebut sebelum menggunakannya pada kapasitas penuh. Proses ini disebut penyiapan Alamat IP.

Waktu yang diperlukan untuk menyiapkan alamat IP bervariasi antara penyedia email. Untuk beberapa penyedia email, Anda dapat membangun reputasi positif dalam waktu sekitar dua minggu, sedangkan untuk yang lain mungkin memerlukan waktu hingga enam minggu. Saat melakukan penyiapan alamat IP baru, Anda harus mengirim email ke pengguna yang paling aktif guna memastikan bahwa tingkat aduan Anda tetap rendah. Anda juga harus berhati-hati memeriksa pesan

pentalan dan mengirim lebih sedikit email jika Anda menerima sejumlah besar notifikasi pemblokiran atau throttling.

Menyiapkan alamat IP khusus secara otomatis

Ketika Anda meminta alamat IP khusus, Amazon Pinpoint secara otomatis menyiapkan alamat IP untuk meningkatkan penyampaian email yang Anda kirim. Fitur persiapan alamat IP secara otomatis diaktifkan secara default.

Langkah-langkah yang terjadi selama proses persiapan otomatis tergantung pada sudah atau belum Anda memiliki alamat IP khusus:

- Ketika Anda meminta alamat IP khusus untuk pertama kalinya, Amazon Pinpoint mendistribusikan email Anda mengirim antara alamat IP khusus Anda dan satu set alamat yang dibagi dengan pelanggan Amazon Pinpoint lainnya. Amazon Pinpoint secara bertahap meningkatkan jumlah pesan yang dikirim dari alamat IP khusus Anda dari waktu ke waktu.
- Jika Anda sudah memiliki alamat IP khusus, Amazon Pinpoint mendistribusikan email Anda yang terkirim di antara IP khusus yang sudah ada (yang sudah disiapkan) dan IP khusus baru Anda (yang belum disiapkan). Amazon Pinpoint secara bertahap meningkatkan jumlah pesan yang dikirim dari alamat IP khusus baru Anda dari waktu ke waktu.

Setelah Anda menyiapkan alamat IP khusus, Anda harus mengirim sekitar 1.000 email setiap hari ke setiap penyedia email yang ingin Anda pertahankan untuk reputasi positif. Anda harus melakukan tugas ini pada setiap alamat IP khusus yang Anda gunakan dengan Amazon Pinpoint.

Anda harus menghindari pengiriman email dengan volume besar segera setelah proses persiapan selesai. Sebagai gantinya, tingkatkan perlahan jumlah email yang Anda kirim hingga mencapai target volume. Jika penyedia email melihat peningkatan besar dan peningkatan secara tiba-tiba pada jumlah email yang dikirim dari alamat IP, maka penyedia email dapat memblokir atau menghambat penyampaian pesan dari alamat tersebut.

Membuat kolam IP khusus

Jika Anda membeli beberapa alamat IP khusus untuk digunakan dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat membuat grup alamat tersebut. Grup ini disebut kolam IP khusus. Skenario umum adalah membuat satu kolam alamat IP khusus untuk mengirim komunikasi pemasaran, dan satu lagi untuk mengirim email transaksional. Reputasi pengirim Anda untuk email transaksional kemudian diisolasi dari email pemasaran Anda. Dalam skenario ini, jika kampanye pemasaran menghasilkan sejumlah besar keluhan, pengiriman email transaksional Anda tidak terpengaruh.

Kolam IP khusus tersedia untuk digunakan di Amazon Pinpoint Simple Email Service (Amazon SES). Ketika Anda membuat kolam IP khusus, Anda harus memilih set konfigurasi untuk mengaitkannya. Saat ini, Anda hanya dapat mengelola set konfigurasi dan kumpulan IP menggunakan Amazon SES. Untuk informasi selengkapnya tentang pengaturan set konfigurasi, lihat [Membuat set konfigurasi](#) di Amazon Simple Email Service. Untuk informasi selengkapnya tentang pengaturan kolam IP khusus, lihat [Membuat kolam IP khusus](#) di Amazon Simple Email Service.

Untuk menggunakan set konfigurasi (dan karena itu, kumpulan IP khusus) dengan Amazon Pinpoint, Anda harus mengkonfigurasi konfigurasi yang ditetapkan sebagai konfigurasi default yang ditetapkan untuk identitas email yang Anda gunakan dengan Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menerapkan set konfigurasi ke identitas email](#).

Dasbor pengiriman Amazon Pinpoint

Dasbor Deliverability membantu Anda mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang dapat memengaruhi pengiriman email yang Anda kirim. Dengan mengatasi masalah yang diidentifikasi dasbor Deliverability, Anda dapat meningkatkan kemungkinan email yang Anda kirim dari Amazon Pinpoint dan Amazon Simple Email Service (Amazon SES) tiba di kotak masuk pelanggan Anda, bukan folder surat sampah mereka.

Important

Ada biaya tambahan yang terkait dengan menggunakan dasbor Deliverability. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang biaya ini, lihat [Halaman harga Amazon Pinpoint](#).

Anda dapat mengakses dasbor Deliverability dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint.

Untuk melihat dasbor Deliverability

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Dasbor pengiriman.

Dasbor Deliverability terdiri dari enam bagian, yang dijelaskan pada bagian berikut:

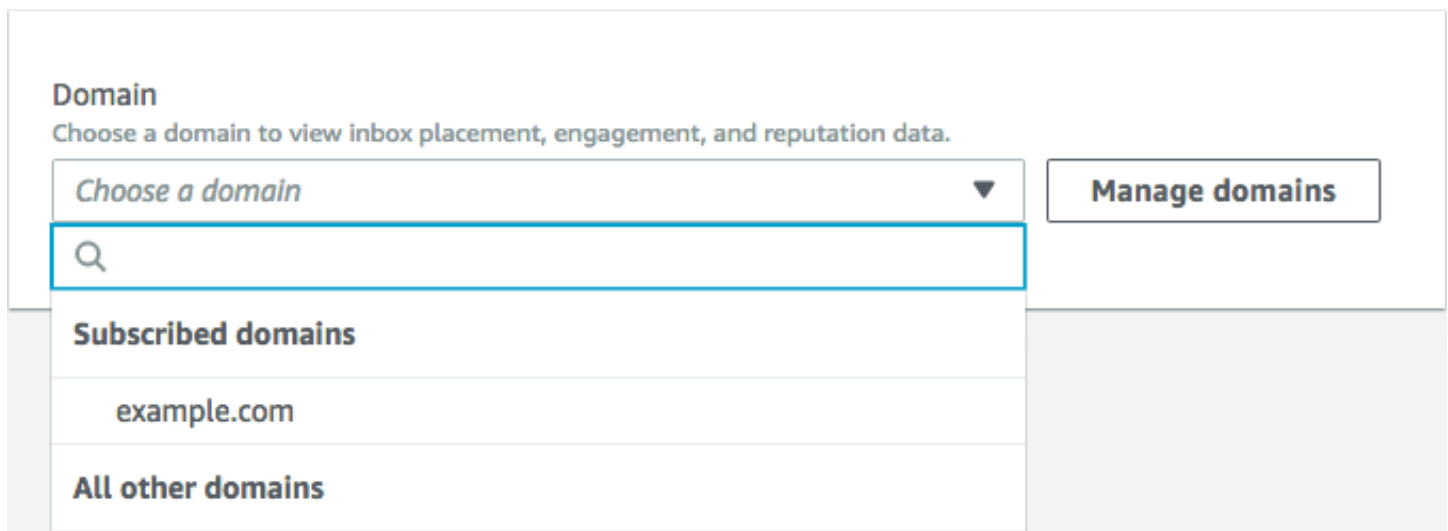
- [Reputasi domain mem](#)
- [reputasi IP IP reputasi IP](#)
- [Tingkat pentalan dan aduan](#)

- [Metrik pengiriman kampanye](#)
- [percobaan penempatan kotak masuk](#)
- [Pengaturan dasbor](#)

Reputasi domain mem

Halaman Reputasi domain berisi informasi tentang domain yang Anda gunakan untuk mengirim email, termasuk tingkat keterlibatan mereka, tarif penempatan kotak masuk, dan menolak aktivitas daftar.

Pilih domain dari menu Domain untuk melihat informasi tentang domain tersebut, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Ringkasan

Bagian ini berisi informasi tentang persentase email dari domain tertentu yang tiba di kotak masuk pelanggan Anda. Ini juga memberikan informasi tentang persentase email yang terlibat pelanggan Anda dengan dengan membukanya atau dengan mengklik tautan di dalamnya. Akhirnya, ini menunjukkan jumlah daftar penolakan bahwa alamat IP yang terkait dengan domain berada.

Note

Informasi di bagian ini berisi panduan umum, yang bertentangan dengan metrik yang tepat. Jika Anda memerlukan metrik yang tepat terkait dengan pengiriman email dan keterlibatan Anda dengannya, Anda harus menyiapkan [aliran peristiwa](#).

Untuk melihat data di bagian ini, pilih domain berlangganan domain, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut. Saat Anda memilih domain, data akan muncul di bagian Ringkasan, Penempatan Kotak Masuk oleh penyedia email, dan Aktivitas daftar Tolak.

Bila Anda memilih domain dan rentang tanggal, bagian Ringkasan Deliverability menampilkan informasi berikut:

- Tingkat keterlibatan — Persentase email yang dikirim dari domain terpilih tempat penerima membuka atau mengklik tautan. Saat menentukan apakah akan mengirimkan email ke kotak masuk penerima, banyak penyedia email (terutama yang lebih besar) mempertimbangkan seberapa sering penerima terlibat dengan email yang dikirim dari domain Anda dalam satu atau dua bulan terakhir. Untuk alasan ini, Anda harus mencoba mempertahankan tingkat keterlibatan setidaknya 25%.
- Tingkat penempatan kotak masuk — Persentase email yang dikirim dari domain yang dipilih yang masuk ke kotak masuk penerima. Tingkat penempatan kotak masuk sekitar 80% dianggap rata-rata.
- Aktivitas daftar tolak - Jumlah daftar penolakan tempat alamat IP yang terkait dengan domain muncul. Untuk mempelajari tentang daftar penolakan daftar penolakan, lihat [Tolak aktivitas daftar](#).

Alarm

Pada tab Alarm, Anda dapat membuat alarm yang mengirimi Anda pemberitahuan untuk metrik apa pun di bagian Ringkasan.

Untuk membuat alarm

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel panel navigasi, pilih dasbor Deliverability dasbor Deliverability.
3. Pada tab Alarm, pilih Buat alarm.
4. Pada halaman Buat alarm, lakukan hal berikut:
 - a. Untuk nama Alarm, masukkan nama yang membantu Anda mengidentifikasi alarm dengan mudah.
 - b. Pilih notifikasi Kirim notifikasi saat, pilih salah satu opsi berikut:
 - Tingkat penempatan kotak masuk - Saat Anda memilih opsi ini, alarm mempertimbangkan tingkat penempatan kotak masuk di semua penyedia email.

- Tingkat penempatan kotak masuk - Saat Anda memilih opsi ini, alarm mempertimbangkan tingkat penempatan kotak masuk untuk penyedia email tertentu, seperti Gmail atau Yahoo. Bila Anda memilih opsi ini, Anda juga harus memilih penyedia email tempat alarm berlaku.
- c. Konfigurasi nilai yang menyebabkan alarm dipicu. Misalnya, jika Anda ingin diberi tahu ketika tingkat penempatan kotak masuk untuk akun Anda 75% atau kurang, pilih \leq . Kemudian masukkan nilai **75**, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut.

Send a notification when the

Inbox placement rate ▼

is \leq ▼ 75 percent

- d. Tentukan jumlah waktu yang harus berlalu sebelum alarm dipicu. Misalnya, Anda dapat mengonfigurasi alarm sehingga alarm hanya mengirimkan pemberitahuan ketika tingkat penempatan kotak masuk berada di bawah tarif tertentu dan tetap di bawah tarif tersebut selama lebih dari 2 hari. Dalam contoh ini, di samping untuk setidaknya, masukkan nilai **2**. Kemudian, di samping periode berturut-turut, pilih 1 hari, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

for at least 2 consecutive period(s) of 1 day ▼

- e. Di bawah metode Notification Method, pilih salah satu opsi berikut:
- Gunakan topik SNS yang ada - Pilih opsi ini jika Anda telah membuat topik Amazon SNS dan berlangganan titik akhir untuk itu.
 - Buat topik baru - Pilih opsi ini jika Anda belum membuat topik Amazon SNS, atau jika Anda ingin membuat topik baru.

Note

Saat Anda membuat topik baru, Anda harus berlangganan satu atau lebih titik akhir untuk topik tersebut. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Berlangganan titik akhir untuk topik](#) di Panduan Developer Panduan Developer Amazon Simple Notification Service.

- f. (Opsional) Anda dapat memilih atau membuat lebih dari satu topik Amazon SNS. Untuk menambahkan topik, pilih Beri tahu topik SNS tambahan.
- g. Setelah selesai, pilih Buat.

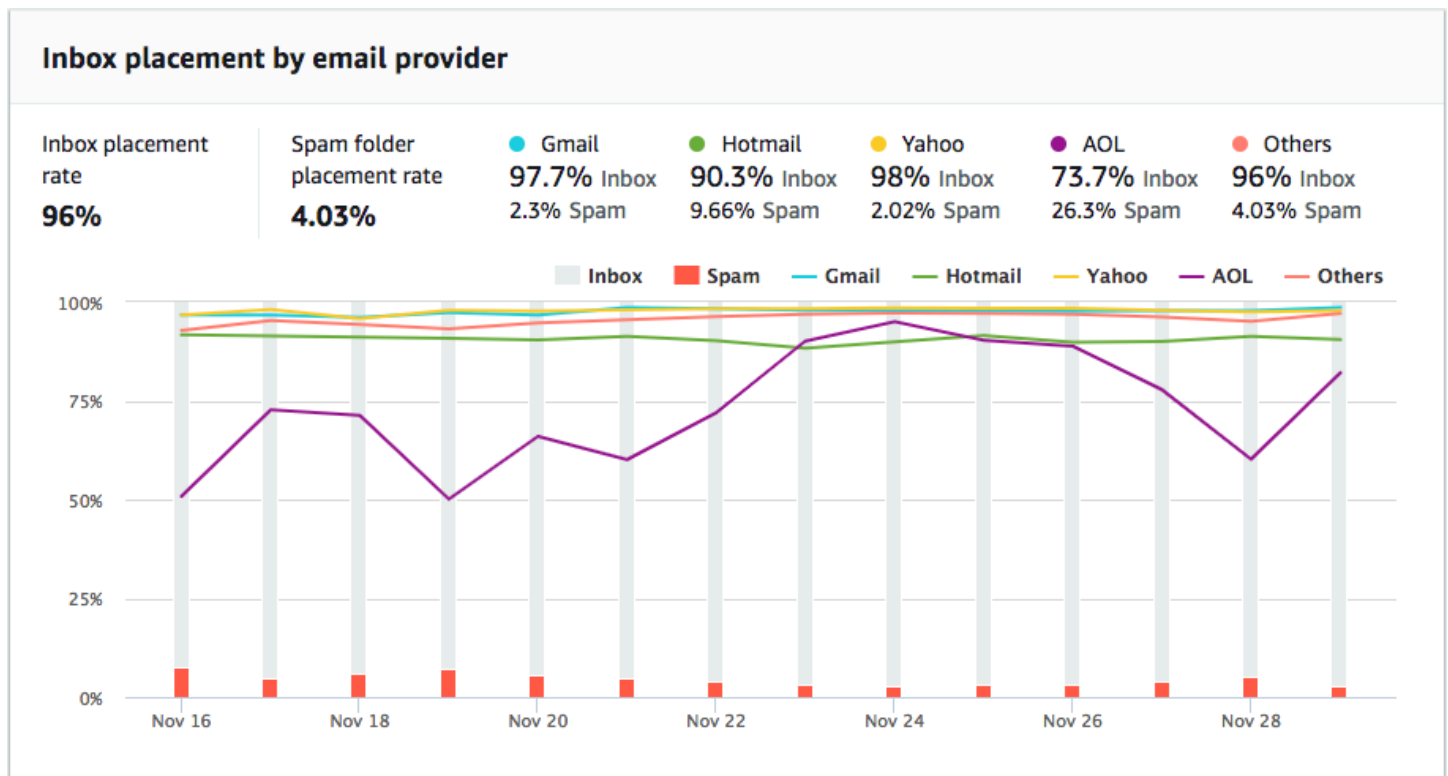
Penempatan kotak masuk oleh penyedia email

Bagian ini menunjukkan kepada Anda bagaimana penyedia email yang berbeda menangani email yang dikirim dari domain Anda selama periode waktu yang dipilih. Penyedia email yang dianalisis di bagian ini termasuk Gmail, Hotmail, Yahoo, dan AOL. Bagian ini juga berisi kategori yang disebut Lainnya. Kategori ini mencakup penyedia layanan internet dan penyedia regional. Ketika digabungkan, metrik pengiriman di bagian ini mewakili sebagian besar dari semua email konsumen yang dikirim ke seluruh dunia.

Bagian ini mencakup tarif rata-rata untuk penempatan kotak masuk dan penempatan folder spam untuk setiap penyedia email. Ini juga mencakup bagan, yang ditunjukkan pada gambar berikut, yang menampilkan tingkat penempatan kotak masuk untuk setiap penyedia untuk setiap hari dalam periode analisis. Anda dapat menggunakan informasi dalam bagan ini untuk membantu mengidentifikasi kampanye yang mengakibatkan tingkat pengiriman yang buruk.

Note

Anda dapat menggunakan filter tanggal untuk memilih rentang tanggal yang berisi hingga 30 hari.



Tolak aktivitas daftar

Bagian ini membantu Anda mengidentifikasi peristiwa daftar penolakan dengan cepat yang dapat memengaruhi pengiriman email yang dikirim dari domain Anda. Daftar penolakan adalah daftar alamat IP yang dicurigai mengirim email yang tidak diminta atau berbahaya. Penyedia daftar penolakan yang berbeda memiliki kriteria yang berbeda untuk menambahkan alamat IP ke daftar mereka, dan untuk menghapus (“delisting”) alamat IP dari daftar mereka. Selain itu, setiap penyedia email menggunakan daftar penolakan yang berbeda atau kumpulan daftar penolakan. Selain itu, setiap penyedia beratnya menolak acara daftar secara berbeda. Jika salah satu alamat IP khusus Anda tercantum di bagian ini, itu tidak berarti bahwa akan ada dampak pada pengiriman email Anda.

Jika salah satu alamat IP khusus Anda muncul di bagian ini, Anda harus menghubungi organisasi yang mengelola daftar penolakan, dan meminta agar alamat IP Anda dihapus. Tabel berikut mencakup daftar operator daftar penolakan yang dipertimbangkan di bagian ini, dan menyertakan tautan ke prosedur mereka untuk menghapus alamat IP.

Tolak operator daftar	Tautan ke prosedur delisting
Spamhaus	Situs Spamhaus

Tolak operator daftar	Tautan ke prosedur delisting
Barakuda	Situs Barracuda
Kecerdasan Pengirim Cloudmark (CSI)	Situs web intelijen pengirim Cloudmark
Daftar Pemblokiran Komposit (CBL)	Situs web daftar pemblokiran komposit
LashBack	LashBack situs web
Daftar Blok Spam Pasif (PSBL)	Situs web daftar blok spam pasif
SORB	Situs SORBS
SpamCop	SpamCopsitus web

Otentikasi domain

Bagian ini berisi informasi tentang berbagai metode yang dapat Anda gunakan untuk mengotentikasi domain Anda. Untuk mengkonfigurasi otentikasi DKIM atau otentikasi SPF untuk domain, Anda perlu menambahkan catatan spesifik ke konfigurasi DNS untuk domain. Untuk melihat catatan ini, pilih Lihat data DNS.

Prosedur untuk memperbarui catatan DNS untuk domain bervariasi tergantung pada DNS atau penyedia hosting web yang Anda gunakan. Lihat dokumentasi dokumentasi penyedia untuk informasi lebih lanjut tentang penambahan catatan DNS.

reputasi IP IP reputasi IP

Halaman reputasi alamat IP berisi informasi tentang aktivitas daftar penolakan untuk alamat IP khusus yang Anda gunakan untuk mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint dan Amazon Simple Email Service (Amazon SES).

Gambaran Umum

Tab Ikhtisar mencantumkan setiap alamat IP khusus yang terkait dengan akun Amazon Pinpoint dan Amazon SES Anda, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

Dedicated IP addresses (2) Request more dedicated IP addresses

The following section contains information about the dedicated IP addresses that are associated with your Amazon Pinpoint account. [Info](#)

< 1 >

IP address ▲	Listing date ▼	Reputation ▼	Blacklist name ▼	Blacklist reason
198.51.100.42	-	High	-	-
198.51.100.43	-	High	-	-

Jika nilai di kolom Reputasi Tinggi, maka tidak ada aktivitas daftar penolakan yang memengaruhi reputasi alamat IP tersebut. Jika alamat IP memang muncul di daftar penolakan, nama daftar penolakan itu ditampilkan di kolom nama Daftar Hitam.

Jika salah satu alamat IP khusus Anda muncul di bagian ini, Anda harus menghubungi organisasi yang mengelola daftar penolakan, dan meminta agar alamat IP Anda dihapus. Tabel berikut mencakup daftar operator daftar penolakan yang dipertimbangkan di bagian ini, dan menyertakan tautan ke prosedur mereka untuk menghapus alamat IP.

Tolak operator daftar	Tautan ke prosedur delisting
Spamhaus	Situs Spamhaus
Barakuda	Situs Barracuda
Invaluasi	Situs Invaluement
LashBack	LashBack situs web
Daftar Blok Spam Pasif (PSBL)	Situs web daftar blok spam pasif
SORB	Situs SORBS

Alarm

Pada tab Alarm, Anda dapat membuat alarm yang mengirim Anda pemberitahuan saat IP khusus ditambahkan ke daftar penolakan utama.

Untuk membuat alarm

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Dasbor Deliverability.
3. Pada tab Alarm, pilih Buat alarm.
4. Pada halaman Buat alarm, lakukan hal berikut:
 - a. Untuk nama Alarm, masukkan nama yang membantu Anda mengidentifikasi alarm dengan mudah.
 - b. Konfigurasi nilai yang menyebabkan alarm dipicu. Misalnya, jika Anda ingin diberi tahu ketika tarif IP yang tercantum penolakan untuk akun Anda adalah 5% atau lebih besar, pilih \geq . Kemudian masukkan nilai 5, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

Send a notification when the

Blacklisted IP rate ▼

is \geq ▼ 5 percent

- c. Tentukan jumlah waktu yang harus berlalu sebelum alarm dipicu. Misalnya, Anda dapat mengonfigurasi alarm sehingga hanya mengirimkan pemberitahuan ketika tingkat IP yang tercantum penolakan melebihi tingkat tertentu dan tetap pada tingkat itu selama lebih dari 2 jam. Dalam contoh ini, di samping untuk setidaknya, masukkan nilai 2. Kemudian, di samping periode berturut-turut, pilih 1 jam, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

for at least 2 consecutive period(s) of 1 hour ▼

- d. Di bawah Metode Notification, pilih salah satu opsi berikut:
 - Gunakan topik SNS yang ada - Pilih opsi ini jika Anda telah membuat topik Amazon SNS dan berlangganan titik akhir untuk itu.
 - Buat topik baru - Pilih opsi ini jika Anda belum membuat topik Amazon SNS, atau jika Anda ingin membuat topik baru.

Note

Saat Anda membuat topik baru, Anda harus berlangganan topik baru, Anda harus berlangganan topik baru, Anda harus berlangganan topik baru, Anda harus

berlangganan topik baru, Anda harus berlangganan topik baru. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Berlangganan titik akhir untuk topik](#) di Panduan Pengembang Amazon Simple Notification Service.

- e. (Opsional) Anda dapat memilih atau membuat lebih dari satu topik Amazon SNS. Untuk menambahkan topik, pilih Beri tahu topik SNS tambahan.
- f. Setelah selesai, pilih Buat.

Tingkat pentalan dan aduan

Pada halaman Tingkat bouncing dan keluhan, Anda dapat menemukan metrik penting yang terkait dengan tingkat pentalan dan keluhan untuk akun Amazon Pinpoint dan Amazon Simple Email Service (Amazon SES) gabungan Anda.

Pentalan terjadi ketika email yang Anda kirim tidak dapat dikirimkan karena masalah permanen. Misalnya, pentalan mungkin terjadi jika alamat penerima tidak ada, atau penyedia email penerima memblokir email dari domain atau alamat IP Anda. Penyedia email menganggap rasio pentalan yang tinggi sebagai tanda negatif. Ini karena menunjukkan bahwa Anda mengirim email ke orang yang belum secara eksplisit memilih untuk menerima pesan dari Anda. Tingkat pentalan yang tinggi dapat memiliki dampak negatif pada pengiriman email Anda.

Keluhan terjadi ketika pelanggan menerima email dari Anda dan melaporkannya ke penyedia email mereka sebagai email yang tidak diinginkan (misalnya, dengan menggunakan fitur Laporkan Spam di klien email mereka). Penyedia email menganggap keluhan sebagai tanda serius bahwa domain Anda mengirim email yang tidak diminta. Untuk alasan ini, tingkat keluhan yang tinggi dapat berdampak sangat negatif pada pengiriman email Anda.

Tingkat bouncing dan keluhan yang tinggi sering menunjukkan bahwa pengirim mengirim email yang tidak diminta ke penerima mereka. Untuk alasan ini, penyedia email dengan hati-hati mempertimbangkan tingkat pentalan dan keluhan Anda saat mereka menentukan apakah akan mengirim email Anda ke kotak masuk atau ke folder junk mail.

Anda dapat menggunakan halaman Tingkat bouncing dan keluhan untuk melacak metrik seluruh akun ini. Di halaman ini, Anda juga dapat membuat alarm yang memberi tahu Anda ketika tingkat pentalan atau aduan mencapai ambang tertentu.

Gambaran Umum

Tab Itifikasi tingkat pentalan dan aduan untuk akun.

Note

Halaman ini menampilkan metrik pentalan dan keluhan untuk seluruh AWS akun Anda di AWS Wilayah saat ini. Jika Anda menggunakan Amazon Pinpoint dan Amazon SES untuk mengirim email, halaman ini menampilkan metrik pentalan dan keluhan gabungan untuk kedua layanan.

Ringkasan

Bagian ini menunjukkan status akun Anda. Berikut ini adalah daftar kemungkinan nilai:

- Sehat – Saat ini tidak ada masalah yang memengaruhi akun Anda.
- Dalam peninjauan – Akun Anda dalam peninjauan. Jika masalah yang menyebabkan kami menempatkan akun Anda dalam peninjauan tidak terselesaikan pada akhir periode peninjauan, kami mungkin menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email.
- Menunggu akhir keputusan peninjauan – Akun Anda dalam peninjauan. Karena sifat masalah yang menyebabkan kami menempatkan akun Anda dalam peninjauan, kami perlu melakukan peninjauan manual terhadap akun Anda sebelum kami mengambil tindakan lebih lanjut.
- Pengiriman dijeda – Kami telah menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email. Saat kemampuan akun Anda untuk mengirim email dijeda, Anda tidak dapat mengirim email menggunakan Amazon Pinpoint atau Amazon SES. Anda dapat meminta kami meninjau keputusan ini.
- Menunggu jeda pengiriman – Akun Anda dalam peninjauan. Masalah yang menyebabkan kami menempatkan akun Anda dalam peninjauan belum teratasi. Dalam situasi ini, kami biasanya menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email. Namun, karena sifat akun Anda, kami perlu meninjau akun Anda sebelum mengambil tindakan lebih lanjut.

Nomor yang ditampilkan di bawah Email yang dikirim adalah jumlah email yang kami pertimbangkan dalam membuat penentuan ini. Nomor di bawah Sent over period adalah periode waktu di mana Anda mengirim email tersebut.

Untuk mempelajari lebih lanjut tentang setiap nilai status dan cara kami bekerja sama dengan Anda untuk mengatasi masalah yang memengaruhi akun Anda, lihat [FAQ proses peninjauan pengiriman](#) di Panduan Pengembang Layanan Email Amazon Simple.

Tingkat pent

Bagian ini menunjukkan rasio pentalan saat ini untuk akun Anda. Rasio pentalan untuk akun Anda harus tetap di bawah 5%. Jika rasio pentalan untuk akun Anda melebihi 10%, kami akan menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email.

Bagian ini berisi informasi berikut:

- Email yang memenuhi syarat dikirim - Jumlah email yang dipertimbangkan dalam menghitung rasio pentalan.
- Send over period — Periode waktu yang kami pertimbangkan untuk menghitung rasio pentalan.
- Rasio pentalan - Persentase email yang Anda kirim selama periode analisis yang memantul.
- Status keseluruhan - Menunjukkan kesehatan metrik. Nilai bisa jadi salah satu dari berikut:
 - Sehat - Rasio pentalan untuk akun Anda berada dalam level normal.
 - Hampir sembuh - Akun Anda ditinjau karena rasio pentalan terlalu tinggi. Sejak periode peninjauan dimulai, tingkat pentalan tetap berada di bawah tingkat maksimum. Jika rasio pentalan tetap di bawah tingkat maksimum, status metrik ini akan berubah menjadi Se
 - Di bawah tinjauan - Akun Anda ditempatkan di bawah peninjauan karena rasio pentalan terlalu tinggi. Karena akun Anda ditinjau, rasio pentalan belum meningkat. Jika masalah yang menyebabkan rasio pentalan melebihi 5% tidak teratasi pada akhir periode pentalan, kami mungkin menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email.
 - Mengirim jeda — Kemampuan akun Anda untuk mengirim email dijeda karena rasio pentalan terlalu tinggi. Saat kemampuan akun Anda untuk mengirim email dijeda, Anda tidak dapat mengirim email. Anda dapat meminta kami meninjau keputusan ini.
 - Menunggu pengiriman jeda – Metrik ini menyebabkan kami menempatkan akun Anda dalam peninjauan. Masalah yang menyebabkan periode peninjauan ini belum teratasi. Masalah ini mungkin membuat kami menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email. Seorang anggota tim kami harus meninjau akun Anda sebelum kami mengambil tindakan lebih lanjut.

Untuk mempelajari lebih lanjut tentang setiap nilai status dan cara kami bekerja sama dengan Anda untuk mengatasi masalah yang memengaruhi akun Anda, lihat [FAQ proses peninjauan pengiriman](#) di Panduan Pengembang Layanan Email Amazon Simple.

Tingkat Aduan

Bagian ini menunjukkan tingkat keluhan saat ini untuk akun Anda. Tingkat aduan untuk akun Anda harus tetap di bawah 0,1%. Jika tingkat aduan untuk akun Anda melebihi 0,1%, kami akan menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email.

Bagian ini berisi informasi berikut:

- Email yang memenuhi syarat dikirim - Jumlah email yang dipertimbangkan dalam menghitung tingkat keluhan.
- Dikirim selama periode — Periode waktu yang kami pertimbangkan untuk menghitung tingkat keluhan.
- Tingkat keluhan - Persentase email yang Anda kirim selama periode analisis yang mengakibatkan keluhan.
- Status keseluruhan - Menunjukkan kesehatan metrik. Nilai bisa jadi salah satu dari berikut:
 - Sehat - Tingkat keluhan untuk akun Anda berada dalam level normal.
 - Hampir sembuh - Akun Anda ditinjau karena tingkat keluhan terlalu tinggi. Sejak periode peninjauan dimulai, tingkat aduan tetap berada di bawah tingkat maksimum. Jika tingkat aduan tetap di bawah tingkat maksimum, status metrik ini akan berubah menjadi Sehat pada akhir periode peninjauan.
 - Di bawah tinjauan - Akun Anda ditempatkan di bawah peninjauan karena tingkat keluhan terlalu tinggi. Karena akun Anda ditempatkan di bawah peninjauan, tingkat keluhan belum membaik. Jika masalah yang menyebabkan tingkat aduan melebihi 0,1% tidak teratasi pada akhir periode peninjauan, kami mungkin menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email.
 - Mengirim jeda — Kemampuan akun Anda untuk mengirim email dijeda karena tingkat keluhan terlalu tinggi. Saat kemampuan akun Anda untuk mengirim email dijeda, Anda tidak dapat mengirim email. Anda dapat meminta kami meninjau keputusan ini.
 - Jeda pengiriman tertunda — Akun Anda ditinjau karena tingkat keluhan terlalu tinggi. Masalah yang menyebabkan periode peninjauan ini belum teratasi. Masalah ini mungkin membuat kami menjeda kemampuan akun Anda untuk mengirim email. Seorang anggota tim kami harus meninjau akun Anda sebelum kami mengambil tindakan lebih lanjut.

Untuk mempelajari lebih lanjut tentang setiap nilai status dan cara kami bekerja sama dengan Anda untuk mengatasi masalah yang memengaruhi akun Anda, lihat [FAQ proses peninjauan pengiriman](#) di Panduan Pengembang Layanan Email Amazon Simple.

Alarm

Pada tab Alarm, Anda dapat membuat alarm yang mengiriminya pemberitahuan ketika tingkat pantalan atau keluhan untuk akun Anda melebihi level tertentu.

Untuk membuat alarm

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Dasbor Delitifikasi.
3. Pada tab Alarm, pilih Buat alarm.
4. Pada halaman Buat alarm, lakukan hal berikut:
 - a. Untuk nama Alarm, masukkan nama yang membantu Anda mengidentifikasi alarm dengan mudah.
 - b. Untuk Kirim notifikasi saat, pilih salah satu opsi berikut:
 - Tingkat bouncing
 - Tingkat keluhan
 - c. Konfigurasi nilai yang menyebabkan alarm dipicu. Misalnya, jika Anda ingin diberi tahu ketika rasio pantalan untuk akun Anda 5% atau lebih besar, pilih \geq . Kemudian masukkan nilai 5, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut.

Send a notification when the

Bounce rate ▼


is \geq ▼ 5 percent

- d. Tentukan jumlah waktu yang harus berlalu sebelum alarm dipicu. Misalnya, Anda dapat mengonfigurasi alarm sehingga hanya mengirimkan notifikasi ketika rasio pantalan melebihi tingkat tertentu dan tetap pada tingkat itu selama lebih dari 2 jam. Dalam contoh ini, di samping untuk setidaknya, masukkan nilai 2. Kemudian, di samping periode berturut-turut, pilih 1 jam, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

for at least 2 consecutive period(s) of 1 hour ▼

- e. Di bawah Notifikasi, pilih salah satu opsi berikut:

- Gunakan topik SNS yang ada - Pilih opsi ini jika Anda telah membuat topik Amazon SNS dan berlangganan titik akhir untuk itu.
- Buat topik baru - Pilih opsi ini jika Anda belum membuat topik Amazon SNS, atau Anda ingin membuat topik baru.

 Note

Saat Anda membuat topik baru, Anda harus berlangganan satu atau lebih titik akhir untuk itu. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Berlangganan Titik Akhir untuk suatu Topik](#) di Panduan Developer Amazon Simple Notifikasi Service.

- f. (Opsional) Anda dapat memilih atau membuat lebih dari satu topik Amazon SNS. Untuk menambahkan topik, pilih Beri tahu topik SNS tambahan.
- g. Setelah selesai, pilih Buat.

Metrik pengiriman kampanye

TheMetrik pengiriman kampanyeBagian berisi informasi tentang tarif penempatan kotak masuk untuk email yang Anda kirim dari domain Anda. Namun, tidak seperti[Reputasi domain](#)halaman, Metrik pengiriman kampanyehalaman berisi informasi tentang kampanye email tertentu, sebagai lawan dari informasi untuk seluruh domain.

Dasbor DeliverabilityMetrik pengiriman kampanyemenggunakan heuristik seperti domain from dan mengirim waktu untuk mengelompokkan pesan serupa ke dalam kategori. Kami tidak dapat menjamin bahwa ini sejalan dengan kampanye atau perawatan Amazon Pinpoint. Saat mengirim kampanye Amazon Pinpoint dengan beberapa perawatan, Anda dapat meninjau halaman analitik kampanye untuk melaporkan tarif terbuka di seluruh perawatan.

Saat memilih domain dan rentang tanggal, Anda akan melihat tabel yang berisi informasi berikut:

- Pratinjau— Gambar kecil yang menunjukkan isi email. Jeda pada gambar untuk melihat pratinjau yang lebih besar.
- Tanggal kirim terakhir— Tanggal dan waktu ketika pesan terakhir dikirim.
- Subjek— Baris subjek email.
- Alamat pengirim— Alamat pengirim (“Dari”) untuk pesan.
- ESP— Penyedia email (seperti Gmail atau Yahoo) yang menerapkan metrik tersebut.

- Tingkat kotak masuk— Persentase email yang dikirim dari kampanye yang tiba di kotak masuk penerima (sebagai lawan dari folder email sampah mereka).
- Tarif terbuka— Persentase email yang dikirim dari kampanye yang dibuka oleh penerima mereka.

Saat memilih kampanye di tabel ini, Anda akan melihat halaman detail untuk kampanye tersebut. Halaman rincian kampanye berisi dua bagian: **Detail** dan **Mengirim** alamat IP.

Detail

Bagian ini berisi informasi berikut tentang kampanye:

- Tanggal terkirim terbaru— Tanggal dan waktu ketika pesan terakhir dikirim.
- Tanggal terkirim pertama— Tanggal dan waktu ketika pesan pertama kali dikirim.
- Subjek— Baris subjek email.
- Alamat pengirim— Alamat pengirim (“Dari”) untuk pesan.
- Domain pengirim— Domain tempat pesan dikirim.
- ESP— Penyedia email (seperti Gmail atau Yahoo) yang menerapkan metrik tersebut.
- Perkiraan volume— Perkiraan jumlah penerima yang dikirim kampanye ini.
- Penempatan kotak masuk— Persentase email yang dikirim dari kampanye yang tiba di kotak masuk penerima (sebagai lawan dari folder email sampah mereka).
- Penempatan spam— Persentase email yang dikirim dari kampanye yang tiba di folder email sampah penerima.
- Baca— Persentase email yang dibuka oleh penerima mereka.
- Baca dan dihapus— Persentase email yang dibuka oleh penerima mereka dan kemudian dihapus.
- Dihapus— Persentase email yang dihapus oleh penerima mereka tanpa dibaca.

Halaman detail kampanye juga menyertakan pratinjau isi email yang lebih besar. Amazon Pinpoint secara otomatis menghapus informasi identifikasi dari gambar pratinjau ini.

Mengirim alamat IP

Bagian ini mencantumkan semua alamat IP yang digunakan Amazon Pinpoint dan Amazon SES saat mengirim pesan yang dipilih ke penerima Anda.

percobaan penempatan kotak masuk

Pada halaman pengujian penempatan Kotak Masuk di dasbor Deliverability, Anda dapat melakukan pengujian yang dapat membantu Anda memprediksi bagaimana pesan spesifik ditangani oleh lebih dari 95 penyedia email utama di seluruh dunia. Saat Anda melakukan uji penempatan kotak masuk, Anda memberikan contoh pesan yang berisi konten yang akan dikirim ke pelanggan Anda. Amazon Pinpoint kemudian mengirimkan pesan itu ke alamat email khusus di beberapa domain email utama. Setelah sekitar 24 jam, tes selesai, dan Anda dapat melihat hasilnya.

Important

Saat Anda melakukan tes penempatan kotak masuk, kami mengirimkan pesan Anda ke pihak ketiga untuk pengujian dan analisis pengiriman. Kami memberlakukan persyaratan keamanan standar kami pada pihak ketiga ini, dan konten email Anda dienkripsi selama transfer. Namun, karena tidak perlu menggunakan data nyata saat Anda melakukan pengujian ini, sebaiknya hindari mengirim informasi sensitif, rahasia, atau dapat diidentifikasi secara pribadi dalam pesan yang Anda gunakan dalam pengujian ini.

Tes penempatan kotak masuk menunjukkan kepada Anda bagaimana penyedia email yang berbeda menangani pesan tertentu. Hasil pengujian memberi tahu Anda berapa banyak pesan yang masuk di kotak masuk penerima pengujian di berbagai penyedia email. Ini juga memberi tahu Anda berapa banyak pesan yang dikirim ke folder junk mail penerima, dan berapa banyak yang tidak terkirim sama sekali. Melakukan tes penempatan kotak masuk membantu Anda mengidentifikasi masalah pengiriman yang mungkin timbul sebagai akibat dari konten email Anda.

Langganan dasbor Deliverability bulanan Anda mencakup 25 tes penempatan kotak masuk per bulan. Anda dapat membeli lebih banyak tes dengan biaya tambahan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Harga Amazon Pinpoint](#).

Untuk membuat percobaan penempatan email baru

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi dasbor Deliverability, pilih Pengujian penempatan Kotak Masuk.
3. Pilih Buat tes.
4. Untuk Nama, masukkan nama yang membantu Anda mengidentifikasi percobaan khusus ini dengan mudah.

5. Untuk alamat Dari, pilih alamat Email atau Domain, lalu tentukan alamat email yang akan digunakan untuk mengirim email.
6. Untuk Subjek, masukkan baris subjek untuk email tersebut.
7. Untuk konten HTML, masukkan konten pesan yang diformat HTML.
8. Pilih Create (Buat).

Diperlukan waktu sekitar 24 jam untuk menyelesaikan tes. Setelah percobaan selesai, selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat hasilnya.

Untuk melihat hasil percobaan penempatan kotak masuk

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi dasbor Deliverability, pilih Pengujian penempatan Kotak Masuk.
3. Konfirmasikan bahwa nilai di kolom Status pengujian Selesai untuk pengujian yang ingin Anda tinjau. Jika ya, pilih tes, lalu pilih Lihat hasil tes, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

Predictive inbox placement tests (1)				
Perform predictive inbox placement tests to see how different email providers handle your emails. Info				
Search				
Creation date	Test name	Email subject line	From address	Test status
11/21/2018 11:42 am	Black Friday Kickoff - High engagement customers	Black Friday deals are here!	sender@example.com	Completed

Setiap tes penempatan kotak masuk berisi dua bagian: Ringkasan Deliverability dan ikhtisar ISP.

Bagian Ringkasan Deliverability berisi informasi berikut tentang pesan yang Anda kirim dalam uji penempatan kotak masuk:

- Nama percobaan — Nama yang Anda berikan saat Anda membuat percobaan.
- ID Laporan — Pengidentifikasi unik untuk percobaan.
- Dari identitas — Alamat email tempat email percobaan dikirim.
- Subjek — Baris subjek untuk percobaan percobaan.
- Kotak Masuk - Persentase email yang tiba di kotak masuk email penerima tes.
- Spam - Persentase email yang tiba di folder spam penerima pengujian.
- Hilang - Persentase email yang tidak mencapai penerima.
- Tingkat DKIM — Persentase pesan yang diverifikasi menggunakan DKIM.

- Tingkat SPF - Persentase pesan yang diverifikasi menggunakan SPF.

Anda dapat melihat isi email pengujian dengan memperluas bagian Lihat konten HTML.

Bagian ikhtisar ISP berisi daftar lebih dari 95 penyedia email utama yang berlokasi di negara-negara di seluruh dunia. Untuk setiap penyedia, tabel ini mencakup metrik berikut:

- Kotak Masuk - Persentase email yang masuk di kotak masuk email penerima pengujian di domain penyedia.
- Spam — Persentase email yang masuk ke folder spam penerima pengujian di domain penyedia.
- Hilang - Persentase email yang tidak mencapai penerima.
- SPF - Persentase pesan yang diverifikasi oleh penyedia menggunakan SPF.
- DKIM — Persentase pesan yang diverifikasi oleh penyedia menggunakan DKIM.

Hasil tes

Tes penempatan kotak masuk berisi dua bagian: ikhtisar Deliverability dan Ikhtisar ISP.

Ikhtisar Deliverability

Deliverability overview		
Test name	Inbox	DKIM rate
Black Friday Kickoff - High engagement customers	92.6%	42%
Report ID	Spam	SPF rate
1542829183706-fab51678-0471-4de3-a9ce-35a57dexample	5.7%	96.1%
From identity	Missing	
sender@example.com	1.7%	
Subject		
Black Friday deals are here!		
▶ View HTML content		

Bagian ini berisi ringkasan uji penempatan kotak masuk. Ini mencakup informasi berikut:

- Dari identitas - Alamat email pengirim untuk email pengujian.
- Subjek — Baris subjek untuk email.
- Kotak Masuk - Persentase pesan pengujian yang tiba di kotak masuk penerima.
- Spam — Persentase pesan pengujian yang dikirim ke folder junk mail penerima.
- Hilang - Persentase pesan pengujian yang tidak dikirimkan ke penerima sama sekali.
- Tingkat DKIM — Persentase pesan pengujian yang diautentikasi oleh penyedia email penerima menggunakan Email DomainKeys Teridentifikasi.
- Tingkat SPF — Persentase pesan pengujian yang diautentikasi oleh penyedia email penerima menggunakan Kerangka Kerja Kebijakan Pengirim.

Anda juga dapat melihat isi email dengan memilih Lihat konten HTML.

Ikhtisar ISP

Bagian ini berisi daftar semua penyedia email yang kami kirimkan pesan pengujian Anda selama pengujian berlangsung. Untuk setiap penyedia dalam daftar ini, kami menyediakan lima metrik yang sama yang ditunjukkan di bagian Ringkasan Deliverability (Kotak Masuk, Spam, Hilang, SPF, dan DKIM).

Pengaturan dasbor

Pada Pengaturan dasbor halaman, Anda dapat mengubah beberapa pengaturan yang terkait dengan dashboard Deliverability. Anda juga dapat menemukan informasi yang memberi tahu Anda tentang penggunaan dasbor Deliverability untuk bulan berjalan.

Gambaran umum langganan

Parameter Gambaran umum langganan Bagian berisi informasi tentang status langganan dasbor Deliverability Anda. Ini juga memberitahu Anda berapa hari yang tersisa dalam siklus penagihan saat ini.

Langganan Anda ke dasbor Deliverability ditagih setiap bulan. Kami tidak dapat menawarkan langganan untuk sebagian dari periode penagihan. Jika Anda membatalkan langganan Anda sebelum akhir periode penagihan, kami terus menagih Anda untuk sisa hari dalam periode penagihan. Namun, kami tidak membebankan Anda untuk periode penagihan berikutnya. Untuk membatalkan langganan Anda, pilih **Batalkan langganan**.

Penggunaan bulanan

Parameter Penggunaan bulanan bagian memberikan informasi tentang penggunaan dashboard Deliverability Anda untuk bulan berjalan.

Di Pelacakan reputasi bagian, Anda dapat memilih domain yang dipantau pada reputasi domain dan Deliverability oleh kampanye halaman. Langganan Anda ke dasbor Deliverability memungkinkan Anda memantau hingga lima domain per bulan. Anda dapat memantau lebih dari lima domain dengan biaya bulanan tambahan. Untuk menambahkan atau menghapus domain ke dasbor Deliverability, pilih **id** dalam Domain langganan bagian.

Note

Anda hanya dapat memantau domain yang telah diverifikasi. Untuk informasi selengkapnya tentang memverifikasi domain, lihat [Memverifikasi domain](#).

Parameter Tes penempatan kotak masuk prediktif Bagian menunjukkan kepada Anda berapa banyak tes penempatan kotak masuk Prediktif yang telah Anda lakukan di bulan berjalan. Langganan Anda mencakup 25 tes. Anda dapat membeli tes tambahan dengan biaya tambahan.

Untuk informasi selengkapnya tentang harga dasbor Deliverability, lihat [Harga Amazon Pinpoint](#).

Praktik terbaik

Bahkan ketika Anda memiliki minat terbaik pelanggan, Anda mungkin masih menghadapi situasi yang berdampak pada kemampuan pengiriman pesan Anda. Bagian berikut berisi rekomendasi untuk membantu memastikan komunikasi email Anda menjangkau audiens yang diinginkan.

Topik

- [Rekomendasi umum](#)
- [Pertimbangan alamat domain domain domain domain domain domain domain domain domain domain domain domain dan “Dari”](#)
- [Membangun dan mempertahankan daftar Anda](#)
- [Kepatuhan](#)
- [Mengirim email dengan volume tinggi](#)
- [Pentalan](#)
- [Aduan](#)

- [Kualitas pesan](#)

Rekomendasi umum

- Tempatkan diri Anda pada posisi pelanggan Anda. Tanyakan pada diri Anda sendiri pesan yang Anda kirim adalah sesuatu yang ingin Anda terima di kotak masuk Anda sendiri pesan yang Anda kirim adalah sesuatu yang ingin Anda terima di kotak masuk Anda sendiri atau tidak. Jika jawabannya adalah sesuatu yang kurang dari antusias "ya!" maka Anda mungkin tidak harus mengirimkannya.
- Beberapa industri memiliki reputasi untuk kualitas buruk atau bahkan praktik email berbahaya. Jika Anda terlibat dalam industri berikut, Anda harus memantau reputasi Anda sangat cermat dan selesaikan masalah segera:
 - Hipotek rumah
 - Kredit
 - Obat-obatan dan suplemen
 - Alkohol dan tembakau
 - Hiburan dewasa
 - Kasino dan perjudian
 - ork-from-home Program W

Pertimbangan alamat domain domain domain domain domain domain domain domain domain domain domain dan "Dari"

- Pikirkan baik-baik alamat tempat Anda mengirim email. Alamat "Dari" adalah salah satu bagian pertama dari informasi yang dilihat penerima Anda, dan karena itu dapat meninggalkan kesan pertama yang abadi. Selain itu, beberapa ISP mengaitkan reputasi Anda dengan alamat "Dari" Anda.
- Pertimbangkan untuk menggunakan subdomain untuk tipe komunikasi berbeda. Sebagai contoh, asumsikan Anda mengirim email dari domain example.com, dan Anda berencana untuk mengirim pesan pemasaran dan transaksional. Daripada mengirim semua pesan Anda dari example.com, kirim pesan pemasaran Anda dari subdomain seperti marketing.example.com, dan pesan transaksional Anda dari subdomain seperti orders.example.com. Subdomain unik mengembangkan reputasinya sendiri. Menggunakan subdomain mengurangi risiko kerusakan reputasi Anda jika, misalnya, komunikasi pemasaran Anda mendarat di perangkat spam atau memicu filter konten.

- Jika Anda berencana untuk mengirim pesan dalam jumlah besar, jangan mengirim pesan tersebut dari alamat berbasis ISP seperti sender@hotmail.com. Jika ISP melihat volume besar pesan yang berasal dari sender@hotmail.com, email tersebut diperlakukan berbeda dari email yang berasal dari domain pengiriman email keluar yang Anda miliki.
- Bekerja sama dengan registrar domain Anda untuk memastikan bahwa informasi WHOIS untuk domain Anda akurat. Mempertahankan catatan jujur dan up-to-date WHOIS menunjukkan bahwa Anda menghargai transparansi, dan mengizinkan pengguna untuk dengan cepat mengidentifikasi domain Anda sah atau tidak.
- Hindari menggunakan alamat tidak ada balasan, seperti no-reply@example.com, sebagai alamat "Dari" atau "Balasan ke" Anda. Menggunakan alamat email no-reply@ mengirimkan pesan yang jelas kepada penerima Anda: bahwa Anda tidak menawarkan cara untuk menghubungi Anda, dan Anda tidak tertarik dengan umpan balik mereka.

Membangun dan mempertahankan daftar Anda

- Menerapkan strategi keikutsertaan ganda. Saat pengguna mendaftar untuk menerima email dari Anda, kirim mereka pesan dengan tautan konfirmasi, dan jangan mulai mengirimi mereka email hingga mereka mengonfirmasi alamat mereka dengan mengklik tautan tersebut. Strategi keikutsertaan ganda membantu mengurangi jumlah pentalan keras yang dihasilkan dari kesalahan ketik.
- Saat mengumpulkan alamat email dengan formulir berbasis web, lakukan validasi minimal pada alamat tersebut saat pengiriman. Sebagai contoh, pastikan bahwa alamat yang Anda kumpulkan terbentuk dengan baik (yaitu, mereka berada dalam format recipient@example.com), dan mereka merujuk ke domain dengan catatan MX yang valid.
- Gunakan dengan hati-hati saat memungkinkan input yang ditetapkan pengguna untuk diteruskan ke Amazon Pinpoint tanpa diperiksa. Pendaftaran forum dan pengiriman formulir menghadirkan risiko unik karena konten benar-benar dibuat pengguna, dan spammer dapat mengisi formulir dengan konten mereka sendiri. Anda bertanggung jawab untuk memastikan bahwa Anda hanya mengirim email dengan konten berkualitas tinggi.
- Hal ini sangat tidak mungkin bahwa alias yang standar (seperti postmaster@, penyalahgunaan@, atau noc@) akan pernah mendaftar untuk email Anda dengan sengaja. Pastikan jika Anda hanya mengirim pesan kepada orang-orang nyata yang benar-benar ingin menerima pesan Anda. Aturan ini berlaku terutama untuk alias standar, yang biasanya disediakan untuk pengawas email.

Kepatuhan

- Perhatikan hukum dan peraturan pemasaran email dan anti-spam di negara dan wilayah tempat Anda mengirim email. Anda bertanggung jawab untuk memastikan bahwa email yang Anda kirim mematuhi hukum ini. Panduan ini tidak mencakup hukum-hukum ini, jadi penting bagi Anda untuk menelitinya. Untuk daftar hukum, lihat [Perundang-undangan spam email menurut negara](#) di Wikipedia.
- Selalu berkonsultasi dengan pengacara untuk mendapatkan nasihat hukum.

Mengirim email dengan volume tinggi

Konsistensi penting saat mengirim email. Saat meningkatkan volume email, penting untuk terus meningkatkan volume pengiriman setiap hari, dengan jenis pesan serupa dikirim pada waktu yang sama setiap hari. Namun, situasi mungkin muncul yang mengharuskan Anda mengirim sejumlah besar email ke pelanggan Anda. Salah satu contoh tersebut mungkin pembaruan Ketentuan Layanan. Ada beberapa langkah yang dapat Anda ambil untuk melindungi reputasi pengirim Anda dan mencapai tingkat pengiriman yang tinggi saat meningkatkan volume. Pertama, atur daftar penerima Anda untuk membuat segmen pelanggan yang paling mungkin membuka email Anda, serta mereka yang paling mungkin menandai pesan Anda sebagai spam atau berhenti berlangganan. Bangun fondasi kepercayaan dengan penyedia email dengan mengirim pesan ke bagian segmen yang paling terlibat terlebih dahulu. Kedua, sebarkan kampanye Anda selama beberapa jam sepanjang hari, daripada mengirim semua pesan sekaligus. Meniru irama pengiriman normal Anda bila memungkinkan. Misalnya, jika pada hari biasa Anda mengirim daftar 1M email tetapi membaginya menjadi 2 distribusi, satu mulai pukul 8 pagi dan satu di tengah hari, tetapi jika Anda perlu mengirim 5M keluar satu hari, kirimkan split seperti hari pengiriman normal Anda. Akhirnya, ketika Anda mengirim volume email yang lebih besar dari volume normal Anda, cobalah untuk mengirim kelipatan volume tipikal Anda. Misalnya, jika Anda mengirim 250.000 email pada hari biasa, cobalah untuk membatasi kejadian dengan volume lebih tinggi ke kelipatan jumlah itu, seperti 500.000 atau 750.000. Membatasi volume pengiriman Anda dengan cara ini menunjukkan kepada penyedia email bahwa meskipun Anda mengirim lebih banyak email dari biasanya, Anda tetap menjaga volume Anda dengan hati-hati.

Pentalan

pentalan terjadi ketika email tidak dapat dikirim ke penerima yang dimaksudkan. Ada dua tipe pentalan: pentalan keras dan pentalan lunak. pentalan keras terjadi ketika email tidak dapat dikirim karena masalah terus-menerus, seperti ketika alamat email tidak ada. Pentalan lunak terjadi ketika

masalah sementara mencegah pengiriman email. Pentalan lunak dapat terjadi ketika penerima kotak masuk penuh, atau ketika server penerima sementara tidak tersedia. Amazon Pinpoint menangani pentalan lunak dengan mencoba kembali mengirimkan email pentalan lunak untuk jangka waktu tertentu.

Sangat penting bahwa Anda memantau jumlah pentalan keras dalam program email Anda, dan Anda menghapus alamat email pentalan keras dari daftar penerima Anda. Ketika penerima email mendeteksi pentalan keras tingkat tinggi, mereka menganggap bahwa Anda tidak tahu penerima Anda dengan baik. Akibatnya, tingkat pentalan keras yang tinggi dapat berdampak negatif terhadap kemampuan pengiriman pesan email Anda.

Panduan berikut dapat membantu Anda menghindari pentalan dan meningkatkan reputasi pengirim Anda:

- Cobalah untuk menjaga tingkat pentalan keras Anda di bawah 5%. Semakin sedikit pentalan keras dalam program email Anda, semakin besar kemungkinan ISP akan melihat pesan Anda sebagai sah dan berharga. Tingkat ini harus dianggap sebagai tujuan yang wajar dan dapat dicapai, tetapi bukan aturan universal di semua ISP.
- Jangan pernah menyewa atau membeli daftar email. Daftar ini mungkin berisi sejumlah besar alamat yang tidak valid, yang dapat menyebabkan tingkat pentalan keras Anda meningkat secara drastis. Selain itu, daftar ini dapat berisi jebakan spam—alamat email yang secara khusus digunakan untuk menangkap pengirim yang tidak sah. Jika pesan Anda masuk dalam jebakan spam, tingkat pengiriman dan reputasi pengirim Anda dapat rusak tidak dapat dibatalkan.
- Buat daftar Anda tetap mutakhir. Jika Anda belum mengirim email ke penerima Anda dalam waktu lama, cobalah untuk memvalidasi status pelanggan Anda melalui beberapa cara lain (seperti aktivitas masuk situs web atau riwayat pembelian).
- Jika Anda tidak memiliki metode untuk memverifikasi status pelanggan Anda, pertimbangkan untuk mengirim email win-back. Sebuah email win-back yang khas menyebutkan bahwa Anda belum mendengar dari pelanggan dalam beberapa saat, dan mendorong pelanggan untuk mengonfirmasi bahwa mereka masih ingin menerima email Anda. Setelah mengirim email win-back, bersihkan semua penerima yang tidak merespons dari daftar Anda.

Ketika Anda menerima pentalan, penting jika Anda segera menghapus alamat tersebut dari daftar Anda. Jangan mencoba untuk mengirim ulang pesan ke alamat yang mengalami pentalan keras. Pentalan keras yang berulang pada akhirnya dapat membahayakan reputasi Anda dengan ISP penerima.

Jika Anda menerima hard bounce, Anda harus mencatat hal berikut:

- Alamat email penerima ditambahkan ke daftar penindasan global untuk jangka waktu 14 hari. Ketika Anda mengirim email dan alamat penerima ada di daftar penekanan global, pesan tersebut masih diterima. Namun, Amazon Pinpoint tidak berusaha menyampaikan pesan kepada penerima.
- Ketika email mengalami pentalan keras, penting untuk menghapus alamat email penerima dari milis Anda. Ketika Anda mengirim email ke alamat yang ada di daftar penekanan global, Amazon Pinpoint menghasilkan peristiwa pentalan, meskipun email tersebut tidak dikirim. Peristiwa pentalan ini dihitung terhadap tingkat pentalan akun Anda. Jika tingkat pentalan Anda terlalu tinggi, kami mungkin menempatkan akun Anda dalam peninjauan untuk melindungi reputasi Anda sebagai pengirim.

Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut tentang daftar penindasan global di [daftar penindasan global Amazon SES](#).

Aduan

Aduan terjadi saat penerima email mengklik tombol "Tandai sebagai Spam" (atau yang setara) di klien email berbasis web mereka. Jika Anda mengumpulkan sejumlah besar aduan ini, ISP mengasumsikan bahwa Anda mengirim spam. Hal ini berdampak negatif pada tingkat kemampuan pengiriman dan reputasi pengirim Anda. Beberapa, tetapi tidak semua, ISP akan memberi tahu Anda ketika aduan dilaporkan; ini dikenal sebagai putaran umpan balik. Amazon Pinpoint secara otomatis meneruskan keluhan dari ISP yang menawarkan putaran umpan balik untuk Anda.

Panduan berikut dapat membantu Anda menghindari aduan dan meningkatkan reputasi pengirim Anda:

- Cobalah untuk mempertahankan tingkat aduan Anda di bawah 0,1%. Semakin sedikit aduan dalam program email Anda, semakin besar kemungkinan ISP akan melihat pesan Anda sebagai sah dan berharga. Tingkat ini harus dianggap sebagai tujuan yang wajar dan dapat dicapai, tetapi bukan aturan universal di semua ISP.
- Jika pelanggan mengeluh tentang email pemasaran, Anda harus segera berhenti mengirim email pemasaran pelanggan. Namun, jika program email Anda juga mencakup tipe email lain (seperti notifikasi atau email transaksional), mungkin dapat diterima untuk terus mengirim tipe pesan tersebut ke penerima yang mengeluarkan aduan.
- Seperti pentalan keras, jika Anda memiliki daftar yang belum pernah Anda kirim email dalam beberapa saat, pastikan penerima memahami alasan mereka menerima pesan Anda. Kami

merekomendasikan Anda mengirim pesan selamat datang yang mengingatkan mereka tentang Anda dan alasan Anda menghubungi mereka.

Ketika Anda menerima aduan, sangat penting jika Anda merespons mereka dengan tepat dengan mematuhi aturan berikut:

- Pastikan alamat yang Anda gunakan untuk menerima notifikasi aduan dapat menerima email.
- Pastikan jika notifikasi aduan Anda tidak ditandai sebagai spam oleh ISP atau sistem surat Anda.
- Notifikasi aduan biasanya berisi isi email; hal ini berbeda dari notifikasi pentalan, yang hanya mencakup header email. Namun, dalam notifikasi aduan, alamat email dari individu yang mengeluarkan aduan dihapus. Gunakan header X kustom atau pengidentifikasi khusus yang disematkan di isi email sehingga Anda dapat mengidentifikasi alamat email yang mengeluarkan aduan. Teknik ini memudahkan untuk mengidentifikasi alamat yang mengadu sehingga Anda dapat menghapusnya dari daftar penerima Anda.

Kualitas pesan

Penerima email menggunakan filter konten untuk mendeteksi karakteristik pesan tertentu dan menentukan apakah pesan tersebut sah. Filter konten ini secara otomatis meninjau konten pesan untuk mengidentifikasi sifat-sifat umum dari pesan berbahaya yang tidak diinginkan. Amazon Pinpoint menggunakan teknologi pemfilteran konten untuk membantu mendeteksi dan memblokir pesan yang berisi malware sebelum dikirim.

Jika filter konten penerima email menentukan pesan Anda memiliki karakteristik spam atau email berbahaya, pesan Anda kemungkinan besar akan ditandai dan dialihkan dari kotak masuk penerima.

Ingat hal berikut saat merancang email Anda:

- Filter konten modern cerdas, terus beradaptasi dan berubah. Filter tidak bergantung pada set aturan yang telah ditetapkan. Layanan pihak ke tiga seperti [ReturnPath](#) atau [Litmus](#) dapat membantu mengidentifikasi konten di email yang dapat memicu filter konten.
- Jika email Anda berisi tautan, periksa URL untuk tautan tersebut terhadap daftar penolakan, seperti yang ditemukan di [Uribl.com](#) dan [Surbl.org](#).
- Hindari menggunakan penyingkat tautan. Pengirim berbahaya dapat menggunakan penyingkat tautan untuk menyembunyikan tujuan tautan yang sebenarnya. Ketika ISP melihat layanan penyingkatan tautan—bahkan yang paling terkemuka—sedang digunakan untuk tujuan jahat, mereka dapat menolak daftar layanan tersebut sama sekali. Jika email Anda berisi tautan ke

layanan peningkatan tautan yang terdaftar menolak, tautan tersebut tidak akan masuk ke kotak masuk pelanggan, dan keberhasilan kampanye email Anda akan terganggu.

- Uji setiap tautan di email Anda untuk memastikan jika tautan tersebut mengarah ke halaman yang dimaksud.
- Pastikan situs web Anda menyertakan dokumen Kebijakan Privasi dan Ketentuan Penggunaan, dan dokumen-dokumen tersebut mutakhir. Ini adalah praktik yang baik untuk menautkan ke dokumen ini dari setiap email yang Anda kirim. Menyediakan tautan ke dokumen-dokumen ini menunjukkan bahwa Anda tidak menyembunyikan apa pun dari pelanggan Anda, yang dapat membantu membangun hubungan kepercayaan.
- Jika Anda berencana untuk mengirim konten frekuensi tinggi (seperti pesan "transaksi harian"), pastikan konten email Anda berbeda dengan setiap deployment. Ketika Anda mengirim pesan dengan frekuensi tinggi, Anda harus memastikan bahwa pesan tersebut tepat waktu dan relevan, bukan berulang-ulang dan mengganggu.

Amazon Pinpoint saluran SMS

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Anda dapat menggunakan saluran SMS di Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS (pesan teks) ke perangkat seluler pelanggan Anda. Amazon Pinpoint dapat mengirim pesan SMS ke penerima di [lebih dari 200 negara](#) dan wilayah. Di beberapa negara dan wilayah, Anda juga dapat menerima pesan dari pelanggan Anda dengan menggunakan fitur SMS dua arah. Saat Anda membuat akun Amazon Pinpoint baru, akun Anda ditempatkan di kotak pasir SMS. Ini awalnya membatasi pengeluaran bulanan Anda dan kepada siapa Anda dapat mengirim pesan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Amazon Pinpoint SMS sandbox](#).

Untuk mengirim pesan teks menggunakan Amazon Pinpoint, Anda harus [mengaktifkan saluran SMS di proyek Anda](#). Bergantung pada cara Anda menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS, Anda mungkin juga perlu [memulai permintaan](#) untuk mengaktifkan atau memodifikasi opsi SMS tertentu untuk akun Anda. AWS Support Misalnya, Anda dapat meminta untuk meningkatkan kuota

belanja SMS Anda, untuk berpindah dari kotak pasir ke produksi, atau Anda dapat meminta kode singkat untuk digunakan saat mengirim dan menerima pesan.

Untuk menerima pesan teks menggunakan Amazon Pinpoint, Anda harus terlebih dahulu mendapatkan [kode pendek khusus atau kode panjang](#). Ketika Anda memiliki nomor khusus, Anda dapat [mengaktifkan SMS dua arah untuk itu](#). Terakhir, Anda dapat [menentukan pesan yang dikirimkan Amazon Pinpoint kepada pelanggan saat menerima pesan masuk](#).

Di [bagian pengaturan SMS dan suara](#) di konsol Amazon Pinpoint, Anda dapat mengelola pengaturan saluran SMS untuk kasus penggunaan dan anggaran Anda. Misalnya, Anda dapat mengatur kuota belanja SMS bulanan, atau mengubah jenis pesan default Anda.

Note

Saat Anda mengonfigurasi pengaturan saluran SMS di Amazon Pinpoint, perubahan Anda berlaku untuk AWS layanan lain yang mengirim pesan SMS, seperti Amazon SNS.

Topik

- [Tentang kotak pasir SMS Amazon Pinpoint](#)
- [Menyiapkan saluran SMS Amazon Pinpoint](#)
- [Identitas asal untuk pesan SMS](#)
- [Batas dan batasan SMS di Amazon Pinpoint](#)
- [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Memantau aktivitas SMS dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Mengelola saluran SMS Amazon Pinpoint](#)
- [Uji pengiriman SMS dengan simulator SMS Amazon Pinpoint](#)
- [Kata kunci](#)
- [Pesan SMS dua arah di Amazon Pinpoint](#)
- [Kemampuan negara dan batasan untuk SMS dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Mengelola Kolam di Amazon Pinpoint](#)
- [Praktik terbaik](#)
- [Memahami laporan penagihan dan penggunaan SMS untuk Amazon Pinpoint](#)

Tentang kotak pasir SMS Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Tentang kotak pasir SMS dan Suara](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Akun Amazon Pinpoint baru ditempatkan ke dalam kotak pasir SMS. Kotak pasir melindungi AWS pelanggan dan penerima SMS dari penipuan dan penyalahgunaan. Kotak pasir juga menciptakan lingkungan yang aman untuk akun pengujian, pengembangan, dan QA.

Saat akun Anda berada di kotak pasir, Anda dapat menggunakan semua metode pengiriman SMS yang ditawarkan Amazon Pinpoint, seperti mengirim pesan menggunakan kampanye atau perjalanan, atau dengan menggunakan API. SendMessages Namun, pembatasan berikut diberlakukan saat akun Anda berada di kotak pasir:

- Anda memiliki batas pengeluaran SMS bulanan sebesar \$1,00 (USD).
- Anda hanya dapat mengirim pesan SMS ke nomor telepon tujuan terverifikasi. Anda dapat menambahkan hingga 10 nomor terverifikasi.
- Aturan dan batasan untuk mengirim pesan SMS ke setiap negara tujuan berlaku. Misalnya, jika Anda ingin mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat, Anda harus terlebih dahulu membeli nomor AS.
- Untuk memverifikasi bahwa Anda memiliki nomor telepon, kami mengirimkan kode verifikasi ke nomor tersebut. Meskipun biaya SMS standar per pesan biasanya berlaku, kami membebaskan biaya untuk kode verifikasi pertama untuk setiap nomor telepon. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat halaman [Harga Amazon Pinpoint](#).

Note

Tarif pesan dan data berlaku untuk pesan yang Anda terima. Kami mengirim satu pesan per permintaan verifikasi.

- Anda dapat menghapus nomor telepon tujuan. Namun, Anda harus menunggu 24 jam setelah menambahkan nomor telepon sebelum Anda dapat menghapusnya.
- Anda hanya dapat mengirim pesan SMS ke nomor tujuan yang diverifikasi.

Anda dapat menghapus batasan ini dengan meminta akses produksi. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Pindah dari kotak pasir SMS Amazon Pinpoint ke produksi](#).

Menambahkan nomor tujuan ke akun kotak pasir Amazon Pinpoint Anda

Untuk menggunakan kotak pasir SMS, Anda harus memberikan setidaknya satu nomor telepon tujuan yang Anda verifikasi untuk tujuan pengujian. Anda dapat menambahkan hingga 10 nomor tujuan terverifikasi. Angka-angka ini hanya digunakan di kotak pasir SMS.

Untuk menambahkan nomor tujuan

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Ikhtisar.
3. Di bagian Nomor telepon tujuan, pilih Tambahkan nomor telepon.
4. Pada jendela Tambahkan nomor telepon, untuk nomor telepon, masukkan nomor telepon yang akan ditambahkan, lalu pilih Kirim kode verifikasi.

Amazon Pinpoint mengirimkan kode enam digit yang dihasilkan secara acak ke nomor tujuan.

Note

Amazon Pinpoint mengirimkan kode verifikasi menggunakan salah satu nomor telepon di akun Anda. Jika Anda mencoba memverifikasi nomor telepon yang berbasis di AS, perhatikan bahwa Anda harus memiliki nomor telepon khusus di akun Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang pembelian nomor telepon, lihat [Meminta nomor](#).

5. Di bidang Kode verifikasi, masukkan kode enam digit, lalu pilih Kirim kode verifikasi.

Jika Anda tidak menerima kode setelah 15 menit, pilih Kirim ulang kode verifikasi. Anda dapat mencoba mengirim ulang kode hingga lima kali dalam 24 jam.

Memverifikasi nomor tujuan

Anda dapat memverifikasi nomor tujuan apa pun yang belum diverifikasi. Anda dapat memverifikasi hingga satu nomor sekaligus.

Untuk memverifikasi nomor tujuan

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Ikhtisar.
3. Di nomor telepon Tujuan, pilih nomor yang memiliki status verifikasi Unverified.
4. Pilih Verifikasi nomor telepon.
5. Pada jendela Verifikasi nomor telepon tujuan, pilih Kirim kode verifikasi.
6. Di kolom Kode verifikasi, masukkan kode yang Anda terima, lalu pilih Verifikasi nomor telepon tujuan.

Jika Anda tidak menerima kode setelah 15 menit, pilih Kirim ulang kode verifikasi. Anda dapat mencoba mengirim ulang kode hingga lima kali dalam 24 jam.

Menghapus nomor tujuan

Anda dapat menghapus nomor telepon yang terverifikasi dan tidak terverifikasi. Anda harus menunggu setidaknya 24 jam setelah menambahkan nomor sebelum Anda dapat menghapusnya.

Untuk menghapus nomor tujuan

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di bawah Pengaturan Akun, SMS, dan suara, pilih Nomor telepon tujuan.
3. Pilih satu atau beberapa nomor tujuan untuk dihapus.
4. Pilih Hapus nomor telepon.
5. Pilih Hapus.

Menyiapkan saluran SMS Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Untuk mengirim pesan SMS dengan Amazon Pinpoint, Anda memerlukan proyek Amazon Pinpoint di mana saluran SMS diaktifkan.

Anda juga dapat mengaktifkan saluran SMS untuk proyek yang ada dengan menggunakan halaman pengaturan SMS dan suara di konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola saluran SMS Amazon Pinpoint](#).

Membuat proyek baru dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint

Langkah pertama dalam menyiapkan saluran SMS di Amazon Pinpoint adalah membuat proyek baru. Selanjutnya, Anda mengaktifkan saluran SMS untuk proyek itu.

Untuk membuat proyek Amazon Pinpoint baru dan mengaktifkan saluran SMS


1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih Buat proyek.
3. Untuk nama Proyek, masukkan nama, lalu pilih Buat.

Note

Nama proyek dapat berisi hingga 64 karakter alfanumerik. Ini juga dapat mencakup karakter berikut: koma (,), titik (.), di tanda (@), garis bawah (_), sama dengan (=), dan tanda tambah (+).

4. Di bawah Fitur proyek, di bagian SMS dan suara, pilih Konfigurasi.
5. Pilih Aktifkan saluran SMS untuk proyek ini.
6. Di bawah Pengaturan tingkat akun, Anda dapat mengubah pengaturan berikut secara opsional:

- Jenis pesan default — Kategori pesan yang Anda rencanakan untuk dikirim. Pilih Transaksional untuk konten yang sensitif terhadap waktu, seperti peringatan dan kata sandi satu kali, atau pilih Promosi untuk konten terkait pemasaran.
- Batas pengeluaran akun — Jumlah maksimum uang, dalam Dolar AS, yang ingin Anda habiskan untuk mengirim pesan SMS per bulan kalender. Jika pengeluaran bulanan Anda melebihi nilai ini, Amazon Pinpoint dan AWS layanan lainnya berhenti mengirim pesan SMS dari akun Anda.

 Note

Jika Anda belum menggunakan Amazon Pinpoint atau Amazon SNS untuk mengirim pesan SMS dari akun Anda, akun AWS Anda akan memiliki kuota pengeluaran default sebesar \$1,00 (USD). Anda dapat meminta kenaikan kuota seluruh akun ini. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta kenaikan kuota belanja SMS bulanan Anda untuk Amazon Pinpoint](#).

- ID pengirim default — Identitas yang muncul di perangkat penerima saat mereka menerima pesan. Dukungan untuk kemampuan ID pengirim bervariasi menurut negara atau wilayah.

 Important

Pengaturan ini berlaku untuk seluruh AWS akun Anda. Saat Anda mengubah pengaturan ini, pengaturan tersebut berlaku untuk semua proyek Amazon Pinpoint lainnya di akun Anda, dan ke AWS layanan lain yang Anda gunakan untuk mengirim pesan SMS, seperti Amazon SNS.

7. Setelah selesai, pilih Simpan perubahan.

Langkah selanjutnya

Anda telah membuat proyek yang diaktifkan untuk pesan SMS. Sekarang Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS.

Beberapa opsi SMS, seperti nomor originasi khusus atau ID pengirim, tidak tersedia sampai Anda menghubungi. AWS Support Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Untuk melibatkan segmen audiens dengan kampanye SMS, lihat [Kampanye Amazon Pinpoint](#).

Untuk mengirim pesan SMS langsung ke audiens terbatas tanpa membuat kampanye, lihat [Kirim pesan pengujian dengan Amazon Pinpoint](#).

Identitas asal untuk pesan SMS

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memilih nomor telepon atau ID pengirim](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Ketika Anda mengirim pesan SMS menggunakan Amazon Pinpoint, Anda dapat mengidentifikasi diri Anda kepada penerima dengan salah satu dari tiga cara: dengan menggunakan ID pengirim, dengan menggunakan kode panjang, atau dengan menggunakan kode pendek. Metode mengidentifikasi diri Anda kepada pelanggan Anda dikenal sebagai identitas asal. Masing-masing jenis identitas asal ini memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri, yang dibahas pada bagian berikut. Nomor originasi khusus khusus negara. Anda tidak dapat meminta nomor originasi khusus untuk satu negara tetapi kemudian menggunakannya sebagai pencetus untuk negara lain.

ID Pengirim

ID pengirim adalah nama abjad yang mengidentifikasi pengirim pesan SMS. Saat Anda mengirim pesan SMS menggunakan ID pengirim, dan penerima berada di area di mana autentikasi ID pengirim didukung, ID pengirim akan muncul di perangkat penerima, bukan nomor telepon. ID pengirim memberi penerima SMS informasi lebih lanjut tentang pengirim daripada nomor telepon atau kode pendek yang disediakan.

ID pengirim didukung di beberapa negara dan wilayah di seluruh dunia. Di beberapa tempat, jika Anda adalah bisnis yang mengirim pesan SMS ke pelanggan individu, Anda harus menggunakan ID pengirim yang telah terdaftar sebelumnya dengan badan pengatur atau grup industri. Untuk daftar lengkap negara dan wilayah yang mendukung atau memerlukan ID pengirim, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

Keuntungan

ID pengirim memberi penerima informasi selengkapnya tentang pengirim pesan. Lebih mudah untuk menetapkan identitas merek Anda dengan menggunakan ID pengirim daripada dengan menggunakan kode pendek atau panjang. Tidak ada biaya tambahan untuk menggunakan ID pengirim.

Kekurangan

Support dan persyaratan untuk otentikasi ID pengirim tidak konsisten di semua negara atau wilayah. Beberapa pasar utama (termasuk Kanada, China, dan Amerika Serikat) tidak mendukung ID pengirim. Di beberapa area, Anda harus memiliki ID pengirim yang telah disetujui sebelumnya oleh badan pengatur sebelum Anda dapat menggunakannya.

Kode panjang

Important

Operator seluler AS baru-baru ini mengubah kebijakan mereka, dan akan mengharuskan semua kode panjang menyelesaikan proses pendaftaran sebelum 31/08/2023. Setelah tanggal ini pesan melalui kode panjang yang tidak terdaftar akan diblokir. Sebagai alternatif, Anda dapat memigrasikan kode panjang yang ada ke kode panjang 10 digit atau meminta nomor Bebas Pulsa (TFN) baru. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [10DLC](#) dan [Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#).

Kode panjang adalah nomor telepon yang menggunakan format nomor negara atau wilayah tempat penerima Anda berada. Kode panjang juga disebut sebagai nomor panjang atau nomor ponsel virtual. Misalnya, di Amerika Serikat dan Kanada, kode panjang berisi 11 digit: nomor 1 (kode negara), kode area tiga digit, dan nomor telepon tujuh digit.

Jika Anda menggunakan fitur SMS dua arah untuk mengirim dan menerima pesan SMS, Anda dapat meminta hingga lima kode panjang khusus per negara. Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode panjang, lihat [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#). Jika Anda ingin menggunakan kode panjang lokal di Amerika Serikat untuk mengirim pesan SMS, Anda harus meminta 10DLC, yang merupakan kode panjang sepuluh digit yang didedikasikan hanya untuk digunakan di Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika. Untuk informasi lebih lanjut tentang 10DLC, lihat [10DLC](#).

Keuntungan

Kode panjang khusus hanya dicadangkan untuk digunakan oleh akun Amazon Pinpoint Anda—kode tersebut tidak dibagikan dengan pengguna lain. Saat Anda menggunakan kode panjang khusus, Anda dapat menentukan kode panjang mana yang ingin Anda gunakan saat mengirim setiap pesan. Jika Anda mengirim beberapa pesan ke pelanggan yang sama, Anda dapat memastikan agar setiap pesan tampak dikirim dari nomor telepon yang sama. Untuk alasan ini, kode panjang khusus dapat membantu dalam membangun merek atau identitas Anda.

Kekurangan

Jika Anda mengirim beberapa ratus pesan per hari dari kode panjang khusus, operator seluler mungkin mengidentifikasi nomor Anda sebagai salah satu yang mengirim pesan yang tidak diminta. Jika kode panjang Anda ditandai, pesan Anda mungkin tidak dikirimkan ke penerima.

Kode panjang juga memiliki throughput terbatas. Jika Anda berencana untuk mengirim pesan SMS dalam jumlah besar, atau Anda berencana untuk mengirim lebih dari satu pesan per detik, Anda harus membeli kode pendek khusus.

Di Amerika Serikat, kode panjang lokal tidak dapat digunakan untuk pesan SMS A2P.

Banyak yurisdiksi memiliki batasan terkait penggunaan kode panjang untuk mengirim pesan SMS Aplikasi-ke-Orang (A2P). SMS A2P adalah pesan yang dikirim ke perangkat seluler pelanggan ketika pelanggan tersebut mengirimkan nomor ponselnya ke aplikasi. Pesan A2P adalah percakapan satu arah, seperti pesan pemasaran, kata sandi satu kali (OTP), dan pengingat janji temu. Jika Anda berencana untuk mengirim pesan A2P, Anda harus membeli kode pendek khusus (jika pelanggan Anda berada di Amerika Serikat atau Kanada), meminta 10DLC (hanya jika pelanggan Anda berada di Amerika Serikat atau wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam dan Samoa Amerika), atau menggunakan ID pengirim (jika penerima Anda berada di negara atau wilayah di mana ID pengirim didukung).

Nomor 10DLC hanya digunakan untuk mengirim pesan di Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika. Menggunakan nomor 10DLC mengharuskan Anda mendaftarkan merek perusahaan Anda dan kampanye yang ingin Anda kaitkan dengan nomor tersebut. [Setelah disetujui, Anda dapat meminta nomor telepon 10DLC di halaman SMS dan suara konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>](#). Setelah diminta, waktu untuk menerima persetujuan adalah 7-10 hari. Nomor tersebut tidak dapat digunakan dengan kampanye lain.

Nomor bebas pulsa

Nomor bebas pulsa biasanya digunakan untuk pesan transaksional, seperti konfirmasi pendaftaran atau untuk mengirim kata sandi satu kali dan hanya digunakan di Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika. Mereka dapat digunakan untuk pesan suara dan SMS. Throughput rata-rata adalah tiga bagian pesan per detik (MPS); Namun, throughput ini dipengaruhi oleh pengkodean karakter. Untuk informasi selengkapnya tentang cara pengkodean karakter memengaruhi bagian pesan, lihat [Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#).

Operator seluler AS mengharuskan Anda mendaftarkan nomor bebas pulsa Anda sebelum pesan langsung diaktifkan, lihat. [Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#) Saat menggunakan atau mendaftarkan nomor bebas pulsa sebagai pencetus, sebaiknya ikuti pedoman di bagian Praktik Terbaik untuk [Konten pesan terlarang](#)

Keuntungan

Pencetus bebas pulsa memiliki MPS yang lebih tinggi daripada kode panjang serta kemampuan pengiriman yang baik.

Kekurangan

Tidak ada kontrol atas opt-out dan opt-in karena ini dikelola di tingkat operator.

Anda tidak boleh menyertakan URL singkat dalam pesan Anda, atau menggunakan nomor tersebut untuk mengirim pesan promosi. Sebagai gantinya gunakan nomor 10DLC atau kode pendek. Saat Anda menggunakan kode pendek atau nomor 10DLC, Anda perlu mendaftarkan templat pesan Anda, yang dapat berisi URL singkat, dan dapat berupa pesan promosi. Informasi tambahan tentang kode pendek dijelaskan di bawah ini. Untuk informasi lebih lanjut tentang 10DLC, lihat. [10DLC](#)

Kode pendek

Kode pendek adalah urutan numerik yang lebih pendek dari nomor telepon biasa. Misalnya, di Amerika Serikat dan Kanada, nomor telepon standar (kode panjang) terdiri dari 11 digit, sementara kode pendek terdiri dari lima atau enam digit. Jika Anda mengirim sejumlah besar pesan SMS ke penerima di Amerika Serikat atau Kanada, Anda dapat membeli kode singkat. Kode singkat ini dicadangkan untuk penggunaan eksklusif Anda.

Note

Kode pendek bersama tidak lagi didukung oleh operator AS dan tidak lagi tersedia melalui Amazon Pinpoint.

Keuntungan

Menggunakan kode pendek yang mudah diingat dapat membantu membangun kepercayaan. Jika Anda perlu mengirim informasi sensitif, seperti kata sandi satu kali (OTP), sebaiknya Anda mengirimkannya menggunakan kode pendek sehingga pelanggan Anda dapat dengan cepat menentukan apakah pesan tersebut benar-benar berasal dari Anda.

Jika Anda menjalankan kampanye akuisisi pelanggan baru, Anda dapat mengundang pelanggan potensial untuk mengirim kata kunci ke kode pendek Anda (misalnya, "Teks FOOTBALL ke 10987 untuk berita dan informasi sepak bola"). Kode pendek lebih mudah diingat daripada kode panjang, dan lebih mudah bagi pelanggan untuk memasukkan kode pendek ke perangkat mereka. Dengan mengurangi kesulitan yang dihadapi pelanggan saat mereka mendaftar untuk program pemasaran Anda, Anda dapat meningkatkan efektivitas kampanye Anda.

Karena operator seluler harus menyetujui kode pendek baru sebelum mengaktifkannya, mereka cenderung tidak menandai pesan yang dikirim dari kode pendek sebagai tidak diminta.

Ketika Anda menggunakan kode pendek untuk mengirim pesan SMS, Anda dapat mengirim volume pesan yang lebih tinggi per periode 24 jam daripada yang Anda dapat ketika Anda menggunakan jenis identitas asal lainnya. Dengan kata lain, Anda memiliki kuota pengiriman yang jauh lebih tinggi. Anda juga dapat mengirim jauh lebih banyak pesan per detik. Artinya, Anda memiliki tingkat pengiriman yang jauh lebih tinggi.

Kekurangan

Ada biaya tambahan untuk mendapatkan kode pendek, dan perlu waktu lama untuk menerapkannya. Misalnya, di Amerika Serikat, ada biaya penyiapan satu kali sebesar \$650,00 (USD) untuk setiap kode pendek, ditambah biaya berulang tambahan sebesar \$995,00 per bulan untuk setiap kode pendek. Diperlukan waktu 8-12 minggu sampai kode pendek aktif di semua jaringan operator. Untuk menemukan harga dan waktu penyediaan untuk negara atau wilayah yang berbeda, selesaikan prosedur yang dijelaskan di [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Memilih jenis identitas originasi yang tepat untuk kasus penggunaan Anda

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Identitas originasi adalah nama atau nomor telepon yang dilihat penerima di perangkat mereka saat Anda mengirim mereka pesan SMS. Ada beberapa jenis identitas originasi, termasuk kode panjang (nomor telepon standar yang biasanya memiliki 10 digit atau lebih), kode pendek (nomor telepon yang berisi antara empat dan tujuh digit), dan ID Pengirim (nama yang berisi 6-11 karakter alfanumerik). Masing-masing jenis identitas originasi ini memiliki manfaat dan kekurangan yang unik. Bagian ini dimaksudkan untuk membantu Anda mengidentifikasi jenis identitas originasi yang tepat untuk kasus penggunaan Anda.

Topik di bagian ini:

- [Pertimbangan umum](#)
- [Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan satu arah](#)
- [Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan dua arah](#)

Pertimbangan umum

Ada beberapa pedoman yang perlu dipertimbangkan ketika Anda memutuskan jenis identitas originasi apa yang akan digunakan:

- ID pengirim adalah pilihan yang bagus untuk kasus penggunaan satu arah. Namun, mereka tidak tersedia di semua negara.
- Kode pendek adalah pilihan bagus untuk kasus penggunaan dua arah. Jika Anda harus memilih antara menggunakan kode pendek atau kode panjang, Anda harus memilih kode pendek.
- Di beberapa negara (seperti India dan Arab Saudi), kode panjang dapat digunakan untuk menerima pesan masuk, tetapi tidak dapat digunakan untuk mengirim pesan keluar. Anda dapat menggunakan kode panjang khusus masuk ini untuk memberi penerima cara untuk memilih keluar dari pesan yang Anda kirim menggunakan ID Pengirim.

- Di beberapa negara, kami mempertahankan kumpulan identitas originasi bersama. Jika Anda mengirim pesan ke penerima di negara tertentu, tetapi Anda tidak memiliki identitas originasi khusus di negara tersebut, kami berupaya menyampaikan pesan Anda menggunakan salah satu identitas bersama ini. Identitas bersama tidak tersedia di beberapa negara, termasuk Amerika Serikat dan China.
- Industri mobile berubah dengan cepat. Di banyak negara, ada kecenderungan peningkatan regulasi pesan SMS komersial. Operator dapat, dengan sedikit atau tanpa peringatan, memutuskan untuk melarang pesan yang dikirim dari identitas asal bersama. Jika ini terjadi, kami akan mencoba memberi tahu Anda tentang perubahan ini dengan peringatan sebelumnya sebanyak mungkin. Namun, operator umumnya memberi kami sedikit pemberitahuan sebelumnya tentang perubahan ini. Untuk alasan ini, identitas originasi khusus selalu lebih disukai daripada yang dibagikan.

Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan satu arah

Kasus penggunaan pesan satu arah adalah kasus penggunaan yang hanya melibatkan pengiriman pesan SMS keluar ke penerima Anda. Bagian ini memberikan informasi tentang memilih jenis identitas originasi yang tepat untuk kasus penggunaan pesan satu arah Anda. Jika kasus penggunaan Anda memerlukan pesan dua arah—yaitu, kemampuan untuk mengirim pesan keluar dan menerima pesan masuk—jawab pertanyaan sebagai gantinya. [Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan dua arah](#)

Kasus penggunaan pesan satu arah dapat menggunakan kode pendek, kode panjang, nomor bebas pulsa, atau ID Pengirim alfanumerik sebagai identitas asalnya. Jenis identitas originasi yang tepat untuk digunakan tergantung pada kebutuhan spesifik Anda, dan pada negara tempat penerima Anda berada.

Jawab pertanyaan-pertanyaan berikut untuk menentukan jenis identitas originasi yang tepat untuk kebutuhan Anda. Jika Anda memiliki penerima di beberapa negara, jawab pertanyaan-pertanyaan ini untuk setiap negara tempat penerima Anda berada.

1. Apakah Anda berencana mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat?
 - Jika Anda menjawab Ya, lanjutkan ke [pertanyaan 2](#).
 - Jika Anda menjawab Tidak, lanjutkan ke [pertanyaan 3](#).
2. Manakah dari tingkat throughput berikut yang paling sesuai dengan kasus penggunaan Anda? Tingkat throughput Anda adalah jumlah bagian pesan yang dapat Anda kirim setiap detik.

- 1—3 bagian pesan per detik: Gunakan nomor bebas pulsa. Anda juga dapat menggunakan nomor 10DLC atau kode pendek. Jenis nomor ini menyediakan banyak ruang untuk pertumbuhan, tetapi juga lebih mahal dan membutuhkan waktu lebih lama untuk diperoleh daripada nomor bebas pulsa.

Untuk informasi selengkapnya tentang meminta nomor bebas pulsa, lihat [Meminta nomor](#)

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- 10—75 bagian pesan per detik: Gunakan nomor 10DLC. Anda juga dapat menggunakan kode pendek, yang akan memberikan ruang tambahan untuk pertumbuhan, tetapi juga akan lebih mahal.

Untuk informasi selengkapnya tentang pengaturan 10DLC, lihat [10DLC](#)

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- 100 bagian pesan per detik atau lebih: Gunakan kode pendek. Saat Anda membuat permintaan di AWS Support Center Console, tentukan tingkat throughput yang Anda inginkan untuk didukung oleh kode pendek Anda. Kode pendek AS mendukung 100 bagian pesan per detik secara default, tetapi tingkat throughput dapat ditingkatkan melebihi tarif itu dengan biaya bulanan tambahan.

Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode singkat, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

3. Apakah penting untuk semua pesan Anda berasal dari identitas originasi yang sama?

- Jika Anda menjawab Ya, lanjutkan ke [pertanyaan 4](#).
- Jika Anda menjawab Tidak, lanjutkan ke [pertanyaan 6](#).

4. Apakah ID Pengirim didukung di negara tempat Anda berencana untuk mengirim pesan? Untuk daftar negara yang mendukung ID Pengirim, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

- Jika Anda menjawab Ya, lanjutkan ke [pertanyaan 5](#).
- Jika Anda menjawab Tidak, lanjutkan ke [pertanyaan 7](#).

5. Apakah negara yang Anda rencanakan untuk mengirim pesan memerlukan pra-pendaftaran ID Pengirim? Untuk daftar negara yang memerlukan pendaftaran ID Pengirim, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

- Jika Anda menjawab Ya, selesaikan proses ID Pengirim untuk negara tujuan. Setelah proses pendaftaran selesai, Anda dapat menggunakan ID Pengirim untuk mengirim pesan.

Jika Anda ingin menentukan identitas originasi seperti apa yang akan digunakan untuk negara lain, kembalilah ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- Jika Anda menjawab Tidak, Anda dapat menentukan ID Pengirim saat mengirim pesan.

Jika Anda ingin menentukan identitas originasi seperti apa yang akan digunakan untuk negara lain, kembalilah ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

6. Apakah Anda berencana mengirim pesan ke penerima di India?

- Jika Anda menjawab Ya, Anda dapat segera mulai mengirim. Namun, pesan yang Anda kirim dikenakan tarif International Long-Distance Operator (ILDO), yang biayanya beberapa kali lebih mahal daripada pesan yang dikirim menggunakan ID Pengirim terdaftar. Jika biaya merupakan faktor penting, Anda harus mempertimbangkan untuk [mendaftarkan perusahaan dan kasus penggunaan Anda di India](#). Ketika Anda menyelesaikan proses pendaftaran ini, Anda dapat mengirim pesan dengan tarif lokal yang lebih murah.

Jika Anda ingin menentukan identitas originasi seperti apa yang akan digunakan untuk negara lain, kembalilah ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- Jika Anda menjawab Tidak, Anda dapat mulai mengirim tanpa mendapatkan identitas originasi. Pesan Anda dikirim menggunakan identitas originasi yang dibagikan dengan pengguna Amazon Pinpoint lainnya. Kemampuan jaringan seluler di negara tujuan menentukan identitas apa yang ditampilkan kepada penerima ketika mereka menerima pesan dari Anda. Di negara yang mendukung ID Pengirim yang tidak terdaftar, pesan Anda dikirim menggunakan ID Pengirim generik (seperti "PEMBERITAHUAN"). Di negara yang tidak mendukung ID Pengirim, pesan Anda dikirim dari kode panjang acak atau kode pendek.

Jika Anda ingin menentukan identitas originasi seperti apa yang akan digunakan untuk negara lain, kembalilah ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

7. Apakah kode pendek khusus tersedia di negara tempat Anda berencana untuk mengirim pesan? Untuk daftar negara yang mendukung kode pendek khusus, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

- Jika Anda menjawab Ya, Anda harus menggunakan kode pendek.

- Jika Anda menjawab Tidak, lanjutkan ke [pertanyaan 8](#).
8. Apakah kode panjang khusus tersedia di negara tempat Anda berencana untuk mengirim pesan? Untuk daftar negara yang mendukung kode panjang khusus, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).
- Jika Anda menjawab Ya, Anda dapat menggunakan kode panjang khusus. Namun, jika ada jenis identitas khusus lainnya yang tersedia di negara tersebut (seperti ID Pengirim atau kode pendek), Anda harus menggunakan jenis identitas lainnya sebagai gantinya. Operator lebih cenderung memblokir pesan yang dikirim menggunakan kode panjang jika jenis identitas originasi lainnya juga tersedia.

Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode panjang SMS khusus, lihat [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Jika Anda ingin menentukan identitas originasi seperti apa yang akan digunakan untuk negara lain, kembalilah ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- Jika Anda menjawab Tidak, Anda dapat mulai mengirim tanpa mendapatkan ID originasi. Pesan Anda dikirim menggunakan identitas originasi yang dibagikan dengan pengguna Amazon Pinpoint lainnya. Kemampuan jaringan seluler di negara tujuan menentukan identitas apa yang ditampilkan kepada penerima ketika mereka menerima pesan dari Anda. Di negara yang mendukung ID Pengirim yang tidak terdaftar, pesan Anda dikirim menggunakan ID Pengirim generik (seperti "PEMBERITAHUAN"). Di negara yang tidak mendukung ID Pengirim, pesan Anda dikirim dari kode panjang acak atau kode pendek.

Jika Anda ingin menentukan identitas originasi seperti apa yang akan digunakan untuk negara lain, kembalilah ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan dua arah

Kasus penggunaan pesan dua arah adalah kasus penggunaan yang melibatkan pengiriman pesan SMS keluar ke pelanggan Anda dan menerima pesan SMS masuk dari mereka. Bagian ini memberikan informasi tentang memilih jenis identitas originasi yang tepat untuk kasus penggunaan pesan dua arah Anda. Jika kasus penggunaan Anda memerlukan pesan satu arah — yaitu, hanya kemampuan untuk mengirim pesan keluar — jawab pertanyaan sebagai gantinya. [Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan satu arah](#)

Jika Anda berencana untuk menerima pesan SMS masuk, Anda harus memiliki nomor telepon khusus. Ada berbagai jenis nomor telepon khusus tergantung pada negara tempat pelanggan Anda berada.

Jawab pertanyaan-pertanyaan berikut untuk menentukan jenis identitas originasi yang tepat untuk kebutuhan Anda. Jika Anda memiliki penerima di beberapa negara, jawab pertanyaan-pertanyaan ini untuk setiap negara tempat penerima Anda berada.

1. Apakah pesan dua arah didukung di negara yang Anda rencanakan untuk mengirim pesan? Untuk daftar lengkap negara yang mendukung pesan dua arah, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).
 - Jika Anda menjawab Ya, lanjutkan ke [pertanyaan 2](#).
 - Jika Anda menjawab Tidak, kasus penggunaan pesan dua arah tidak didukung, tetapi Anda masih dapat mengirim pesan satu arah. Untuk menemukan ID originasi untuk mengirim pesan satu arah, lihat [Memilih identitas originasi untuk kasus penggunaan pesan satu arah](#).
2. Apakah Anda berencana mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat?
 - Jika Anda menjawab Ya, lanjutkan ke [pertanyaan 3](#).
 - Jika Anda menjawab Tidak, lanjutkan ke [pertanyaan 4](#).
3. Manakah dari tingkat throughput berikut yang paling sesuai dengan kebutuhan Anda? Tingkat throughput Anda adalah jumlah bagian pesan yang dapat Anda kirim setiap detik.
 - 1—3 bagian pesan per detik: Gunakan nomor bebas pulsa. Anda juga dapat menggunakan nomor 10DLC atau kode pendek. Jenis nomor ini akan memberikan banyak ruang untuk pertumbuhan, tetapi juga akan lebih mahal dan membutuhkan waktu lebih lama untuk mendapatkannya.

Untuk informasi selengkapnya tentang meminta nomor bebas pulsa, lihat [Meminta nomor](#)

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- 10—75 bagian pesan per detik: Gunakan nomor 10DLC. Kode pendek juga akan berfungsi untuk kasus penggunaan Anda, dan akan memberikan ruang tambahan untuk pertumbuhan, tetapi juga akan lebih mahal.

Untuk informasi selengkapnya tentang pengaturan 10DLC, lihat [10DLC](#)

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- 100 bagian pesan per detik atau lebih: Gunakan kode pendek. Saat Anda membuat permintaan di AWS Support Center Console, tentukan tingkat throughput yang Anda inginkan untuk didukung oleh kode pendek Anda. Kode pendek AS mendukung 100 bagian pesan per detik secara default, tetapi tingkat throughput dapat ditingkatkan melebihi tarif itu dengan biaya bulanan tambahan.

Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode singkat, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).


Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

4. Apakah kode pendek khusus tersedia di negara tempat Anda berencana untuk mengirim pesan? Untuk daftar negara di mana kode pendek tersedia, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

- Jika Anda menjawab Ya, gunakan kode pendek khusus. Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode singkat, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

- Jika Anda menjawab Tidak, gunakan kode panjang khusus. Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode panjang SMS khusus, lihat [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

 Note

Jika kode pendek khusus dan kode panjang khusus tersedia di negara tujuan, Anda harus menggunakan kode pendek khusus. Operator seluler lebih cenderung memblokir atau membatasi pesan yang dikirim dari kode panjang jika kode pendek juga tersedia.

Jika Anda ingin menentukan jenis nomor originasi yang akan digunakan untuk negara lain, kembali ke [pertanyaan 1](#). Kalau tidak, berhenti di sini.

Batas dan batasan SMS di Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [batas dan batasan SMS](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Protokol SMS tunduk pada beberapa batasan dan batasan. Misalnya, ada batasan teknis yang membatasi panjang setiap pesan SMS. Ada juga batasan pada jenis konten yang dapat Anda kirim menggunakan SMS. Topik ini membahas beberapa batasan dan batasan ini.

Saat Anda mengirim pesan SMS menggunakan Amazon Pinpoint, Anda harus mempertimbangkan batasan dan batasan ini. Untuk hasil terbaik, Anda juga harus menerapkan teknik yang dibahas di [Praktik terbaik](#).

Topik

- [Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#)
- [Batas Message Parts per Second \(MPS\)](#)
- [Rute pesan](#)
- [Pesan fallback](#)
- [Memilih keluar](#)

Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint


Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Satu pesan SMS dapat berisi hingga 140 byte informasi. Jumlah karakter yang dapat Anda sertakan dalam satu pesan SMS tergantung pada jenis karakter yang terkandung dalam pesan tersebut.

Jika pesan Anda hanya menggunakan [karakter dalam set karakter GSM 03.38](#), juga dikenal sebagai alfabet GSM 7-bit, dapat berisi hingga 160 karakter. Jika pesan Anda berisi karakter apa pun yang berada di luar set karakter GSM 03.38, pesan tersebut dapat memiliki hingga 70 karakter. Saat Anda mengirim pesan SMS, Amazon Pinpoint secara otomatis menentukan pengkodean yang paling efisien untuk digunakan.

Ketika pesan berisi lebih dari jumlah maksimum karakter, pesan dibagi menjadi beberapa bagian. Ketika pesan dibagi menjadi beberapa bagian, setiap bagian berisi informasi tambahan tentang bagian pesan yang mendahuluinya. Ketika perangkat penerima menerima bagian pesan yang dipisahkan dengan cara ini, ia menggunakan informasi tambahan ini untuk memastikan bahwa semua bagian pesan ditampilkan dalam urutan yang benar. Bergantung pada operator seluler dan perangkat penerima, beberapa pesan mungkin ditampilkan sebagai satu pesan, atau sebagai urutan pesan terpisah. Akibatnya jumlah karakter di setiap bagian pesan dikurangi menjadi 153 (untuk pesan yang hanya berisi karakter GSM 03.38) atau 67 (untuk pesan yang berisi karakter lain). Anda dapat memperkirakan berapa banyak bagian pesan yang berisi pesan Anda sebelum Anda mengirimnya dengan menggunakan alat kalkulator panjang SMS, beberapa di antaranya tersedia secara online. Ukuran maksimum yang didukung dari pesan apa pun adalah 1600 karakter GSM atau 630 karakter non-GSM. Jika ukuran pesan lebih besar dari ukuran yang didukung, pesan akan gagal dan Amazon Pinpoint akan mengembalikan Pengecualian Pesan Tidak Valid. Untuk informasi selengkapnya tentang throughput dan ukuran pesan, lihat [Batas Message Parts per Second \(MPS\)](#).

 Important

Jika ukuran pesan lebih besar dari ukuran yang didukung, pesan akan gagal dan Amazon Pinpoint akan mengembalikan Pengecualian Pesan Tidak Valid.

Untuk melihat jumlah bagian pesan untuk setiap pesan yang Anda kirim, Anda harus mengaktifkan [streaming acara](#) terlebih dahulu. Saat melakukannya, Amazon Pinpoint menghasilkan `_SMS.SUCCESS` peristiwa saat pesan dikirimkan ke penyedia seluler penerima. Catatan `_SMS.SUCCESS` acara berisi atribut yang disebut `attributes.number_of_message_parts`. Atribut ini menentukan jumlah bagian pesan yang berisi pesan.

⚠ Important

Saat mengirim pesan yang berisi lebih dari satu bagian pesan, Anda akan dikenakan biaya untuk jumlah bagian pesan yang terdapat dalam pesan.

GSM 03.38 set karakter

Tabel berikut mencantumkan semua karakter yang hadir dalam set karakter GSM 03.38. Jika Anda mengirim pesan yang hanya menyertakan karakter yang ditampilkan dalam tabel berikut, maka pesan tersebut dapat berisi hingga 160 karakter.

GSM 03.38 karakter standar												
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	D	T	U	V	W	X	Y	Z
a	b	c	d	e	f	g	-h	saya	j	k	l	m
n	o	p	q	r	d	t	u	v	w	x	y	z
à	Å	å	Ä	ä	Ç	É	é	è	ì	Ñ	ñ	ò
Ø	ø	Ö	ö	ù	Ü	ü	Æ	æ	ß	0	1	2
3	4	5	6	7	8	9	&	*	@	:	,	¤
\$	=	!	>	#	-	ì	¿	(<	%	.	+
£	?	")	§	;	'	/	_	¥	Δ	Φ	Γ
Λ	Ω	Π	Ψ	Σ	Θ	Ξ						

Set karakter GSM 03.38 mencakup beberapa simbol selain yang ditunjukkan pada tabel sebelumnya. Namun, masing-masing karakter ini dihitung sebagai dua karakter karena juga mencakup karakter pelarian yang tidak terlihat:

- ^

- {
- }
- \
- [
-]
- ~
- |
- €

Akhirnya, set karakter GSM 03.38 juga mencakup karakter non-cetak berikut:

- Karakter luar angkasa.
- Kontrol umpan baris, yang menandakan akhir dari satu baris teks dan awal baris lainnya.
- Sebuah carriage return control, yang bergerak ke awal baris teks (biasanya mengikuti karakter line feed).
- Kontrol pelarian, yang secara otomatis ditambahkan ke karakter dalam daftar sebelumnya.

Contoh olahpesan

Bagian ini berisi beberapa contoh pesan SMS. Untuk setiap contoh, bagian ini menunjukkan jumlah total karakter, serta jumlah bagian pesan untuk pesan.

Contoh 1: Pesan panjang yang hanya berisi karakter dalam alfabet GSM 03.38

Pesan berikut hanya berisi karakter yang ada di alfabet GSM 03.38.

Hello Carlos. Your Example Corp. bill of \$100 is now available. Autopay is scheduled for next Thursday, April 9. To view the details of your bill, go to <https://example.com/bill1>.

Pesan sebelumnya berisi 180 karakter, sehingga harus dibagi menjadi beberapa bagian pesan. Ketika pesan dibagi menjadi beberapa bagian pesan, setiap bagian dapat berisi 153 karakter GSM 03.38. Akibatnya, pesan ini dikirim sebagai 2 bagian pesan.

Contoh 2: Pesan yang berisi karakter multi-byte

Pesan berikut berisi beberapa karakter Mandarin, yang semuanya berada di luar alfabet GSM 03.38.

#####.#####1994#7#####

Pesan sebelumnya berisi 71 karakter. Namun, karena hampir semua karakter dalam pesan berada di luar alfabet GSM 03.38, itu dikirim sebagai dua bagian pesan. Masing-masing bagian pesan ini dapat berisi maksimal 67 karakter.

Contoh 3: Pesan yang berisi satu karakter non-GSM

Pesan berikut berisi satu karakter yang bukan bagian dari alfabet GSM 03.38. Dalam contoh ini, karakter adalah kutipan tunggal penutup ('), yang merupakan karakter yang berbeda dari apostrof biasa ('). Aplikasi pengolah kata seperti Microsoft Word sering secara otomatis mengganti apostrof dengan menutup tanda kutip tunggal. Jika Anda menyusun pesan SMS Anda di Microsoft Word dan menempelkannya ke Amazon Pinpoint, Anda harus menghapus karakter khusus ini dan menggantinya dengan apostrof.

John: Your appointment with Dr. Salazar's office is scheduled for next Thursday at 4:30pm. Reply YES to confirm, NO to reschedule.

Pesan sebelumnya berisi 130 karakter. Namun, karena berisi karakter kutipan tunggal penutup, yang bukan bagian dari alfabet GSM 03.38, itu dikirim sebagai dua bagian pesan.

Jika Anda mengganti karakter kutipan tunggal penutup dalam pesan ini dengan tanda kutip (yang merupakan bagian dari alfabet GSM 03.38), maka pesan dikirim sebagai bagian pesan tunggal.

Batas Message Parts per Second (MPS)

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Pesan SMS dikirimkan dalam bagian 140 byte yang dikenal sebagai bagian pesan. Pesan yang sangat panjang, atau yang mengandung banyak karakter multi-byte, dibagi menjadi beberapa bagian pesan. Pesan-pesan ini biasanya dirakit ulang pada perangkat penerima, muncul sebagai pesan panjang tunggal, bukan beberapa pesan kecil. Untuk informasi selengkapnya tentang batas karakter SMS, lihat [Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#).

Untuk alasan ini, batas throughput SMS diukur dalam Message Parts per Second (MPS) — yaitu, jumlah maksimum bagian pesan yang dapat Anda kirim dalam satu detik. Batas MPS Anda tergantung pada negara tujuan pesan Anda, serta jenis nomor telepon (nomor originasi) yang Anda gunakan untuk mengirim pesan. Misalnya, jika Anda menggunakan kode pendek Amerika Serikat untuk mengirim pesan ke penerima di AS, Anda dapat mengirim 100 MPS. Namun, jika Anda menggunakan nomor bebas pulsa AS untuk mengirim ke penerima AS, Anda hanya dapat mengirim 3 MPS.

Bagian berikut menjelaskan MPS untuk berbagai jenis nomor originasi dan untuk berbagai negara.

Kode pendek

Tabel berikut menunjukkan batas MPS umum untuk kode pendek khusus.

Wilayah geografis	ANGGOTA PARLEMEN
Amerika Serikat (AS)	100 MPS
Kanada (CA)	100 MPS
Semua negara dan wilayah lainnya	Bervariasi menurut negara.

Kode panjang

Tabel berikut menunjukkan batas MPS umum untuk kode panjang khusus.

Wilayah geografis	ANGGOTA PARLEMEN
Kanada (CA)	1 MPS
Semua negara dan wilayah lainnya	10 MPS

10 digit kode panjang (10DLC)

Tabel berikut menunjukkan batas MPS umum untuk kode panjang 10 digit.

Wilayah geografis	ANGGOTA PARLEMEN
Amerika Serikat (AS) dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam dan Samoa Amerika (10DLC)	Default 1 MPS. Batas peningkatan bervariasi. Bergantung pada operator, berdasarkan jenis kampanye atau tingkat merek. Untuk mengirimkan kenaikan batas lihat kuota SMS

Nomor bebas pulsa

Nomor bebas pulsa saat ini hanya tersedia di Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika. Nomor bebas pulsa mendukung 3 MPS dan mengharuskan Anda mendaftarkan nomor bebas pulsa. Untuk informasi lebih lanjut tentang mendaftarkan nomor bebas pulsa, lihat [Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#)

Important

Jika persyaratan throughput Anda melebihi 3 MPS, Anda harus menggunakan nomor 10DLC atau kode pendek. Jika Anda membeli beberapa nomor bebas pulsa dan mencoba mendistribusikan throughput Anda di seluruh mereka, operator seluler cenderung memfilter semua pesan Anda dari jaringan mereka.

ID Pengirim

Tabel berikut menunjukkan batas MPS umum untuk ID pengirim.

Jenis ID pengirim	ANGGOTA PARLEMEN
Ditentukan pelanggan menggunakan Amazon Pinpoint API atau dari konsol Amazon Pinpoint	10 MPS

Jenis ID pengirim	ANGGOTA PARLEMEN
Rute bersama/nomor milik pelanggan	10 MPS

Rute pesan

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Rute yang digunakan pesan tergantung pada jenis yang ditetapkan untuk pesan, baik promosi maupun transaksional. Saat membeli nomor baru menggunakan konsol Amazon Pinpoint, Anda akan diminta untuk memilih jenis rute. Rute promosi biasanya pemasaran atau pesan yang berhubungan dengan penjualan. Beberapa negara atau wilayah memiliki jam waktu tenang ketika Anda tidak diizinkan mengirim pesan promosi. Rute transaksional lebih sensitif terhadap waktu, seperti pengaturan ulang kata sandi atau kata sandi satu kali. Ini dapat diterapkan ke nomor saat Anda membeli nomor baru atau dapat diteruskan sebagai parameter opsional dalam `SendMessage` pengoperasian Amazon Pinpoint API. Saat mengirim pesan menggunakan nomor tersebut sebagai pencetusnya, Amazon Pinpoint kemudian memilih rute promosi atau transaksional yang berlaku.

Anda meneruskan jenis rute sebagai parameter opsional menggunakan `SendMessage` pengoperasian Amazon Pinpoint API. Dalam beberapa kasus, Anda mungkin menggunakan `SenderId` sebagai pencetusnya, atau Anda mungkin memiliki kumpulan nomor bersama. Jika Anda memiliki nomor transaksi dan promosi yang terkait dengan akun Anda untuk negara tujuan, Amazon Pinpoint memilih nomor transaksional secara default. Tanda terima pengiriman dan dasbor Pengiriman menunjukkan rute sebagai promosi atau transaksional, berdasarkan nomor yang dipilih.

Pesan fallback

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Saat mengirim pesan menggunakan Amazon Pinpoint API, tiga parameter opsional dapat diteruskan dalam permintaan: `originNumber`, `registeredKeyword`, dan `senderID`. Jika Amazon Pinpoint menemukan `originNumber` kesalahan - misalnya, karakter yang tidak valid - dan kesalahan dapat diambil, Amazon Pinpoint menggunakan proses fallback untuk memilih nomor yang valid untuk permintaan tersebut. Fallback memeriksa nomor yang valid dalam urutan di bawah ini. Kapan saja selama proses ini Amazon Pinpoint akan memilih nomor valid pertama yang ditemukannya sebagai nomor asal.

1. Nomor asal. Nomor originasi valid lainnya diperiksa.
2. Kata kunci. Kata kunci terdaftar dipindai dan dicocokkan dengan nomor khusus apa pun.
3. ID pengirim. ID pengirim lain yang valid diperiksa.

Note

Jika mengirim pesan dengan `originNumber` yang tidak ada di akun Anda, tidak ada proses fallback, dan pesan pengecualian dikembalikan sebagai gantinya.

Jika tidak ada parameter sebelumnya yang diteruskan dalam permintaan, Amazon Pinpoint melihat akun Anda dan memeriksa nomor yang valid dalam urutan ini:

1. Nomor khusus. Setiap nomor khusus yang terkait dengan akun Anda diperiksa dalam urutan ini: kode pendek, 10DLC, kode panjang/nomor bebas pulsa. Nomor domestik diperiksa sebelum nomor internasional. Jika Anda memiliki kode panjang transaksional dan promosi di akun Anda, Amazon Pinpoint memilih nomor transaksional secara default.
2. ID pengirim default
3. Rute bersama.

Note

Amazon Pinpoint akan melakukan upaya terbaik untuk menyampaikan pesan di negara-negara di mana identitas originasi tidak diperlukan.

Memilih keluar

⚠ Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Pengaturan opt-out dikontrol pada halaman pengaturan SMS konsol Amazon Pinpoint. Secara default, opt-out dikelola secara AWS otomatis. Anda dapat memilih untuk menonaktifkan penanganan opt-out otomatis ini dengan mengaktifkan opt-out yang dikelola sendiri. Akun Anda dapat berisi nomor yang dikelola oleh opt-out AWS dan nomor yang opt-outnya dikelola sendiri. Untuk informasi selengkapnya tentang mengaktifkan opt-out yang dikelola sendiri, lihat [the section called “Opt-out yang dikelola sendiri”](#)

Kata kunci opt-out yang didukung

Jika diwajibkan oleh undang-undang dan peraturan setempat (seperti di AS dan Kanada), penerima SMS dapat menggunakan perangkat mereka untuk memilih keluar dengan membalas pesan dengan salah satu dari berikut ini:

- TUNGGAKAN
- CANCEL (BATALKAN)
- END (AKHIRI)
- OPT-OUT (memilih tidak menerima SMS)
- OPTOUT (memilih tidak menerima SMS)
- QUIT (BERHENTI)
- REMOVE (HAPUS)

- STOP (BERHENTI)
- TD
- UNSUBSCRIBE (BERHENTI BERLANGGANAN)

Untuk memilih keluar, penerima harus membalas kode panjang atau kode pendek yang sama dengan yang digunakan Amazon Pinpoint untuk menyampaikan pesan. Setelah memilih keluar, penerima tidak lagi menerima pesan SMS dari AWS akun Anda.

Note

Untuk nomor bebas pulsa AS, opt-out dikelola di tingkat operator. Satu-satunya kata kunci opt-out yang didukung untuk nomor bebas pulsa AS adalah STOP. Anda tidak dapat menambahkan kata kunci opt-out tambahan, atau mengubah pesan respons yang diterima penerima saat mereka memilih keluar.

Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

[Opsi SMS tertentu di Amazon Pinpoint hanya dapat dikonfigurasi dengan membuat kasing di Pusat. AWS Support](#) Buka kasing untuk meminta salah satu dari berikut ini:

- Peningkatan ambang batas biaya pengeluaran SMS bulanan Anda

Secara default, ambang batas pengeluaran bulanan adalah sebesar \$1,00 (USD). Ambang batas pengeluaran Anda menentukan volume pesan yang dapat Anda kirim dengan Amazon Pinpoint. Minta ambang pengeluaran yang memenuhi volume pesan bulanan yang diharapkan untuk kasus penggunaan SMS Anda.

- Kode pendek khusus

Kode pendek adalah nomor telepon pendek (biasanya 5-6 digit) yang digunakan untuk mengirim pesan SMS. Ketersediaan dan kemampuan kode pendek bervariasi menurut negara atau wilayah. Biasanya, kode pendek menawarkan throughput yang lebih tinggi daripada jenis nomor telepon khusus lainnya. Kode pendek juga mendukung pesan dua arah. Namun, harganya biasanya lebih mahal daripada jenis nomor lainnya, dan bisa memakan waktu lama untuk mendapatkannya.

- ID pengirim khusus

ID pengirim adalah pengenal alfabet yang ditampilkan sebagai pengirim di perangkat penerima. Misalnya, Anda dapat menggunakan nama bisnis Anda untuk membuat sumber pesan lebih mudah dikenali. Dukungan untuk ID pengirim bervariasi menurut negara atau wilayah. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

- Kode panjang yang tidak dapat Anda beli melalui konsol Amazon Pinpoint

Anda dapat membeli kode panjang untuk beberapa negara secara langsung melalui konsol Amazon Pinpoint. Kode panjang tersedia di beberapa negara tambahan. Harga dan ketersediaan kode panjang bervariasi menurut negara.

- Perubahan pada pendaftaran perusahaan 10DLC

Anda dapat [mengedit sebagian besar pendaftaran perusahaan 10DLC Anda](#) melalui konsol Amazon Pinpoint. Namun, kolom ID Pajak dan Nama Perusahaan Terdaftar hanya dapat diubah dengan membuka AWS Support tiket.

Saat Anda membuat kasus di Pusat AWS Dukungan, sertakan semua informasi yang diperlukan untuk jenis permintaan yang Anda kirimkan. Jika tidak, AWS Support akan menghubungi Anda untuk mendapatkan informasi ini sebelum melanjutkan. Dengan mengirimkan kasus terperinci, Anda membantu memastikan bahwa permintaan Anda terpenuhi dengan cepat. Untuk detail yang diperlukan untuk jenis permintaan SMS tertentu, lihat topik di bagian ini.

Topik

- [Meminta kenaikan kuota belanja SMS bulanan Anda untuk Amazon Pinpoint](#)
- [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Meminta ID pengirim untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Pindah dari kotak pasir SMS Amazon Pinpoint ke produksi](#)

Meminta kenaikan kuota belanja SMS bulanan Anda untuk Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Kuota pengeluaran Anda menentukan berapa banyak uang yang dapat Anda keluarkan untuk mengirim pesan SMS melalui Amazon Pinpoint setiap bulannya. Ketika Amazon Pinpoint menentukan bahwa mengirim pesan SMS akan dikenakan biaya yang melebihi kuota pengeluaran Anda untuk bulan berjalan, itu berhenti menerbitkan pesan SMS dalam beberapa menit.

Important

Karena Amazon Pinpoint adalah sistem terdistribusi, Amazon Pinpoint berhenti mengirim pesan SMS dalam beberapa menit setelah kuota pengeluaran terlampaui. Selama periode ini, jika Anda terus mengirim pesan SMS, Anda mungkin akan dikenakan biaya yang melebihi kuota Anda.

Kami menetapkan kuota pengeluaran untuk semua akun baru sebesar \$1,00 (USD) per bulan. Kuota ini dimaksudkan untuk memungkinkan Anda menguji kemampuan pengiriman pesan Amazon Pinpoint. Kuota ini juga membantu mengurangi risiko pengiriman kampanye besar sebelum Anda benar-benar siap menggunakan Amazon Pinpoint untuk beban kerja produksi Anda. Terakhir, kuota ini diperlukan untuk mencegah pengguna jahat menyalahgunakan Amazon Pinpoint.

Anda dapat meminta peningkatan kuota belanja SMS untuk akun Anda dengan membuka kasus peningkatan kuota di AWS Support Center. Perhatikan bahwa batas pengeluaran bersifat spesifik wilayah karena bervariasi menurut wilayah. Karena itu, Anda harus menentukan wilayah di mana Anda memerlukan peningkatan.

Langkah 1: Buka kasing SMS Amazon Pinpoint

Untuk meminta peningkatan kuota pengeluaran bulanan Anda dengan membuka kasus peningkatan kuota di Pusat Dukungan AWS.


Note

Beberapa bidang pada formulir permintaan ditandai sebagai "opsional." Namun, AWS Support memerlukan semua informasi yang disebutkan dalam langkah-langkah berikut untuk memproses permintaan Anda. Jika Anda tidak memberikan semua informasi yang diperlukan, Anda mungkin mengalami penundaan dalam pemrosesan permintaan Anda.

Cara meminta kenaikan kuota pengeluaran

1. Masuk ke AWS Management Console di <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? link, lalu lengkapi yang berikut ini:
 - Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
 - (Opsional) Untuk Menyediakan tautan ke situs atau aplikasi yang akan mengirim pesan SMS, memberikan informasi tentang situs web, aplikasi, atau layanan yang akan mengirim pesan SMS.
 - (Opsional) Untuk jenis pesan apa yang ingin Anda kirim, pilih jenis pesan yang akan dikirim menggunakan kode panjang Anda:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.
 - Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.
 - (Opsional) Untuk AWS Wilayah mana Anda akan mengirim pesan, pilih wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.
 - (Opsional) Untuk negara mana Anda berencana untuk mengirim pesan, masukkan negara atau wilayah tempat Anda ingin membeli kode pendek.
 - (Opsional) Dalam Bagaimana pelanggan Anda memilih untuk menerima pesan dari Anda, berikan detail tentang proses keikutsertaan Anda.

- (Opsional) Di kolom Harap berikan templat pesan yang Anda rencanakan untuk digunakan untuk mengirim pesan ke pelanggan Anda, sertakan templat yang akan Anda gunakan.
5. Di bawah Permintaan, lengkapi bagian berikut:
- Untuk Wilayah, pilih Wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.

 Note

Wilayah diperlukan di bagian Permintaan. Bahkan jika Anda memberikan informasi ini di bagian Rincian kasus, Anda juga harus memasukkannya di sini.

- Untuk Resource Type (Jenis Sumber Daya), pilih General Limits (Batas Umum).
 - Untuk Limit, pilih Kenaikan Ambang Batas Pengeluaran Akun.
6. Untuk nilai New limit, masukkan jumlah maksimum (dalam USD) yang dapat Anda belanjakan untuk SMS setiap bulan kalender.
7. Di bawah deskripsi Kasus, untuk deskripsi kasus Penggunaan, berikan rincian berikut:
- Situs web atau aplikasi perusahaan atau layanan yang mengirim pesan SMS.
 - Layanan yang disediakan oleh situs web atau aplikasi Anda, dan bagaimana pesan SMS Anda berkontribusi pada layanan itu.
 - Bagaimana pengguna mendaftar untuk secara sukarela menerima pesan SMS Anda di situs web, aplikasi, atau lokasi lain Anda.

Jika kuota pengeluaran yang Anda minta (nilai yang Anda tentukan untuk nilai kuota Baru) melebihi \$10.000 (USD), berikan rincian tambahan berikut untuk setiap negara yang Anda kirim pesan:

- Baik Anda menggunakan ID pengirim atau kode pendek. Jika Anda menggunakan ID pengirim, berikan:
 - ID pengirim.
 - Apakah ID pengirim terdaftar dengan operator nirkabel di negara tersebut.
- Maksimum yang diharapkan transactions-per-second (TPS) untuk pesan Anda.
- Ukuran pesan rata-rata.
- Template untuk pesan yang Anda kirim ke negara tersebut.

- (Opsional) Kebutuhan pengkodean karakter, jika ada.
8. (Opsional) Jika Anda ingin mengirimkan permintaan lebih lanjut, pilih Tambahkan permintaan lain. Jika Anda menyertakan beberapa permintaan, berikan informasi yang diperlukan untuk masing-masing permintaan. Untuk informasi yang diperlukan, lihat bagian lain di dalamnya [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).
 9. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
 10. Setelah selesai, pilih Kirim.

Tim Support AWS memberikan respons awal atas permintaan Anda dalam 24 jam.

Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami harus mempertimbangkan setiap permintaan dengan hati-hati. Jika kami dapat melakukannya, kami akan mengabulkan permintaan Anda dalam periode 24 jam ini. Namun, jika kami perlu mendapatkan informasi tambahan dari Anda, mungkin diperlukan waktu lebih lama untuk menyelesaikan permintaan Anda.

Kami mungkin tidak dapat mengabulkan permintaan Anda jika kasus penggunaan Anda tidak selaras dengan kebijakan kami.

Langkah 2: Perbarui pengaturan SMS Anda di konsol Amazon Pinpoint

Setelah kami memberi tahu Anda bahwa kuota belanja bulanan Anda telah meningkat, Anda harus menyesuaikan kuota pengeluaran untuk akun Anda di konsol Amazon Pinpoint.

Cara menyesuaikan kuota pengeluaran Anda di konsol tersebut

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di halaman All projects (Semua proyek), pilih proyek yang menggunakan saluran SMS.
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Di bagian SMS and voice (SMS dan suara), pilih Edit.
5. Di bawah Account-level settings (Pengaturan tingkat akun), untuk Account spending limit (Batas pengeluaran akun), masukkan jumlah maksimum, dalam Dolar AS, yang ingin Anda gunakan untuk pengeluaran pesan SMS setiap bulannya. Anda dapat menentukan nilai yang kurang dari atau sama dengan total kuota pengeluaran bulanan yang disediakan oleh AWS Support. Dengan menetapkan nilai yang lebih rendah, Anda dapat mengontrol pengeluaran bulanan Anda sambil tetap memiliki kapasitas untuk menaikkan skalanya jika perlu.

6. Pilih Simpan perubahan.

Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Kode pendek adalah nomor yang dapat Anda gunakan untuk pengiriman pesan SMS volume tinggi. Kode pendek sering digunakan untuk pesan application-to-person (A2P), otentikasi dua faktor (2FA), dan pemasaran. Kode pendek biasanya berisi antara tiga dan tujuh digit, tergantung pada negara tempat ia berada.

Anda hanya dapat menggunakan kode pendek untuk mengirim pesan ke penerima di negara yang sama dengan kode pendek tersebut. Jika kasus penggunaan mengharuskan Anda menggunakan kode pendek di lebih dari satu negara, Anda harus meminta kode pendek terpisah untuk setiap negara tempat penerima Anda berada.

Untuk informasi tentang harga kode pendek, lihat harga [Amazon Pinpoint](#).

Pertimbangan penting

Sebelum Anda meminta kode singkat, pertimbangkan informasi berikut:

- Jika Anda berencana untuk menggunakan kode singkat untuk mengirim pesan yang berisi Informasi Kesehatan yang Dilindungi (PHI), Anda harus mengidentifikasi tujuan ini di bidang Deskripsi kasus pada kasus dukungan Anda.
- Amazon Pinpoint saat ini hanya mendukung kode pendek standar. Kode pendek Free-to-End-User (FTEU) tidak didukung.
- Jika Anda baru mengenal pesan SMS dengan Amazon Pinpoint, Anda harus meminta ambang pengeluaran SMS bulanan yang memenuhi permintaan yang diharapkan dari kasus penggunaan SMS Anda. Secara default, ambang batas pengeluaran bulanan Anda adalah \$1,00 (USD). Anda dapat meminta untuk meningkatkan ambang batas pengeluaran Anda dalam kasus dukungan yang

sama yang mencakup permintaan Anda untuk kode pendek. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta kenaikan kuota belanja SMS bulanan Anda untuk Amazon Pinpoint](#).

Langkah 1: Buka kasus dukungan

Langkah pertama dalam meminta kode singkat adalah membuka kasus Peningkatan Batas Layanan di Konsol Pusat Dukungan.


Untuk meminta kode pendek

1. Buka Support Center Console di <https://console.aws.amazon.com/support/home>.
2. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
3. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? link, lalu lengkapi yang berikut ini:
 - Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
 - Untuk Berikan tautan ke situs atau aplikasi yang akan mengirimkan pesan SMS, berikan informasi tentang situs web, aplikasi, atau layanan yang akan mengirim pesan SMS.
 - Untuk Jenis pesan apa yang ingin Anda kirim, pilih jenis pesan yang akan dikirim menggunakan kode singkat Anda:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.
 - Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.
 - Untuk Dari mana Anda Wilayah AWS akan mengirim pesan, pilih wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.

Note


Kode pendek hanya bisa ada dalam satu Wilayah AWS. Jika Anda ingin dapat menggunakan kode pendek di lebih dari satu Wilayah AWS, Anda harus meminta kode pendek terpisah untuk setiap Wilayah.

- Untuk negara mana Anda berencana untuk mengirim pesan, masukkan negara tempat Anda ingin membeli kode pendek.

 Note

Setiap kode pendek khusus untuk satu negara. Misalnya, Anda tidak dapat menggunakan kode pendek yang berbasis di Amerika Serikat untuk mengirim pesan ke penerima dengan nomor telepon Kanada.


- Dalam Bagaimana pelanggan Anda memilih untuk menerima pesan dari Anda, berikan detail tentang proses keikutsertaan Anda.
- Di kolom Harap berikan template pesan yang Anda rencanakan untuk digunakan untuk mengirim pesan ke pelanggan Anda, sertakan templat yang akan Anda gunakan.

 Important

Beberapa bidang pada formulir ini diberi label “opsional.” Namun, Anda harus memberikan semua informasi yang tercantum di atas untuk memulai proses penyiapan kode singkat.


4. Di bagian Permintaan, lakukan hal berikut:

- Untuk Wilayah, pilih tempat Wilayah AWS Anda berencana untuk mengirim pesan.

 Note

Wilayah diperlukan di bagian Permintaan. Bahkan jika Anda memberikan informasi ini di bagian Rincian kasus, Anda juga harus memasukkannya di sini.

- Untuk Resource Type (Jenis sumber daya), pilih Dedicated SMS Short Codes (Kode Pendek SMS Khusus).
- Untuk Limit, pilih jenis pesan yang Anda rencanakan untuk dikirim menggunakan kode singkat Anda.
- Untuk nilai batas baru, masukkan jumlah kode pendek yang ingin Anda beli untuk negara target dan kasus penggunaan.

 Note

Jika Anda ingin meminta kode pendek untuk negara lain, atau untuk kasus penggunaan terpisah di negara yang sama, buka kasing terpisah di Konsol Pusat Dukungan. Dengan membuat kasus terpisah, Anda memastikan bahwa semua komunikasi untuk negara tertentu atau kasus penggunaan terbatas pada satu AWS Support kasus, yang mengurangi potensi miskomunikasi.

5. Di bawah Deskripsi kasus, untuk deskripsi kasus penggunaan, berikan detail tentang kasus penggunaan Anda.
6. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
7. Setelah selesai, pilih Kirim.

AWS Support mengakui permintaan Anda dalam waktu 24 jam sejak diterimanya. Jika kami dapat memberi Anda kode pendek, kami memberi Anda formulir pendaftaran kode singkat sebagai lampiran untuk AWS Support kasus Anda. Lengkapi formulir pendaftaran secara keseluruhan. Informasi dalam formulir ini diperlukan untuk mengatur kode pendek dengan operator seluler. Untuk informasi selengkapnya tentang mengisi formulir ini, lihat [Memperoleh kode singkat untuk mengirim pesan teks ke penerima AS](#) di Blog AWS Perpesanan dan Penargetan. Posting blog ini mencakup proses pengajuan kode pendek AS, tetapi informasi yang diberikannya juga berguna saat mengajukan kode pendek di negara lain.

Tidak ada Perjanjian Tingkat Layanan untuk waktu yang diperlukan untuk mendapatkan kode pendek. Jumlah waktu yang diperlukan tergantung pada apakah kasus penggunaan Anda sesuai dengan persyaratan operator atau tidak. Jika operator tidak berpikir bahwa kasus penggunaan Anda sesuai, mereka akan menolak aplikasi Anda dan memberikan informasi tentang alasan penolakan tersebut. Jika ini terjadi, Anda akan menemukan informasi ini dalam AWS Support kasus Anda. Anda dapat mengatasi masalah dengan aplikasi Anda dalam AWS Support kasus Anda. Ketika Anda melakukannya, kami mengirimkan informasi terbaru ini kembali ke operator sehingga mereka dapat mempertimbangkan kembali aplikasi Anda.

Biaya yang terkait dengan penggunaan kode pendek segera dimulai setelah kami memulai permintaan kode pendek Anda dengan operator. Anda bertanggung jawab untuk membayar biaya ini, bahkan jika kode pendek belum sepenuhnya disediakan. Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami mempertimbangkan setiap

permintaan dengan hati-hati. Kami mungkin tidak dapat memberikan permintaan Anda jika kasus penggunaan Anda tidak sesuai dengan kebijakan kami.

Langkah 2: Perbarui pengaturan SMS Anda di konsol Amazon Pinpoint

Setelah kami memberi tahu Anda bahwa kode singkat Anda telah disediakan, selesaikan langkah-langkah berikut.

Note

Anda tidak dapat menyelesaikan langkah ini sampai permintaan kode singkat telah disetujui dan kode pendek telah ditambahkan ke AWS akun Anda.

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek tempat saluran SMS diaktifkan.
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Di bawah Pengaturan angka, pilih kode pendek.
5. Di bawah Kata kunci default, verifikasi bahwa respons untuk kata kunci HELP dan STOP cocok dengan nilai yang Anda tentukan dalam permintaan Anda.
6. Di bawah Kata kunci Terdaftar, verifikasi bahwa kata kunci dan respons keikutsertaan cocok dengan nilai yang Anda tentukan dalam permintaan Anda.
7. (Opsional) Jika Anda ingin menentukan respons kata kunci tambahan, atau jika Anda ingin memproses pesan masuk di luar Amazon Pinpoint, Anda dapat mengaktifkan SMS dua arah. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kasus penggunaan SMS dua arah](#).
8. Setelah selesai, pilih Simpan.

Langkah berikutnya

Anda telah mendaftarkan kode singkat dengan operator nirkabel dan meninjau pengaturan Anda di konsol Amazon Pinpoint. Sekarang Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS dengan kode pendek Anda sebagai nomor originasi.

Untuk melibatkan segmen audiens dengan kampanye SMS, lihat [Kampanye Amazon Pinpoint](#).

Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Kode panjang (juga disebut sebagai nomor virtual panjang, atau LVN) adalah nomor telepon standar yang berisi hingga 12 digit, tergantung pada negara tempat ia berada. Kode panjang biasanya dimaksudkan untuk person-to-person komunikasi volume rendah. Di beberapa negara, Anda dapat menggunakan kode panjang untuk mengirim pesan uji, atau untuk mengirim pesan volume rendah ke pelanggan Anda. Di negara lain, termasuk Amerika Serikat, pengirim dilarang menggunakan kode panjang untuk mengirim pesan Aplikasi-ke-Orang (A2P), yang mencakup pesan yang Anda kirim dari Amazon Pinpoint.

Note

Jika Anda baru mengenal pesan SMS dengan Amazon Pinpoint, Anda juga harus meminta ambang pengeluaran SMS bulanan yang memenuhi permintaan yang diharapkan dari kasus penggunaan SMS Anda. Secara default, ambang batas pengeluaran bulanan Anda adalah \$1,00 (USD). Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta kenaikan kuota belanja SMS bulanan Anda untuk Amazon Pinpoint](#).

Meminta kode panjang

Anda dapat meminta kode panjang dengan membuka kasing di AWS Support Pusat.

Important

[Jika Anda ingin mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat atau wilayah AS Puerto Rico, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika, Anda harus menggunakan kode pendek, nomor telepon 10DLC, atau nomor bebas pulsa.](#) Jika Anda menyelesaikan langkah-langkah berikut dan meminta kode panjang untuk wilayah Amerika Serikat atau AS di Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika, permintaan Anda akan ditolak.

Untuk meminta kode panjang khusus dengan membuka kasing di AWS Support Pusat

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? link, lalu lengkapi yang berikut ini:
 - Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
 - (Opsional) Untuk Menyediakan tautan ke situs atau aplikasi yang akan mengirim pesan SMS, memberikan informasi tentang situs web, aplikasi, atau layanan yang akan mengirim pesan SMS.
 - (Opsional) Untuk jenis pesan apa yang ingin Anda kirim, pilih jenis pesan yang akan dikirim menggunakan kode panjang Anda:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.
 - Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.
 - (Opsional) Untuk AWS Wilayah mana Anda akan mengirim pesan, pilih wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.
 - (Opsional) Untuk negara mana Anda berencana untuk mengirim pesan, masukkan negara atau wilayah tempat Anda ingin membeli kode pendek.
 - (Opsional) Dalam Bagaimana pelanggan Anda memilih untuk menerima pesan dari Anda, berikan detail tentang proses keikutsertaan Anda.
 - (Opsional) Di kolom Harap berikan templat pesan yang Anda rencanakan untuk digunakan untuk mengirim pesan ke pelanggan Anda, sertakan templat yang akan Anda gunakan.
5. Di bawah Permintaan, lengkapi bagian berikut:
 - Untuk Wilayah, pilih Wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.

 Note

Wilayah diperlukan di bagian Permintaan. Bahkan jika Anda memberikan informasi ini di bagian Rincian kasus, Anda juga harus memasukkannya di sini.

- Untuk Jenis Sumber Daya, pilih Kode Panjang SMS Khusus.
 - Untuk nilai batas baru, masukkan jumlah kode panjang yang ingin Anda beli.
6. Di bawah Deskripsi kasus, untuk deskripsi kasus penggunaan, berikan detail tentang kasus penggunaan Anda.
 7. (Opsional) Jika Anda ingin mengirimkan permintaan lebih lanjut, pilih Tambahkan permintaan lain. Untuk informasi yang diperlukan, lihat bagian lain di dalamnya [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).
 8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
 9. Setelah selesai, pilih Submit (Kirim).

Setelah kami menerima permintaan Anda, kami akan memberikan respons awal dalam 24 jam. Kami mungkin akan menghubungi Anda untuk meminta informasi tambahan. Setelah disetujui, Anda dapat menambahkan kata kunci dan pesan respons ke kode panjang Anda. Lihat [Mengelola pengaturan SMS dan suara di Amazon Pinpoint](#).

Jika kami dapat memberi Anda kode panjang, kami mengirimkan informasi tentang biaya yang terkait dengan mendapatkannya. Kami juga memberikan perkiraan jumlah waktu yang diperlukan untuk menyediakan kode panjang. Di banyak negara, kami dapat memberi Anda kode panjang khusus dalam waktu 24 jam. Namun, di beberapa negara dan wilayah, perlu beberapa minggu untuk mendapatkan kode panjang khusus untuk saluran SMS.

Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami harus mempertimbangkan setiap permintaan dengan hati-hati. Jika kasus penggunaan Anda tidak sesuai dengan kebijakan kami, kami mungkin tidak dapat mengabulkan permintaan Anda.

Langkah berikutnya

Anda telah mendaftarkan kode panjang dan memperbarui pengaturan Anda di konsol Amazon Pinpoint. Sekarang Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS dengan kode panjang Anda sebagai nomor originasi.

Untuk melibatkan segmen audiens dengan kampanye SMS, lihat [Kampanye Amazon Pinpoint](#).

Untuk mengirim pesan SMS langsung ke audiens terbatas tanpa membuat kampanye, lihat [Mengirim pesan SMS tes](#).

Meminta ID pengirim untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Dalam olahpesan SMS, ID pengirim adalah nama yang muncul sebagai pengirim pesan di perangkat penerima. ID Pengirim adalah cara yang baik agar penerima pesan mengenali identitas Anda.

Dukungan untuk ID pengirim bervariasi menurut negara. Misalnya, operator di Amerika Serikat sama sekali tidak mendukung ID pengirim, tetapi operator di India mengharuskan pengirim untuk menggunakan ID pengirim. Untuk daftar lengkap negara yang mendukung ID pengirim, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).


Important

Beberapa negara mengharuskan Anda untuk mendaftarkan ID pengirim sebelum menggunakannya untuk mengirim pesan. Tergantung pada negara, proses pendaftaran ini mungkin memakan waktu beberapa minggu. Negara yang memerlukan ID pengirim terdaftar ditunjukkan dalam tabel di halaman [Negara-negara yang didukung](#).

Jika Anda mengirim pesan ke penerima di negara di mana ID pengirim didukung, dan negara tersebut tidak mengharuskan Anda untuk mendaftarkan ID pengirim, Anda tidak perlu melakukan

langkah tambahan apa pun. Anda dapat segera mulai mengirim pesan yang menyertakan nilai ID pengirim.

Anda hanya perlu melakukan prosedur di halaman ini jika Anda berencana untuk mengirim pesan ke negara di mana pendaftaran ID pengirim diperlukan.

 Note

Jika Anda berencana mengirim pesan ke penerima di negara yang mengizinkan penggunaan ID pengirim namun tidak memerlukannya, Anda tidak perlu membuka kasus di Pusat Dukungan. Anda dapat segera mulai mengirim pesan yang menyertakan nilai ID pengirim.

Pertimbangan untuk ID Pengirim

Saat Anda membuat ID Pengirim, Anda harus mempertimbangkan hal berikut:

- Pilih ID Pengirim yang sesuai dengan merek perusahaan Anda dan layanan SMS atau kasus penggunaan
- ID Pengirim khusus numerik tidak didukung
- Karakter yang didukung Amazon Pinpoint Sender ID (beberapa negara mungkin mengganti ini):
 - Tidak ada karakter khusus kecuali tanda hubung (-)
 - Tidak ada spasi
 - Karakter yang valid: a-z, A-Z, 0-9
 - Minimal 3 karakter
 - Maksimal 11 karakter
- Jika negara yang Anda kirim memerlukan pendaftaran, Anda harus mengirimkan pendaftaran untuk setiap yang Wilayah AWS Anda rencanakan untuk dikirim

Langkah 1: Buka kasing SMS Amazon Pinpoint

Jika Anda berencana mengirim pesan ke penerima di negara yang memerlukan ID pengirim, Anda dapat meminta ID pengirim dengan membuat kasus baru di Pusat Dukungan AWS.


⚠ Important

- Jika Anda perlu mendaftarkan ID pengirim di India, selesaikan prosedur [Persyaratan khusus untuk India](#) sebelum Anda membuka kasus di Support Center.
- Jika Anda perlu mendaftarkan ID pengirim di Singapura, selesaikan prosedurnya di [Persyaratan khusus untuk Singapura](#).

Cara meminta ID pengirim

1. Masuk ke AWS Management Console di <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? link, lalu lengkapi yang berikut ini:
 - Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
 - (Opsional) Untuk Menyediakan tautan ke situs atau aplikasi yang akan mengirim pesan SMS, memberikan informasi tentang situs web, aplikasi, atau layanan yang akan mengirim pesan SMS.
 - (Opsional) Untuk jenis pesan apa yang ingin Anda kirim, pilih jenis pesan yang akan dikirim menggunakan kode panjang Anda:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.
 - Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.
 - (Opsional) Untuk AWS Wilayah mana Anda akan mengirim pesan, pilih wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.
 - (Opsional) Untuk negara mana Anda berencana untuk mengirim pesan, masukkan negara atau wilayah tempat Anda ingin membeli kode pendek.

- (Opsional) Dalam Bagaimana pelanggan Anda memilih untuk menerima pesan dari Anda, berikan detail tentang proses keikutsertaan Anda.
 - (Opsional) Di kolom Harap berikan templat pesan yang Anda rencanakan untuk digunakan untuk mengirim pesan ke pelanggan Anda, sertakan templat yang akan Anda gunakan.
5. Di bawah Permintaan, lengkapi bagian berikut:
- Untuk Wilayah, pilih Wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.

 Note

Wilayah diperlukan di bagian Permintaan. Bahkan jika Anda memberikan informasi ini di bagian Rincian kasus, Anda juga harus memasukkannya di sini.

- Untuk Jenis Sumber Daya, pilih Registrasi ID Pengirim.
 - Untuk Limit, pilih jenis pesan yang ingin Anda kirim.
 - Untuk nilai batas baru, masukkan jumlah ID pengirim yang Anda minta. Biasanya, nilainya **1**.
6. Di bawah Case description (Deskripsi kasus), untuk Use case description (Deskripsi kasus penggunaan) berikan informasi berikut:
- ID pengirim yang ingin Anda daftarkan.
 - Templat yang akan Anda gunakan untuk pesan SMS Anda.
 - Jumlah pesan yang akan dikirim ke setiap penerima per bulan.
 - Informasi tentang cara pelanggan Anda memilih untuk menerima pesan dari Anda.
 - Nama perusahaan atau organisasi Anda.
 - Alamat yang terkait dengan perusahaan atau organisasi Anda.
 - Negara tempat perusahaan atau organisasi Anda berada.
 - Nomor telepon untuk perusahaan atau organisasi Anda.
 - URL situs web untuk perusahaan atau organisasi Anda.
7. (Opsional) Jika Anda ingin mengirimkan permintaan lebih lanjut, pilih Tambahkan permintaan lain. Untuk informasi yang diperlukan, lihat bagian lain di dalamnya [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).
8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.

9. Setelah selesai, pilih Submit (Kirim).

Setelah kami menerima permintaan Anda, kami akan memberikan respons awal dalam 24 jam. Kami mungkin akan menghubungi Anda untuk meminta informasi tambahan.

Jika kami dapat memberikan ID Pengirim, kami akan mengirimkan perkiraan waktu yang diperlukan untuk menyediakannya. Di banyak negara, kami dapat memberi Anda ID Pengirim dalam waktu 2-4 minggu. Namun, di beberapa negara, dibutuhkan beberapa minggu untuk mendapatkan ID Pengirim.

Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami harus mempertimbangkan setiap permintaan dengan hati-hati. Kami mungkin tidak dapat memberikan permintaan Anda jika kasus penggunaan Anda tidak sesuai dengan kebijakan kami.

Langkah 2: Perbarui pengaturan SMS Anda di konsol Amazon Pinpoint

Saat proses mendapatkan ID pengirim Anda telah selesai, kami akan merespons kasus Anda. Saat Anda menerima pemberitahuan ini, selesaikan langkah-langkah di bagian ini untuk mengonfigurasi Amazon Pinpoint agar menggunakan ID pengirim Anda.

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di halaman All projects (Semua proyek), pilih proyek yang menggunakan saluran SMS.
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Di samping pengaturan SMS, pilih Edit.
5. Di bawah Pengaturan tingkat akun, untuk ID pengirim default, ketikkan ID pengirim Anda.
6. Pilih Simpan perubahan.

Pindah dari kotak pasir SMS Amazon Pinpoint ke produksi


Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memindahkan dari kotak pasir SMS ke produksi](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Setelah sepenuhnya menguji lingkungan SMS Anda di kotak pasir SMS, Anda dapat memilih untuk pindah ke produksi. Untuk melakukannya, buat AWS Support kasus untuk permintaan peningkatan batas Layanan.

Atau, Anda dapat meminta akses produksi dari lingkungan kotak pasir. Untuk melakukannya, pilih Minta akses produksi di bawah Tingkat akun di halaman SMS dan suara.


 Note

Jika akun Anda berada di beberapa wilayah, Anda harus mengirimkan permintaan dukungan untuk setiap wilayah.

Untuk pindah dari kotak pasir SMS

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? link, lalu lengkapi yang berikut ini:
 - Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
 - (Opsional) Untuk Menyediakan tautan ke situs atau aplikasi yang akan mengirim pesan SMS, memberikan informasi tentang situs web, aplikasi, atau layanan yang akan mengirim pesan SMS.
 - (Opsional) Untuk jenis pesan apa yang ingin Anda kirim, pilih jenis pesan yang akan dikirim menggunakan kode panjang Anda:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.

- Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.
 - (Opsional) Untuk AWS Wilayah mana Anda akan mengirim pesan, pilih wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.
 - (Opsional) Untuk negara mana Anda berencana untuk mengirim pesan, masukkan negara atau wilayah tempat Anda ingin membeli kode pendek.
 - (Opsional) Dalam Bagaimana pelanggan Anda memilih untuk menerima pesan dari Anda, berikan detail tentang proses keikutsertaan Anda.
 - (Opsional) Di kolom Harap berikan templat pesan yang Anda rencanakan untuk digunakan untuk mengirim pesan ke pelanggan Anda, sertakan templat yang akan Anda gunakan.
5. Di bawah Permintaan, lengkapi bagian berikut:
- Untuk Wilayah, pilih Wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.

 Note

Wilayah diperlukan di bagian Permintaan. Bahkan jika Anda memberikan informasi ini di bagian Rincian kasus, Anda juga harus memasukkannya di sini.

- Untuk Resource Type (Jenis Sumber Daya), pilih General Limits (Batas Umum).
 - Untuk Limit, pilih SMS Production Access.
 - Untuk nilai batas baru, masukkan 1.
6. Di bawah Deskripsi kasus, untuk deskripsi kasus penggunaan, masukkan detail yang relevan tentang permintaan ini.
7. (Opsional) Jika Anda ingin mengirimkan permintaan lebih lanjut, pilih Tambahkan permintaan lain. Untuk informasi yang diperlukan, lihat bagian lain di dalamnya [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).
8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
9. Setelah selesai, pilih Submit (Kirim).

Setelah kami menerima permintaan Anda, kami akan memberikan respons awal dalam 24 jam. Kami mungkin akan menghubungi Anda untuk meminta informasi tambahan.

Memantau aktivitas SMS dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Amazon Pinpoint menyediakan opsi berikut untuk memantau aktivitas SMS Anda.

Streaming data acara SMS

Untuk memantau aktivitas SMS Anda, seperti jumlah pengiriman pesan yang berhasil dan gagal, Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengalirkan data peristiwa SMS ke Amazon Kinesis Data Streams atau Amazon Kinesis Data Firehose. Kemudian, Anda dapat menggunakan platform Kinesis untuk menganalisis data SMS Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Streaming acara Amazon Pinpoint ke Kinesis](#).

Untuk contoh data peristiwa yang dialirkan Amazon Pinpoint ke Kinesis, lihat peristiwa [SMS di Panduan Pengembang](#) Amazon Pinpoint.

Amazon Pinpoint analitik

Anda juga dapat menggunakan halaman Analytics di konsol Amazon Pinpoint untuk melihat bagan dan data untuk metrik yang terkait dengan saluran SMS untuk proyek. Misalnya, Anda dapat melihat jumlah pesan SMS yang telah Anda kirim dan jumlah titik akhir aktif yang dapat Anda kirim pesan SMS. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Analitik](#).

Memantau aktivitas pengeluaran SMS dan suara dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi

terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Topik ini memberikan informasi tentang melihat SMS dan metrik pengeluaran suara di Amazon CloudWatch. Ini juga menjelaskan cara mengatur CloudWatch alarm yang mengirim Anda pemberitahuan ketika SMS bulanan atau pengeluaran suara Anda melebihi jumlah tertentu.

Jika Anda hanya ingin melihat biaya bulanan Anda untuk menggunakan Amazon Pinpoint, termasuk jumlah uang yang Anda habiskan, Anda harus menggunakan konsol. AWS Billing and Cost Management Konsol Billing and Cost Management memberikan perkiraan tagihan untuk bulan berjalan, dan biaya akhir untuk bulan-bulan sebelumnya. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Melihat biaya bulanan Anda](#) di Panduan AWS Billing Pengguna.


Lihat SMS bulanan dan pengeluaran suara Anda dengan menggunakan CloudWatch

Untuk menentukan dengan cepat berapa banyak uang yang telah Anda habiskan untuk mengirim SMS dan pesan suara selama bulan berjalan, Anda dapat menggunakan bagian Metrik di CloudWatch konsol. CloudWatch menyimpan data metrik selama 15 bulan, sehingga Anda dapat melihat data real-time dan menganalisis tren historis.

Untuk informasi selengkapnya tentang melihat metrik di CloudWatch, lihat [Menggunakan CloudWatch metrik Amazon](#) di CloudWatch Panduan Pengguna Amazon.

Untuk melihat metrik pengeluaran SMS dan suara di CloudWatch

1. Buka CloudWatch konsol di <https://console.aws.amazon.com/cloudwatch/>.
2. Pada panel navigasi, silakan pilih Metrik.
3. Pada tab Semua metrik, pilih SMSVoice.
4. Silahkan Anda memilih Metrik Akun.
5. Pilih dari opsi TextMessageMonthlySpend dan VoiceMessageMonthlySpend. Berdasarkan pilihan Anda, grafik diperbarui untuk menampilkan jumlah uang yang dihabiskan selama bulan berjalan dengan menggunakan Amazon Pinpoint.

 Note

VoiceMessageMonthlySpend Metrik TextMessageMonthlySpend tidak muncul sampai Anda mengirim setidaknya satu pesan menggunakan Amazon Pinpoint.

Buat SMS atau alarm pengeluaran suara dengan menggunakan CloudWatch

Selain melihat SMS bulanan dan metrik pengeluaran suara Anda, Anda dapat membuat CloudWatch alarm yang memberi tahu Anda ketika SMS atau pengeluaran suara Anda melebihi jumlah tertentu. Anda dapat mengatur CloudWatch untuk mengirimkan pemberitahuan ini kepada Anda dengan mengirimkannya ke topik Amazon SNS.

Untuk informasi selengkapnya tentang membuat alarm CloudWatch, lihat [Menggunakan CloudWatch alarm Amazon](#) di CloudWatch Panduan Pengguna Amazon.

Untuk membuat SMS atau alarm pengeluaran suara di CloudWatch

1. Jika Anda belum melakukannya, buat topik Amazon SNS dan berlangganan titik akhir untuk itu. Titik akhir yang Anda berlangganan ke topik harus menjadi lokasi di mana Anda ingin menerima pemberitahuan pengeluaran. Misalnya, jika Anda ingin menerima pemberitahuan pengeluaran melalui email, berlangganan alamat email Anda ke topik Amazon SNS. Jika Anda ingin menerima pemberitahuan pengeluaran melalui pesan teks, berlangganan titik akhir SMS ke topik tersebut.

Untuk informasi tentang membuat dan berlangganan topik, lihat [Memulai Amazon SNS](#) di Panduan Pengembang Layanan Pemberitahuan Sederhana Amazon.

2. Buka CloudWatch konsol di <https://console.aws.amazon.com/cloudwatch/>.

3.

Important

Sebelum Anda membuat alarm penagihan, Anda harus mengatur Wilayah AWS ke US East (Virginia N.). Data metrik penagihan disimpan dalam hal ini Wilayah AWS dan mewakili biaya di seluruh dunia. Anda juga harus mengaktifkan peringatan penagihan untuk akun Anda atau di akun manajemen/pembayar (jika Anda menggunakan penagihan konsolidasian). Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengaktifkan lansiran penagihan](#).

Di panel navigasi, di bawah Alarm, pilih Penagihan.

4. Di samping Alarm penagihan, pilih Buat alarm.
5. Pilih Pilih Metrik.
6. Pada tab Semua metrik, pilih SMSVoice, lalu pilih Metrik Akun.
7. Pilih salah satu TextMessageMonthlySpend atau VoiceMessageMonthlySpend.

 Note

Metrik `TextMessageMonthlySpend` dan `VoiceMessageMonthlySpend` metrik tidak muncul sampai Anda mengirim setidaknya satu pesan melalui Amazon Pinpoint.

8. Pilih tab **Graphed metrics**, lalu selesaikan langkah-langkah berikut:
 - Di bawah **Statistik**, pilih statistik atau persentil yang telah ditentukan yang ingin Anda pantau, atau tentukan persentil kustom—misalnya, p99 atau p45.
 - Pada **Periode**, silakan pilih periode evaluasi untuk alarm tersebut. Saat mengevaluasi alarm, setiap periode digabungkan menjadi satu titik data.
9. Pilih **Pilih Metrik**. Halaman **Tentukan metrik dan kondisi muncul**, menampilkan grafik dan informasi lain tentang metrik dan statistik untuk alarm.
10. Dalam **Ketentuan**, selesaikan langkah-langkah berikut:
 - Untuk **Jenis ambang batas**, pilih **Statis**.
 - Untuk **Kapan pun** (`TextMessageMonthlySpend` atau `VoiceMessageMonthlySpend`) adalah, tentukan apakah Anda ingin metrik lebih besar dari, lebih besar dari atau sama dengan, atau sama dengan ambang batas untuk memicu alarm. Kemudian, di bawah dari, masukkan nilai ambang, yang merupakan jumlah dolar (dalam Dolar AS) yang ingin Anda picu alarm.
11. Di bawah **Konfigurasi tambahan**, selesaikan langkah-langkah berikut:
 - Agar titik data alarm, masukkan jumlah periode evaluasi (titik data) di mana jumlah pengeluaran harus melebihi ambang batas untuk memicu alarm.
 - Untuk **perlakuan data yang hilang**, pilih **Perlakukan data yang hilang sebagai abaikan** (pertahankan status alarm).
12. Pilih **Berikutnya**.
13. Di bawah **Pemberitahuan**, selesaikan langkah-langkah berikut:
 - Untuk **Kapan pun status alarm ini**, pilih **di Alarm**.
 - Untuk **Pilih topik SNS**, pilih topik Amazon SNS yang ingin Anda kirimkan pemberitahuan alarm.
14. Pilih **Selanjutnya**.
15. Masukkan nama dan, pilihan opsional, penjelasan untuk alarm, lalu pilih **Selanjutnya**.
16. Di bawah **Pratinjau** dan **buat**, tinjau dan konfirmasi bahwa pengaturan alarm adalah yang Anda inginkan, lalu pilih **Buat alarm**.

Mengelola saluran SMS Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Anda dapat mengelola pengaturan SMS, seperti jenis pesan default (transaksional atau promosi) dan kuota pengeluaran bulanan Anda, langsung di konsol Amazon Pinpoint.

Memperbarui pengaturan saluran SMS

Anda dapat mengubah beberapa pengaturan terkait SMS. Sebagian besar pengaturan ini berlaku untuk seluruh AWS akun Anda, tetapi beberapa berlaku untuk proyek tertentu.

Untuk mengedit pengaturan SMS untuk sebuah proyek

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda edit pengaturan SMS.
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Di bagian Pengaturan SMS, pilih Edit.
5. Ubah pengaturan SMS untuk proyek Anda sesuai kebutuhan. Anda dapat mengubah pengaturan berikut:

Aktifkan saluran SMS untuk proyek ini

Pilih opsi ini untuk mengaktifkan atau menonaktifkan saluran SMS untuk proyek. Jika pengaturan ini tidak diaktifkan, Anda tidak dapat mengirim pesan SMS dari proyek ini. Pengaturan ini hanya berlaku untuk proyek saat ini.

Jenis pesan default

Pilih kategori pesan SMS yang Anda rencanakan untuk dikirim dari akun ini. Jika Anda mengirim pesan terkait akun atau pesan sensitif waktu seperti kode sandi satu kali, pilih

Transaksional. Jika Anda berencana untuk mengirim pesan yang berisi materi pemasaran atau konten promosi lainnya, pilih Promosi. Pengaturan ini berlaku untuk seluruh AWS akun Anda.

Batas pengeluaran akun

Jumlah maksimum uang (dalam Dolar AS) yang dapat Anda habiskan untuk mengirim pesan setiap bulan. Anda dapat menggunakan pengaturan ini untuk memastikan bahwa pengiriman SMS Anda tidak melebihi anggaran Anda, atau sebagai cara untuk mencegah peningkatan pengeluaran yang tidak terduga. Harga untuk mengirim pesan SMS bervariasi tergantung pada negara tujuan untuk pesan itu. Untuk harga saat ini, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#). Pengaturan ini berlaku untuk seluruh AWS akun Anda.

ID pengirim akun

ID pengirim alfabet yang ingin Anda gunakan saat mengirim pesan dari akun Anda. Pengaturan ini berlaku untuk seluruh AWS akun Anda.

Note

ID pengirim alfabet hanya didukung di negara wilayah tertentu. Jika Anda tidak mengirim pesan ke negara di mana ID pengirim didukung oleh operator seluler di negara, Anda tidak perlu menentukan apa pun di bidang ini. ID pengirim tidak didukung di tujuan pesan umum seperti Amerika Serikat, Kanada, dan Brasil. Selain itu, beberapa negara memerlukan ID pengirim untuk didaftarkan sebelumnya dengan lembaga pemerintah atau organisasi industri. Untuk daftar negara yang mendukung ID pengirim alfabet, lihat [Kemampuan negara dan batasan untuk SMS dengan Amazon Pinpoint](#)

6. Setelah selesai, pilih Simpan perubahan.

SMS memilih keluar

Jika diwajibkan oleh undang-undang dan peraturan setempat, penerima SMS dapat menggunakan perangkat mereka untuk memilih keluar dengan membalas pesan dengan salah satu dari berikut ini:

- ARRET (Perancis)
- CANCEL (BATALKAN)
- END (AKHIRI)

- OPT-OUT (memilih tidak menerima SMS)
- OPTOUT (memilih tidak menerima SMS)
- QUIT (BERHENTI)
- REMOVE (HAPUS)
- STOP (BERHENTI)
- TD
- UNSUBSCRIBE (BERHENTI BERLANGGANAN)

Untuk memilih keluar, penerima harus membalas kode panjang atau kode pendek yang sama yang digunakan Amazon Pinpoint untuk menyampaikan pesan. Setelah memilih keluar, penerima tidak lagi menerima pesan SMS dari AWS akun Anda. Anda dapat mengubah perilaku ini dengan mengaktifkan fitur opt-out yang dikelola sendiri. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Opt-out yang dikelola sendiri](#).

Note

Untuk nomor bebas pulsa di Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam dan Samoa Amerika, opt-out dikelola di hilir dari AWS. Untuk alasan ini, satu-satunya kata kunci opt-out yang didukung untuk nomor bebas pulsa AS adalah STOP. Anda tidak dapat menentukan kata kunci opt-out tambahan, dan Anda tidak dapat mengubah respons yang dikirim saat kata kunci ini diterima.

Uji pengiriman SMS dengan simulator SMS Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Amazon Pinpoint menyertakan simulator SMS, yang dapat Anda gunakan untuk mengirim pesan teks dan menerima catatan peristiwa yang realistis. Simulator SMS adalah cara yang berguna untuk melihat catatan peristiwa SMS yang sebenarnya. Ini juga berguna untuk menguji aplikasi yang menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS. Pesan yang dikirim ke nomor telepon

tujuan ini dirancang untuk tetap berada dalam Amazon Pinpoint, sehingga tidak dikirim melalui jaringan operator.

Saat Anda mengirim pesan ke nomor telepon simulator SMS, Anda membayar tarif pesan SMS keluar standar. Harga yang Anda bayar berbeda-beda tergantung pada negara tujuan — dalam hal ini, negara tempat nomor telepon simulasi berada. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat harga [Amazon Pinpoint](#).

Anda dapat mengirim pesan ke nomor telepon simulator SMS bahkan jika akun Anda ada di [kotak pasir SMS](#). Namun, pesan yang Anda kirim ke simulator dihitung dalam [kuota pengeluaran bulanan](#) Anda.

Topik di bagian ini:

- [Prasyarat](#)
- [Nomor telepon simulator SMS](#)
- [Menggunakan simulator](#)

Prasyarat

Semua pelanggan Amazon Pinpoint dapat mengirim pesan ke nomor telepon simulator SMS — Anda tidak perlu mengambil langkah khusus untuk mengaktifkannya. Namun, jika Anda ingin menerima catatan acara saat mengirim pesan SMS, Anda harus mengaktifkan streaming acara terlebih dahulu. Untuk informasi selengkapnya, lihat Streaming acara. Untuk melihat contoh catatan peristiwa simulator SMS, lihat [peristiwa SMS](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Nomor telepon simulator SMS

Simulator SMS tersedia di beberapa negara. Untuk setiap negara, ada nomor telepon yang menghasilkan peristiwa sukses pesan, dan nomor yang menghasilkan peristiwa kegagalan pesan. Tabel berikut berisi nomor telepon simulator SMS untuk semua negara di mana simulator tersedia.

Negara	Tipe peristiwa	Nomor telepon
Australia	Berhasil	+61455944038
Australia	Kegagalan	+61455944039
Austria	Berhasil	+43676800442031

Negara	Tipe peristiwa	Nomor telepon
Austria	Kegagalan	+43676800442032
Belgium	Berhasil	+32460213922
Belgium	Kegagalan	+32460213923
Chili	Berhasil	+56229140630
Chili	Kegagalan	+56229140631
Czech Republic	Berhasil	+420790542286
Czech Republic	Kegagalan	+420790542287
Denmark	Berhasil	+4525919410
Denmark	Kegagalan	+4525919215
Estonia	Berhasil	+37282720792
Estonia	Kegagalan	+37282720793
Finland	Berhasil	+3584573979110
Finland	Kegagalan	+3584573979111
France	Berhasil	+33755512501
France	Kegagalan	+33755512502
Hong Kong	Berhasil	+85257048426
Hong Kong	Kegagalan	+85257048854
Hungary	Berhasil	+36707178770
Hungary	Kegagalan	+36707178772
Italy	Berhasil	+394390009172

Negara	Tipe peristiwa	Nomor telepon
Italy	Kegagalan	+394390009174
Jersey	Berhasil	+447937404990
Jersey	Kegagalan	+447937404992
Luxembourg	Berhasil	+352691385880
Luxembourg	Kegagalan	+352691385882
Netherlands	Berhasil	+3197008100148
Netherlands	Kegagalan	+3197008100150
Norwegia	Berhasil	+4759449384
Norwegia	Kegagalan	+4759449387
Poland	Berhasil	+48732141440
Poland	Kegagalan	+48732141442
Portugal	Berhasil	+351927946948
Portugal	Kegagalan	+351927946950
Romania	Berhasil	+40783900330
Romania	Kegagalan	+40783900332
Spain	Berhasil	+34683783440
Spain	Kegagalan	+34683783442
Sweden	Berhasil	+46790645100
Sweden	Kegagalan	+46790645102
Swiss	Berhasil	+41798075872

Negara	Tipe peristiwa	Nomor telepon
Swiss	Kegagalan	+41798075874
Taiwan	Berhasil	+886903444630
Taiwan	Kegagalan	+886903444632
Britania Raya	Berhasil	+447860019066
Britania Raya	Kegagalan	+447860019067
Amerika Serikat	Berhasil	+14254147755
Amerika Serikat	Kegagalan	+14254147167

Menggunakan simulator

Cara Anda menggunakan simulator SMS tergantung pada bagaimana Anda menggunakan Amazon Pinpoint. Jika Anda menggunakan fitur kampanye dan perjalanan Amazon Pinpoint, Anda dapat mengimpor segmen pengujian yang berisi nomor pengujian. Anda dapat menggunakan data berikut untuk membuat segmen impor yang berisi semua nomor telepon simulator SMS.

```
ChannelType,Address,Location.Country,Attributes.SimulatorType
SMS,+43676800442031,AT,Success
SMS,+43676800442032,AT,Failure
SMS,+61455944038,AU,Success
SMS,+61455944039,AU,Failure
SMS,+32460213922,BE,Success
SMS,+32460213923,BE,Failure
SMS,+41798075872,CH,Success
SMS,+41798075874,CH,Failure
SMS,+56229140630,CL,Success
SMS,+56229140631,CL,Failure
SMS,+420790542286,CZ,Success
SMS,+420790542287,CZ,Failure
SMS,+4525919410,DK,Success
SMS,+4525919215,DK,Failure
SMS,+37282720792,EE,Success
SMS,+37282720793,EE,Failure
SMS,+34683783440,ES,Success
```

```
SMS, +34683783442, ES, Failure
SMS, +3584573979110, FI, Success
SMS, +3584573979111, FI, Failure
SMS, +33755512501, FR, Success
SMS, +33755512502, FR, Failure
SMS, +447860019066, GB, Success
SMS, +447860019067, GB, Failure
SMS, +85257048426, HK, Success
SMS, +85257048854, HK, Failure
SMS, +36707178770, HU, Success
SMS, +36707178772, HU, Failure
SMS, +394390009172, IT, Success
SMS, +394390009174, IT, Failure
SMS, +447937404990, JE, Success
SMS, +447937404992, JE, Failure
SMS, +352691385880, LU, Success
SMS, +352691385882, LU, Failure
SMS, +3197008100148, NL, Success
SMS, +3197008100150, NL, Failure
SMS, +4759449384, NO, Success
SMS, +4759449387, NO, Failure
SMS, +48732141440, PL, Success
SMS, +48732141442, PL, Failure
SMS, +351927946948, PT, Success
SMS, +351927946950, PT, Failure
SMS, +40783900330, RO, Success
SMS, +40783900332, RO, Failure
SMS, +46790645100, SE, Success
SMS, +46790645102, SE, Failure
SMS, +886903444630, TW, Success
SMS, +886903444632, TW, Failure
SMS, +14254147755, US, Success
SMS, +14254147167, US, Failure
```

Jika Anda menggunakan [SendMessages](#) API untuk mengirim pesan SMS dari aplikasi Anda, tentukan salah satu nomor telepon simulator SMS sebagai panggilan Anda ke SendMessages API. `DestinationNumber` Untuk informasi selengkapnya tentang menggunakan SendMessages API untuk mengirim pesan secara terprogram, lihat [Mengirim pesan SMS di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.

Kata kunci

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kata Kunci](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Kata kunci adalah kata atau frasa tertentu yang dapat dikirim pelanggan ke nomor Anda untuk mendapatkan tanggapan, seperti pesan informasi, memilih untuk menerima lebih banyak pesan, penawaran khusus, dan pesan promosi dan transaksional lainnya. Saat nomor Anda menerima pesan yang dimulai dengan kata kunci, Amazon Pinpoint merespons dengan pesan yang dapat disesuaikan.

Untuk kode pendek, konsol menampilkan kata kunci dan respons yang awalnya Anda tentukan saat Anda meminta kode pendek AWS Support. AWS Support mendaftarkan kata kunci dan tanggapan Anda dengan operator nirkabel saat memberikan kode pendek Anda.

Untuk kode panjang, konsol menampilkan kata kunci dan respons default.

Penting

Kata kunci dan pesan respons Anda harus mematuhi pedoman yang ditetapkan oleh operator nirkabel dan grup industri nirkabel. Jika tidak, setelah audit, grup tersebut dapat mengambil tindakan terhadap kode pendek atau kode panjang Anda. Tindakan ini dapat mencakup penolakan daftar nomor Anda dan memblokir pesan Anda.

Kata kunci dapat memiliki panjang antara 1 dan 30 karakter dan tidak dapat memulai atau mengakhiri dengan spasi. Kata kunci tidak peka huruf besar/kecil.

Operator nirkabel di AS memerlukan kode pendek untuk mendukung kata kunci berikut. Selain itu, AWS mengharapkan semua kode panjang dan kode pendek untuk mendukung kata kunci ini:

MEMBANTU

Digunakan untuk mendapatkan dukungan pelanggan. Pesan respons harus menyertakan informasi kontak dukungan pelanggan, seperti pada contoh berikut:

“Untuk bantuan dengan akun Anda, hubungi (206) 555-0199.”

BERHENTI

Digunakan untuk memilih keluar dari menerima pesan dari nomor Anda. Selain STOP, audiens Anda dapat menggunakan kata kunci opt-out yang didukung, seperti CANCEL atau OPTOUT. Untuk daftar kata kunci opt-out yang didukung, lihat [SMS memilih keluar](#). Setelah nomor Anda menerima pesan SMS yang berisi kata kunci opt-out, Amazon Pinpoint berhenti mengirim pesan SMS dari akun Anda ke individu yang memilih keluar.

Pesan respons harus mengonfirmasi bahwa pesan akan berhenti dikirim ke individu yang memilih keluar, seperti pada contoh berikut:

“Anda sekarang memilih keluar dan tidak akan lagi menerima pesan.”

Note

Jika penerima merespons dengan salah satu kata kunci ini sebagai kata pertama dari pesan mereka, Amazon Pinpoint merespons dengan respons untuk kata kunci tersebut. Misalnya, jika penerima menanggapi salah satu pesan Anda dengan “Bantu saya memahami apa artinya ini,” maka Amazon Pinpoint merespons dengan respons yang Anda tentukan untuk kata kunci HELP.

Untuk informasi lebih lanjut tentang mengelola kata kunci lihat [Kelola kata kunci](#). Kata kunci dapat digunakan dengan SMS dua arah untuk menciptakan pengalaman interaktif bagi pelanggan Anda, untuk informasi lebih lanjut lihat [Pesan SMS dua arah di Amazon Pinpoint](#)

Pesan SMS dua arah di Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi

terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Pesan SMS dua arah](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Amazon Pinpoint menyertakan dukungan untuk SMS dua arah. Ketika Anda mengatur SMS dua arah, Anda dapat menerima pesan masuk dari pelanggan Anda. Anda juga dapat menggunakan pesan dua arah bersama dengan AWS layanan lain, seperti Lambda dan Amazon Lex, untuk menciptakan pengalaman pesan teks interaktif.

SMS dua arah hanya tersedia di negara dan wilayah tertentu. Untuk informasi selengkapnya tentang dukungan SMS dua arah menurut negara atau wilayah, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

Untuk informasi lebih lanjut tentang mengelola SMS dua arah, lihat [Mengkonfigurasi SMS dua arah di Amazon Pinpoint](#).

Kasus penggunaan SMS dua arah

Bisnis di berbagai industri dapat menggunakan SMS dua arah untuk membuat pelanggan mereka mendapat informasi dan terlibat.

Misalnya, praktik medis dapat mengirim pesan kepada pasien mereka meminta mereka untuk mengkonfirmasi janji temu mereka. Pasien dapat merespons, menunjukkan apakah mereka dapat memenuhi janji temu mereka. Pasien yang menjawab bahwa mereka tidak dapat memenuhi janji mereka dikirim daftar waktu yang tersedia, dan dapat membalas pesan untuk menjadwalkan ulang. Kasus penggunaan ini dapat diterapkan pada beberapa jenis bisnis lain, seperti restoran atau salon.

Kasus penggunaan lainnya adalah verifikasi tindakan dunia nyata tertentu. Misalnya, bank atau penyedia kartu kredit dapat mengirim pesan verifikasi ketika mereka melihat tagihan yang tidak biasa pada akun pelanggan. Pelanggan dapat menanggapi pesan yang mengotorisasi tagihan. Ketika penyedia menerima otorisasi, mereka dapat mengizinkan transaksi untuk dilanjutkan.

Kasus penggunaan ketiga untuk SMS dua arah adalah dukungan pelanggan interaktif, baik dengan agen langsung, atau dengan bot. Misalnya, Blog AWS Pesan dan Penargetan menjelaskan [solusi yang menggunakan Lambda dan Amazon Lex untuk membuat](#) chatbot SMS.

Kemampuan negara dan batasan untuk SMS dengan Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [kemampuan dan batasan negara SMS](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Amazon Pinpoint saat ini tidak dapat mengirim pesan SMS ke sejumlah kecil negara, termasuk Kuba, Iran, Korea Utara, Suriah, dan Sudan. Untuk daftar lengkap negara dan wilayah tempat Anda dapat mengirim pesan SMS, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

Sebagian besar negara dan wilayah membatasi jenis konten yang dapat Anda kirim menggunakan SMS. Pembatasan ini berbeda-beda, tetapi jenis konten berikut dibatasi di sebagian besar negara atau wilayah:

- Konten pornografi
- Konten yang profan atau penuh kebencian
- Konten yang menggambarkan atau mendukung kekerasan
- Konten yang mendukung obat-obatan terlarang

Di banyak negara dan wilayah, jika pelanggan menerima konten terbatas dan mengeluh kepada operator seluler atau badan pengatur, pengirim mungkin dikenakan denda dan hukuman. Pemerintah dari beberapa negara dan wilayah secara aktif memfilter semua pesan yang masuk untuk menghapus konten yang mereka anggap menyinggung atau tidak pantas. Selalu biasakan diri Anda dengan hukum dan peraturan tentang pengiriman pesan SMS komersial untuk negara dan wilayah tempat pelanggan Anda berada.

Setiap negara mungkin juga memiliki kemampuan dan batasan tambahan saat menggunakan SMS dengan Amazon Pinpoint. Kemampuan dan keterbatasan ini dijelaskan dalam topik berikut.


 Note

SMS dua arah hanya tersedia di negara dan wilayah tertentu. Untuk informasi selengkapnya tentang dukungan SMS dua arah menurut negara atau wilayah, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).


Topik

- [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#)
- [Persyaratan khusus untuk mengirim pesan SMS ke penerima di India](#)
- [Persyaratan khusus untuk Singapura](#)
- [Pendaftaran template SMS](#)

Negara dan wilayah yang didukung (saluran SMS)

 Important


Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

 Important

Efektif 31 Agustus 2023, untuk mengirim pesan ke wilayah AS Puerto Riko, Guam, Kepulauan Samoa Amerika, dan Kepulauan Virgin, diperlukan nomor khusus seperti 10DLC atau Nomor Bebas Pulsa.

Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan SMS ke negara, wilayah, dan wilayah yang tercantum dalam tabel berikut. Tabel ini juga mencantumkan negara dan wilayah yang mendukung ID Pengirim dan pesan [SMS dua arah](#).

Sebelum Anda dapat menggunakan pesan SMS dua arah untuk menerima pesan, Anda harus mendapatkan kode pendek khusus atau kode panjang khusus untuk saluran SMS. Untuk informasi lebih lanjut tentang meminta kode pendek dan panjang, lihat [Meminta dukungan untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

 Note

Anda dapat membeli kode panjang untuk beberapa negara secara langsung melalui konsol Amazon Pinpoint. Kode panjang yang Anda beli melalui konsol dimaksudkan untuk digunakan dengan [saluran suara](#). Jika Anda memerlukan kode panjang untuk mengirim pesan SMS di negara atau wilayah yang berbeda, selesaikan prosedur di [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
A						
Afghanistan	AF	93	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Albania	AL	355	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Aljazair	DZ	213	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Andorra	AD	376	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Angola	AO	244	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Anguilla	AI	1-264	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Antigua dan Barbuda	AG	1-268	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Argentina	AR	54	Ya	Tidak	Tidak	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Armenia	AM	374	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Aruba	AW	297	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Australia	AU	61	Tidak	Ya	Registrasi diperlukan 1	Ya 7
Austria	AT	43	Ya	Ya	Ya	Ya
Azerbaijan	AZ	994	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
B						
Bahama	BS	1-242	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Bahrain	BH	973	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Bangladesh	BD	880	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Barbados	BB	1-246	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Belarus	BY	375	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
Belgium	BE	32	Ya	Ya	Tidak	Ya
Belize	BZ	501	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Bermuda	BM	1-441	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Bhutan	BT	975	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Bolivia	BO	591	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Bosnia dan Herzegovina	BA	387	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Botswana	BW	267	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Brazil	BR	55	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Brunei	BN	673	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Bulgaria	BG	359	Ya	Tidak	Ya	Ya
Burkina Faso	BF	226	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Burundi	BI	257	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
C						
Kamboja	KH	855	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kamerun	CM	237	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Canada	CA	1	Ya	Ya	Tidak	Ya
Tanjung Verde	CV	238	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kepulauan Cayman	KY	1-345	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Republik Afrika Tengah	CF	236	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Chad	TD	235	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Chili	CL	56	Ya	Ya	Tidak	Ya
Tiongkok	CN	86	Ya	Tidak	Tidak ²	Ya
Kolombia	CO	57	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Komoro	KM	269	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kepulauan Cook	CK	682	Tidak	Tidak	Ya	Ya
Kosta Rika	CR	506	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Croatia	HR	385	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Cyprus	CY	357	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Ceko (Republik Ceko)	CZ	420	Tidak	Ya	Ya	Ya
D						
Republik Demokrasi Kongo	CD	243	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Denmark	DK	45	Ya	Ya	Ya	Ya
Djibouti	DJ	253	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Dominika	DM	1-767	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Republik Dominika	DO	1-809, 1-829, 1-849	Ya	Tidak	Tidak	Ya

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
E						
Ekuador	EC	593	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Mesir	EG	20	Ya	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Ya
El Salvador	SV	503	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Guinea Khatulistiwa	GQ	240	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Eritrea	ER	291	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Estonia	EE	372	Tidak	Ya	Ya	Ya
Etiopia	ET	251	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
F						
Kepulauan Faroe	FO	298	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Fiji	FJ	679	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Finland	FI	358	Ya	Ya	Ya	Ya
Perancis	FR	33	Ya	Tidak	Ya	Ya
Guyana Prancis	GF	594	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Polinesia Prancis	PF	689	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
G						
Gabon	GA	241	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Gambia	GM	220	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Georgia	GE	995	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Germany	DE	49	Ya	Ya	Ya	Ya
Ghana	GH	233	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Gibraltar	GI	350	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Greece	GR	30	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Greenland	GL	299	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Grenada	GD	1-473	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Guadeloupe	GP	590	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Guam	GU	1-671	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
Guatemala	GT	502	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Guernsey	GG	44-1481	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Guinea	GN	224	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Guinea-Bissau	GW	245	Tidak	Tidak	Ya	T/A
Guyana	GY	592	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
H						

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Haiti	HT	509	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Honduras	HN	504	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Hong Kong	HK	852	Tidak	Ya	Ya	Ya
Hungaria	HU	36	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Aku						
Islandia	IS	354	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
India	IN	91	Ya	Ya ⁴	Registrasi diperlukan ³	Ya
Indonesia	ID	62	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Irak	IQ	964	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Ireland	IE	353	Tidak	Ya	Ya	Ya
Pulau Man	IM	44-1624	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Israel	IL	972	Tidak	Ya	Ya	Ya
Italia	IT	39	Ya	Ya	Ya	Ya
Pantai Gading	CI	225	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
J						
Jamaika	JM	1-876	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Jepang	JP	81	Ya	Ya	Ya	Ya

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Jersey	JE	44-1434	Tidak	Ya	Ya	Ya
Yordania	JO	962	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
K						
Kazakstan	KZ	7	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kenya	KE	254	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kosovo	XK	383	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kuwait	KW	965	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
Kirgistan	KG	996	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
L						
Laos	LA	856	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Latvia	LV	371	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Libanon	LB	961	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Lesotho	LS	266	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Liberia	LR	231	Tidak	Ya	Tidak	
Libya	LY	218	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Liechtenstein	LI	423	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Lithuania	LT	370	Tidak	Ya	Ya	Ya
Luksemburg	LU	352	Tidak	Ya	Ya	Ya
M						
Macau	MO	853	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Makedonia	MK	389	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Madagaskar	MG	261	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Malawi	MW	265	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Malaysia	MY	60	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Maladewa	MV	960	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Mali	ML	223	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Malta	MT	356	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kepulauan Marshall,	MH	692	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Martinik	MQ	596	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Mauritania	MR	222	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Mauritius	MU	230	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Mayotte	YT	262	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Meksiko	MX	52	Ya	Tidak	Tidak	Ya

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Mikronesia (Negara Federasi)	FM	691	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Moldova	MD	373	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Monako	MC	377	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Mongolia	MN	976	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Montenegro	ME	382	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Montserrat	MS	1-664	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Maroko	MA	212	Ya	Tidak	Ya	Ya
Mozambik	MZ	258	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Myanmar	MM	95	Tidak	Ya	Ya	Ya
N						
Namibia	NA	264	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Nepal	NP	977	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Netherlands	NL	31	Ya	Ya	Ya	Ya
Antillen Belanda	AN	599	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kaledonia Baru	NC	687	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Selandia Baru ⁶	NZ	64	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Nikaragua	NI	505	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Niger	NE	227	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Nigeria	NG	234	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Niue	NU	683	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Norwegia	NO	47	Tidak	Ya	Ya	Ya
O						
Oman	OM	968	Tidak	Tidak	Tidak	T/A
P						
Pakistan	PK	92	Tidak	Tidak	Ya	T/A
Palestina	PS	970	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Panama	PA	507	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Papua Nugini	PG	675	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Paraguay	PY	595	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Peru	PE	51	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Filipina	PH	63	Tidak	Ya ⁴	Registrasi diperlukan ¹	Tidak
Poland	PL	48	Tidak	Ya	Ya	Ya

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Portugal	PT	351	Tidak	Ya	Ya	Ya
Puerto Riko	PR	1-797, 1-939	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
Q						
Qatar	QA	974	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
R						
Republik Kongo	CG	242	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Réunion (Prancis)	RE	262	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Romania	RO	40	Tidak	Ya	Ya	Ya
Rusia	RU	7	Ya	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Ya
Rwanda	RW	250	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
S						
Saint Kitts dan Nevis	KN	1-869	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Saint Lucia	LC	1-758	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Samoa	WS	685	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
San Marino	SM	378	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Sao Tomé dan Príncipe	ST	239	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Arab Saudi	SA	966	Tidak	Ya ⁴	Registrasi diperlukan ¹	Tidak
Senegal	SN	221	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Serbia	RS	381	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Seychelles	SC	248	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Sierra Leone	SL	232	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Singapura	SG	65	Ya	Ya	Ya ⁵	Ya
Slovakia	SK	421	Tidak	Ya	Ya	Tidak
Slovenia	SI	386	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kepulauan Solomon	SB	677	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Somalia	SO	252	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
Afrika Selatan	ZA	27	Ya	Ya	Tidak	Ya
Korea Selatan	KR	82	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Sudan Selatan	SS	211	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Spain	ES	34	Ya	Ya	Ya	Ya
Sri Lanka	LK	94	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
Suriname	SR	597	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Swaziland	SZ	268	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Sweden	SE	46	Ya	Ya	Ya	Ya
Swiss	CH	41	Tidak	Ya ⁴	Ya	Tidak
T						
Taiwan	TW	886	Tidak	Ya	Ya	Ya
Tajikistan	TJ	992	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Tanzania	TZ	255	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Thailand	TH	66	Tidak	Ya	Registrasi diperlukan 1	Ya
Timor-Leste	TL	670	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Togo	TG	228	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Tonga	TO	676	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Trinidad dan Tobago	TT	1-868	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Tunisia	TN	216	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Turki	TR	90	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
Turkmenistan	TM	993	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Kepulauan Turks dan Caicos	TC	1-649	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Tuvalu	TC	688	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
U						
Uganda	UG	256	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Ukraina	UA	380	Tidak	Ya	Ya	Ya
Uni Emirat Arab (UEA)	AE	971	Ya	Ya	Registrasi diperlukan 1	Ya
Britania Raya	GB	44	Ya	Ya	Ya	Ya
Amerika Serikat	US	1	Ya	Ya	Tidak	Ya

Negara atau wilayah	Kode ISO	Kode panggilan	Mendukung kode pendek	Mendukung kode panjang	Mendukung ID Pengirim	Mendukung SMS dua arah
Uruguay	UY	598	Ya	Tidak	Tidak	Ya
Uzbekistan	UZ	998	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
V						
Vanuatu	VU	678	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Venezuela	VE	58	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
Vietnam	VN	84	Tidak	Tidak	Registrasi diperlukan 1	Tidak
Kepulauan Virgin, Inggris	VG	1-284	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Kepulauan Virgin, US	VI	1-340	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
W						
X						
Y						
Yaman	YE	967	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Z						
Zambia	ZM	260	Tidak	Tidak	Ya	Tidak
Zimbabwe	ZW	263	Tidak	Tidak	Ya	Tidak

Catatan

1. Pengirim diharuskan menggunakan ID Pengirim abjad yang telah terdaftar sebelumnya. Untuk meminta ID Pengirim dari AWS Support, lihat [the section called “Meminta ID pengirim”](#). Beberapa negara mewajibkan pengirim untuk memenuhi persyaratan tertentu atau mematuhi batasan tertentu untuk mendapatkan persetujuan. Dalam kasus ini, AWS Support dapat menghubungi Anda untuk informasi tambahan setelah Anda mengirimkan permintaan ID Pengirim Anda.
2. Pengirim harus menggunakan templat yang telah terdaftar sebelumnya untuk setiap jenis pesan yang akan dikirim. Jika pengirim tidak memenuhi persyaratan ini, pesan mereka akan diblokir. Untuk mendaftarkan template, buka kasing SMS Amazon Pinpoint dengan AWS Support Saat Anda membuat kasus, berikan informasi yang sama yang akan Anda berikan untuk meminta ID pengirim. Untuk informasi selengkapnya, lihat [the section called “Meminta ID pengirim”](#). Beberapa negara mewajibkan pengirim untuk memenuhi persyaratan tambahan tertentu atau mematuhi batasan tertentu untuk mendapatkan persetujuan. Dalam kasus ini, AWS Support mungkin akan meminta informasi tambahan.

Note

Untuk mengirim pesan ke China, Anda harus terlebih dahulu mendaftarkan template Anda AWS Support untuk persetujuan.

3. Pengirim diharuskan menggunakan ID Pengirim abjad yang telah terdaftar sebelumnya. Diperlukan langkah pendaftaran tambahan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Persyaratan khusus untuk mengirim pesan SMS ke penerima di India](#).
4. Kode panjang di negara-negara ini hanya mendukung pesan masuk. Dengan kata lain, Anda tidak dapat menggunakan kode panjang ini untuk mengirim pesan ke penerima, tetapi Anda dapat menggunakannya untuk menerima pesan dari penerima. Kode panjang ini adalah cara yang berguna untuk memungkinkan penerima memilih keluar jika Anda mengirim pesan menggunakan ID Pengirim abjad, karena ID Pengirim hanya mendukung pesan keluar.
5. Amazon Pinpoint dapat mengirim lalu lintas SMS ke Singapura menggunakan ID Pengirim yang telah terdaftar di Singapore SMS Sender ID Registry (SSIR), registri yang dibuat oleh [Info-Communications Media Development Authority \(IMDA\)](#) Singapura. Untuk informasi selengkapnya tentang persyaratan untuk menggunakan ID Pengirim Singapura, lihat [Persyaratan khusus](#)

[untuk Singapura](#). Anda juga dapat mengirim lalu lintas SMS di Singapura menggunakan ID Pengirim yang tidak terdaftar atau jenis identitas originasi alternatif seperti Kode Pendek atau Kode Panjang.

6. Tanpa kode pendek khusus, Amazon Pinpoint masih mencoba mengirim pesan ke penerima Selandia Baru menggunakan kumpulan kode pendek bersama. Karena pembatasan operator lokal seputar nomor bersama, pengiriman atas nomor bersama ini dilakukan atas dasar upaya terbaik. Oleh karena itu, Amazon Pinpoint sangat merekomendasikan pengadaan kode pendek khusus untuk semua lalu lintas yang dikirim ke Selandia Baru. Pesan yang berisi URL harus diizinkan terdaftar melalui proses kode pendek khusus. Untuk informasi lebih lanjut tentang membeli kode pendek, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).
7. SMS dua arah di Australia saat ini tidak didukung di wilayah Asia Pasifik (Sydney).

Dukungan ID pengirim

Tabel berikut menjelaskan ID mana yang ditampilkan saat Anda mengirim pesan SMS ke negara tempat ID Pengirim didukung, dibandingkan dengan ID Pengirim yang tidak didukung.

Jika penerima berada...	Dan pesan SMS Anda...	Pesan dikirim dari...
Di negara atau wilayah di mana pendaftaran ID Pengirim diperlukan	Menentukan ID Pengirim yang telah terdaftar	ID Pengirim.
	Tidak menentukan ID Pengirim, atau menentukan ID pengirim yang tidak terdaftar	Amazon Pinpoint mencoba mengirimkan pesan dengan PEMBERITAHUAN ID Pengirim . Pesan mungkin tidak diterima oleh penerima berdasarkan persyaratan operator di negara atau wilayah tujuan.
Di negara atau wilayah di mana ID Pengirim didukung tetapi pendaftaran ID Pengirim tidak diperlukan	Menentukan ID Pengirim	ID Pengirim.
	Tidak menentukan ID Pengirim, tetapi akun tersebut menyertakan nomor telepon	Nomor telepon khusus.

Jika penerima berada...	Dan pesan SMS Anda...	Pesan dikirim dari...
	khusus untuk saluran SMS di negara tujuan	
	Tidak menentukan ID Pengirim, dan akun tidak menyertakan nomor telepon khusus untuk saluran SMS di negara tujuan	<ul style="list-style-type: none"> • Kode panjang atau pendek acak di negara dan wilayah di mana ID Pengirim tidak didukung. • Kata PEMBERITAHUAN di negara dan wilayah di mana ID Pengirim didukung.
Di negara atau wilayah di mana ID Pengirim tidak didukung	Menentukan ID Pengirim	Bervariasi tergantung pada negara tujuan. Di beberapa negara, pesan Anda dikirim menggunakan kode panjang acak. Di negara lain, pesan Anda dikirim menggunakan kode pendek bersama. Di Amerika Serikat, Anda hanya dapat mengirim pesan menggunakan nomor telepon khusus. Jika Anda tidak memiliki nomor telepon khusus AS, pesan Anda tidak terkirim.
	Tidak menentukan ID Pengirim	Variasi — lihat di atas.

Persyaratan khusus untuk mengirim pesan SMS ke penerima di India

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi

terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [proses pendaftaran ID pengirim India](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Secara default, saat Anda mengirim pesan ke penerima di India, Amazon Pinpoint menggunakan rute International Long-Distance Operator (ILDO) untuk mengirimkan pesan tersebut. Saat penerima melihat pesan yang dikirim melalui koneksi ILDO, pesan tersebut tampaknya dikirim dari ID numerik acak (kecuali jika Anda [membeli kode pendek khusus](#)).

Perusahaan yang terdaftar di India juga dapat menggunakan ID pengirim khusus untuk mengirim pesan mereka. Jika Anda lebih suka menggunakan ID pengirim, Anda harus mengirim pesan tersebut melalui rute lokal daripada rute ILDO.

Note

Harga untuk mengirim pesan menggunakan rute ILDO jauh lebih tinggi daripada harga untuk mengirim pesan melalui rute lokal. Harga untuk mengirim pesan menggunakan rute ILDO dan lokal ditampilkan di halaman Harga [Amazon Pinpoint](#).

Untuk mengirim pesan menggunakan rute lokal, Anda harus terlebih dahulu mendaftarkan kasus penggunaan dan templat pesan Anda dengan Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) melalui portal Teknologi Buku Besar Terdistribusi (DLT). Saat mendaftarkan kasus penggunaan melalui portal DLT, Anda menerima ID Entitas dan ID Template, yang harus Anda tentukan saat mengirim pesan melalui Amazon Pinpoint. Persyaratan pendaftaran ini dirancang untuk mengurangi jumlah pesan yang tidak diminta yang diterima konsumen India dan untuk melindungi konsumen dari pesan yang berpotensi berbahaya.

Untuk menyelesaikan proses pendaftaran, Anda harus memberikan informasi berikut:

- Nomor Akun Permanen (Permanent Account Number/PAN) organisasi Anda.
- Nomor Rekening Pengurangan Pajak (Tax Deduction Account Number/TAN) organisasi Anda.
- Nomor Identifikasi Pajak Barang dan Jasa (Goods and Services Tax Identification Number/GSTIN) organisasi Anda.
- Nomor Identitas Perusahaan (Corporate Identity Number/CIN) organisasi Anda.


- Surat otorisasi yang memberikan wewenang untuk mendaftarkan organisasi Anda pada Vilpower. Situs Vilpower menyertakan templat yang dapat Anda unduh dan modifikasi sesuai dengan kebutuhan Anda.

Untuk mengirim pesan SMS ke India, ikuti langkah-langkah berikut:

- [Langkah 1: Daftarkan perusahaan Anda dan gunakan kasus dengan TRAI](#)
- [Langkah 2: Buat kasing dengan AWS Support](#)
- [Langkah 3: Tentukan nilai ID Entitas dan ID Template saat Anda mengirim pesan](#)
- [Memahami masalah pencocokan template](#)

Langkah 1: Daftarkan perusahaan Anda dan gunakan kasus dengan TRAI

Langkah pertama adalah mendaftarkan perusahaan Anda dan kasus penggunaan dengan TRAI. Bagian ini mencakup informasi tentang mendaftarkan ID pengirim Anda menggunakan portal Vilpower Vodafone Idea. Namun, ada beberapa portal pendaftaran lainnya. Semua portal pendaftaran DLT mengharuskan Anda untuk memberikan rincian pendaftaran yang sama. Nilai Entitas ID dan ID Template yang Anda terima dari portal ini dapat dipertukarkan. Artinya, jika Anda mendaftarkan kasus penggunaan menggunakan portal selain portal Vilpower, Anda masih dapat menggunakan ID Entitas dan ID Template untuk mengirim pesan menggunakan Amazon Pinpoint.


 Note

Vilpower membebankan biaya untuk mendaftarkan perusahaan Anda. Biaya saat ini ditampilkan di situs [web Vilpower](#).

Pelajari cara mendaftarkan organisasi Anda pada TRAI.

1. Di peramban web, buka situs web Vilpower di <https://www.vilpower.in>.
2. Pilih Signup (Pendaftaran) untuk membuat akun lain. Selama proses pendaftaran, lakukan hal berikut:
 - Saat Anda diminta untuk menentukan jenis entitas yang ingin Anda daftarkan, pilih Sebagai Perusahaan.
 - Untuk Nama Telemarketer, pilih Infobip Private Limited - ALL. Saat diminta, ketik **Infobip** lalu pilih Infobip Private Limited - ALL (Infobip Privat Terbatas - SEMUA) dari daftar dropdown.


- Untuk Enter Telemarketer ID (Masukkan ID Telemarketer), masukkan **110200001152**.
- Saat diminta untuk memberikan ID Header Anda, masukkan ID pengirim yang ingin Anda daftarkan.
- Saat diminta untuk memberikan Templat Konten, masukkan konten pesan yang akan dikirim ke penerima. Sertakan templat untuk setiap pesan yang akan dikirim.

 Note

Situs Vilpower tidak dikelola oleh Amazon Web Services. Langkah-langkah di situs web Vilpower dapat berubah sewaktu-waktu.

Langkah 2: Buat kasing dengan AWS Support

Setelah Anda mendaftarkan perusahaan Anda dan kasus penggunaan dengan TRAI, Anda harus membuat kasing dengan AWS Support. AWS Support Tim menggunakan informasi yang Anda berikan dalam kasus Anda untuk mengaitkan ID Entitas dan ID Template Anda dengan Akun AWS.

 Note

India membutuhkan ID pengirim yang panjangnya tepat 6 karakter.

Untuk membuka AWS Support kasus

- Selesaikan langkah-langkah dalam [Meminta ID pengirim](#). Dalam permintaan Anda, berikan informasi berikut:
 - Wilayah AWS yang Anda gunakan dengan Amazon Pinpoint.
 - Nama perusahaan. Nama yang Anda berikan harus sama persis dengan nama yang Anda berikan selama proses pendaftaran.
 - Principal Entity ID (PEID) yang Anda terima setelah menyelesaikan proses pendaftaran.
 - Perkiraan jumlah pesan yang Anda rencanakan untuk dikirim setiap bulan.
 - Deskripsi kasus penggunaan Anda.
 - Informasi tentang langkah-langkah yang harus diselesaikan penerima Anda untuk ikut serta dalam menerima pesan Anda.

- Konfirmasi bahwa Anda mengumpulkan dan mengelola opt-in dan opt-out.

Langkah 3: Tentukan nilai ID Entitas dan ID Template saat Anda mengirim pesan


Agar berhasil mengirimkan pesan menggunakan rute lokal, Anda harus menentukan nilai ID Entitas dan ID Templat yang Anda terima setelah menyelesaikan proses pendaftaran ID pengirim. Anda juga harus memilih jenis entitas yang benar, dan memastikan bahwa pesan Anda cocok dengan contoh templat yang Anda daftarkan.

Langkah-langkah yang Anda selesaikan tergantung pada bagaimana Anda mengirim pesan SMS Anda. Jika Anda menggunakan [SendMessages](#) API untuk mengirim pesan, Anda dapat menyertakan atribut ini dalam panggilan Anda ke API. Jika Anda menggunakan kampanye atau perjalanan untuk mengirim pesan, Anda dapat menentukan nilai yang benar saat menyiapkan kampanye atau perjalanan. Bagian ini mencakup informasi untuk kedua skenario.

Mengirim pesan melalui rute lokal India menggunakan SendMessages API

Untuk mengirim pesan melalui rute lokal India menggunakan SendMessages API

1. Dalam panggilan Anda ke SendMessages API, berikan nilai untuk parameter berikut:
 - `EntityId`— Entitas ID atau Principal Entity (PE) ID yang Anda terima setelah menyelesaikan proses pendaftaran ID pengirim.
 - `TemplateId`— ID template yang Anda terima setelah menyelesaikan proses pendaftaran ID pengirim.

 Important

Pastikan bahwa ID Template yang Anda tentukan sama persis dengan template pesan Anda. Jika pesan Anda tidak cocok dengan templat yang Anda berikan selama proses pendaftaran, operator seluler mungkin menolak pesan Anda.

2. Untuk `MessageType` parameter, tentukan jenis rute yang sesuai untuk pesan Anda. Anda dapat menentukan salah satu nilai berikut:
 - `Promotional`— Tentukan jenis pesan ini untuk pesan promosi. ID pengirim promosi hanya berisi angka.

⚠ Important

Anda harus menentukan ID pengirim numerik Anda dalam `OriginNumber` parameter permintaan.

- `Transactional`— Tentukan jenis pesan ini untuk pesan transaksional. ID pengirim transaksional hanya berisi huruf, dan peka huruf besar/kecil.
3. Ketika Anda menambahkan konten ke pesan Anda, tinjau konten Anda secara menyeluruh untuk memastikan bahwa konten tersebut cocok dengan konten dalam template terdaftar DLT. Jika Anda menyertakan pengembalian karakter tambahan, spasi, tanda baca, atau kasus kalimat yang tidak cocok, operator akan memblokir pesan SMS Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang masalah yang terkait dengan pencocokan templat, lihat [Memahami masalah pencocokan template](#).

Mengirim pesan melalui rute lokal India menggunakan kampanye

Untuk mengirim pesan melalui rute lokal India menggunakan kampanye

1. Buat kampanye seperti biasanya dengan mengikuti langkah-langkahnya [Langkah 1: Buat kampanye](#).
2. Pada [Langkah 3](#) dari proses pembuatan kampanye, di bagian pengaturan SMS, lakukan hal berikut:
 - Untuk Message type (Jenis pesan), pilih salah satu jenis berikut:
 - Promosi - Pilih opsi ini jika Anda mendaftarkan kasus penggunaan promosi. ID pengirim promosi hanya berisi angka.
 - Transaksional — Pilih opsi ini jika Anda mendaftarkan kasus penggunaan transaksional. ID pengirim transaksional hanya berisi huruf, dan peka huruf besar/kecil.
 - Di bagian ID Pengirim, masukkan ID pengirim yang Anda daftarkan di TRAI.
 - Di bagian Pengaturan Peraturan, masukkan ID Entitas dan ID Template yang Anda terima selama proses pendaftaran.

⚠ Important

Pastikan bahwa ID Template yang Anda tentukan sama persis dengan template pesan Anda. Jika pesan Anda tidak cocok dengan templat yang Anda berikan selama proses pendaftaran, operator seluler mungkin menolak pesan Anda.

3. Selesai membuat kampanye seperti biasanya.

Mengirim pesan melalui rute lokal India menggunakan perjalanan

Untuk mengirim pesan melalui rute lokal India menggunakan perjalanan

1. Buat perjalanan seperti biasanya dengan mengikuti langkah-langkah masuk [Ciptakan perjalanan](#).
2. Setiap kali Anda menambahkan aktivitas Kirim pesan SMS ke perjalanan, lakukan hal berikut:
 - Di bawah Jenis pesan, pilih salah satu dari berikut ini:
 - Promosi - Pilih opsi ini jika Anda mendaftarkan kasus penggunaan promosi. ID pengirim promosi hanya berisi angka.
 - Transaksional — Pilih opsi ini jika Anda mendaftarkan kasus penggunaan transaksional. ID pengirim transaksional hanya berisi huruf, dan peka huruf besar/kecil.
 - Memperluas bagian Pengaturan tambahan. Pada tab Pengaturan SMS, untuk ID Pengirim, masukkan ID pengirim yang Anda daftarkan.
 - Pada tab Pengaturan Peraturan, masukkan ID Entitas dan ID Template yang Anda terima selama proses pendaftaran.

⚠ Important

Pastikan bahwa ID Template yang Anda tentukan sama persis dengan template pesan Anda. Jika pesan Anda tidak cocok dengan templat yang Anda berikan selama proses pendaftaran, operator seluler mungkin menolak pesan Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memahami masalah pencocokan template](#).

3. Selesai membuat perjalanan seperti biasanya.

Memahami masalah pencocokan template

Operator India akan menolak pesan Anda jika mereka tidak sejajar persis dengan templat yang Anda kirimkan selama proses pendaftaran. Jika Anda mengalami masalah pengiriman pesan, periksa pesan Anda untuk masalah umum berikut:

- Konten pesan tidak cocok dengan templat terdaftar — Semua pesan yang Anda kirim harus sesuai dengan templat terdaftar. Jika Anda mengirim pesan yang tidak sama persis dengan template yang terkait dengan ID Template yang Anda berikan, operator seluler akan menolak pesan Anda.
- Nilai variabel terlalu panjang — Jika nilai variabel berisi lebih dari 30 karakter, operator seluler akan menolak pesan Anda.
- Ketidakcocokan kasus — Operator seluler membandingkan pesan Anda dengan templat yang Anda daftarkan. Proses perbandingan ini peka huruf besar/kecil.
- Karakter yang sedikit berbeda — Pesan Anda dapat ditolak jika berisi karakter yang terlihat mirip dengan karakter di template terdaftar Anda, tetapi sebenarnya berbeda. Misalnya, jika Anda menyalin teks dari Microsoft Word, teks mungkin menyertakan karakter kutipan keriting (“dan”), sebagai lawan dari karakter kutipan lurus ("). Pastikan pesan Anda cocok dengan templat terdaftar Anda dengan tepat.

Persyaratan khusus untuk Singapura

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [proses pendaftaran Singapura](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Pelanggan Amazon Pinpoint dapat mengirim lalu lintas SMS di Singapura menggunakan ID Pengirim yang telah terdaftar melalui Singapore SMS Sender ID Registry (SSIR). SSIR diluncurkan pada Maret 2022 melalui Singapore Network Information Centre (SGNIC) yang dimiliki oleh Info-Communications Media Development Authority (IMDA) Singapura, dan memungkinkan organisasi untuk mendaftarkan ID Pengirim mereka saat mengirim SMS ke ponsel di Singapura. Untuk menggunakan ID Pengirim Singapura yang terdaftar, Anda harus mendapatkan Nomor Entitas Unik (UEN), lalu kirimkan

permintaan ke Amazon Pinpoint untuk mengizinkan daftar akun Anda untuk penggunaan ID Pengirim Anda dan akhirnya menyelesaikan proses pendaftaran melalui SSIR.

Jika Anda tidak mendaftarkan ID Anda pada tahun 2023-01-30, pesan apa pun yang dikirim menggunakan ID Pengirim akan mengubah ID-nya menjadi LICLAY-SCAM per peraturan badan pengatur. Setelah tanggal ini, regulator akan terus memfilter atau memblokir lalu lintas yang tidak terdaftar atas kebijakan mereka.

Important

Untuk memastikan Anda masih dapat mengirim pesan di Singapura, pendaftaran Anda harus diselesaikan pada 2023-01-30 dalam urutan ini:

1. [Mendaftar untuk Nomor Entitas Unik Singapura \(UEN\)](#)
2. [Mendaftarkan ID Pengirim Singapura Anda dengan Amazon Pinpoint](#)
3. [Mendaftarkan ID Pengirim di Singapore Network Information Centre \(SGNIC\)](#)

Mendaftar untuk Nomor Entitas Unik Singapura (UEN)

Untuk memulai pendaftaran dengan SSIR, Anda harus terlebih dahulu mendapatkan Singapore Unique Entity Number (UEN). UEN adalah nomor entitas unik yang Anda terima ketika Anda mendaftarkan bisnis Anda ke Account and Corporate Registry Authority (ACRA), untuk informasi lebih lanjut lihat [Siapa yang Harus Mendaftar dengan ACRA?](#) . Jumlah waktu untuk memproses dapat bervariasi tergantung pada seberapa mudah ACRA dapat memvalidasi permintaan Anda.

Mendaftarkan ID Pengirim Singapura Anda dengan Amazon Pinpoint

Setelah mendaftarkan Nomor Entitas Unik Singapura (UEN), Anda dapat menyelesaikan proses pendaftaran ID Pengirim langsung di konsol Amazon Pinpoint. Saat mendaftarkan ID Pengirim Anda, pastikan informasinya lengkap dan akurat atau pendaftaran Anda dapat ditolak.

Important

Informasi yang Anda kirimkan melalui konsol Amazon Pinpoint akan diteruskan ke mitra operator kami untuk menyelesaikan pendaftaran.

Untuk mendaftarkan ID Pengirim Singapura

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pendaftaran ID Pengirim, pilih Buat pendaftaran.
4. Pilih Singapura sebagai negara tujuan Anda.
5. Di bagian Informasi Perusahaan, masukkan yang berikut ini:
 - Untuk Nama Perusahaan, masukkan nama perusahaan Anda persis seperti yang terlihat pada pendaftaran UEN Anda.
 - Untuk ID Pajak, masukkan nomor UEN yang Anda terima dari ACRA.
 - Untuk Situs Web Perusahaan, masukkan URL untuk situs web perusahaan Anda.
 - Untuk Alamat 1, masukkan alamat jalan kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Alamat 2 - opsional, jika diperlukan masukkan nomor suite kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk City, masuki kota kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Negara, masukkan negara bagian kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Kode Pos, masukkan kode pos kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Negara, masukkan kode negara ISO dua digit.
6. Di bagian Informasi Kontak, masukkan informasi berikut:
 - Untuk Nama Depan, masukkan nama depan orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
 - Untuk Nama Belakang, masukkan nama belakang orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
 - Untuk Support Email, masukkan alamat email orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
 - Untuk Support Phone Number, masukkan nomor telepon orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
7. Dalam Informasi ID Pengirim, masukkan yang berikut ini:
 - Untuk ID Pengirim, masukkan ID Pengirim yang ingin ditampilkan untuk pesan Anda.

- Untuk Mendaftar atas nama merek/entitas lain? jika ya maka pilih Benar. Jika Anda bukan pengguna akhir yang mengirim pesan, Anda dianggap sebagai “Perwakilan” dari merek/entitas lain.
 - Untuk gambar Surat Otorisasi — opsional, jika Anda mencentang kotak sebagai Mendaftar atas nama merek/entitas lain? , unggah gambar Letter of Authorization (LOA) lengkap. Jenis file yang didukung adalah PNG dan ukuran file maksimum adalah 400KB. Template untuk LOA dapat [diunduh](#) untuk kenyamanan Anda.
 - Untuk koneksi ID Pengirim — opsional Anda dapat menambahkan detail lebih lanjut tentang koneksi antara SenderID yang diminta dan nama perusahaan.
8. Dalam Kasus Penggunaan Pesan, lakukan hal berikut:
- Untuk Volume SMS Bulanan pilih jumlah pesan SMS yang akan setiap bulannya.
 - Untuk Kategori Kasus Penggunaan pilih salah satu jenis kasus penggunaan berikut untuk nomor tersebut:
 - Otentikasi dua faktor — Gunakan ini untuk mengirim kode otentikasi dua faktor.
 - Kata sandi satu kali — Gunakan ini untuk mengirim kata sandi satu kali kepada pengguna.
 - Pemberitahuan — Gunakan ini jika Anda hanya bermaksud mengirim pemberitahuan penting kepada pengguna Anda.
 - Polling dan survei — Gunakan ini untuk polling pengguna pada preferensi mereka.
 - Info on demand — Ini untuk mengirim pesan pengguna setelah mereka mengirim permintaan.
 - Promosi dan Pemasaran — Gunakan ini jika Anda hanya bermaksud mengirim pesan pemasaran kepada pengguna Anda.
 - Lainnya - Gunakan ini jika kasus penggunaan Anda tidak termasuk dalam kategori lain. Pastikan Anda mengisi Rincian Kasus Penggunaan untuk opsi ini.
 - Detail Kasus Penggunaan Lengkap — opsional untuk memberikan konteks tambahan ke Kategori Kasus Penggunaan yang dipilih.
9. Di bagian Sampel Pesan, lakukan hal berikut:
- Untuk Contoh Pesan 1, masukkan contoh pesan dari badan pesan SMS yang akan dikirim ke pengguna akhir Anda.
 - Untuk Contoh Pesan 2 — opsional dan Contoh Pesan 3 — opsional, masukkan contoh pesan tambahan, jika diperlukan, dari badan pesan SMS yang akan dikirim.
 - **Setiap kotak teks Sampel Pesan memiliki batas karakter maksimum 306 karakter.**

10. Setelah selesai, pilih Kirim pendaftaran.

Important

Setelah status pendaftaran Anda dalam status Peninjauan, Anda harus bekerja dengan SGNIC untuk mendaftarkan ID Pengirim Anda. Anda tidak perlu menunggu status pendaftaran Anda berubah menjadi status Selesai untuk memulai proses pendaftaran ID Pengirim dengan SGNIC. Anda dapat memeriksa status pendaftaran Anda dengan mengikuti petunjuk di [Status pendaftaran ID Pengirim Singapura](#).

Mendaftarkan ID Pengirim di Singapore Network Information Centre (SGNIC)

Untuk mendaftarkan ID Pengirim ke Singapore Network Information Centre (SGNIC) ada dua langkah yang harus diselesaikan dengan urutan sebagai berikut:

Daftarkan ID Pengirim di Singapore Network Information Centre (SGNIC)

1. Anda harus terlebih dahulu bekerja dengan Amazon Pinpoint untuk mendaftarkan ID Pengirim Singapura (SG) Anda untuk akun Anda. Setelah langkah ini selesai, Anda dapat melanjutkan ke langkah berikutnya.
2. Bekerja sama dengan SGNIC untuk mendaftarkan ID Pengirim Anda menggunakan proses di [SGNIC SMS Sender ID Registry](#).
 - Saat menyelesaikan proses, pastikan Anda mencantumkan semua hal berikut sebagai agregator yang berpartisipasi:
 - AMCS SG Private Limited (Layanan Komunikasi Media Amazon)
 - Nexmo PTE LTD
 - Sinch Singapore PTE LTD
 - Telesign Singapore PTE LTD
 - Twilio Indonesia PTD LTD

Warning

Melakukan langkah-langkah ini di luar pesanan dapat mengakibatkan ID Pengirim Anda diblokir oleh layanan atau akan mencegah ID Pengirim Anda disimpan di perangkat seluler.

Note

Harap dicatat bahwa Anda diharuskan untuk mengirimkan pendaftaran ID Pengirim dari setiap individu yang Akun AWS Anda perlukan untuk menggunakan ID Pengirim.

Status pendaftaran ID Pengirim Singapura

Saat Anda mendaftarkan ID Pengirim Singapura Anda dengan Amazon Pinpoint, pendaftaran Anda akan berada di salah satu dari lima status berbeda:

- **Dibuat** — Pendaftaran Anda dibuat tetapi tidak dikirimkan.
- **Dikirim** — Pendaftaran Anda telah dikirimkan dan sedang divalidasi.
- **Meninjau** — Pendaftaran Anda telah diterima dan sedang ditinjau. Mungkin diperlukan waktu antara 1-3 minggu dan dalam beberapa kasus mungkin perlu waktu lebih lama untuk peninjauan selesai.
- **Selesai** — Pendaftaran Anda telah disetujui dan Anda dapat mulai menggunakan ID Pengirim.
- **Memerlukan Pembaruan** - Anda harus memperbaiki pendaftaran Anda dan mengirimkannya kembali. Lihat [Mengedit pendaftaran ID Pengirim Singapura](#) untuk informasi selengkapnya. Bidang yang memerlukan pembaruan menampilkan ikon peringatan dan deskripsi singkat tentang masalah ini.

Periksa status pendaftaran Anda


1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pendaftaran ID Pengirim, pilih SenderID.
4. Anda kemudian dapat melihat status pendaftaran setiap SenderID.

Mengedit pendaftaran ID Pengirim Singapura

Setelah Anda mengirimkan pendaftaran Anda dengan Amazon Pinpoint, status pendaftaran akan ditampilkan sebagai Memerlukan Pembaruan jika ada masalah dengan pendaftaran. Di negara bagian ini, formulir pendaftaran dapat diedit. Bidang yang memerlukan pembaruan memiliki ikon peringatan dan deskripsi singkat tentang masalah ini.

Untuk mengedit ID Pengirim

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Registrasi SenderID, pilih nomor yang ingin Anda edit dan pilih ID Registrasi.
4. Pilih Perbarui pendaftaran untuk mengedit formulir dan mengoreksi bidang yang memiliki ikon peringatan.
5. Jika Anda mendaftar atas nama merek/entitas lain, Anda perlu mengunggah ulang file yang dikirimkan sebelumnya untuk gambar Surat Otorisasi — opsional.

6.  **Important**
Periksa kembali semua bidang untuk memastikan bahwa mereka benar.

Pilih Kirim pendaftaran untuk mengirim ulang setelah selesai.

Menghapus pendaftaran ID Pengirim Singapura

Jika Anda tidak lagi ingin melanjutkan pendaftaran ID Pengirim Singapura, Anda dapat menghapus pendaftaran. Pendaftaran hanya dapat dihapus jika statusnya Dibuat atau Memerlukan Pembaruan.

Untuk menghapus pendaftaran

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab ID Pengirim, pilih ID pendaftaran yang ingin Anda hapus, lalu pilih Hapus Pendaftaran.

Masalah Pendaftaran Singapura

Jika ID Pengirim Singapura Anda tidak diterima oleh Amazon Pinpoint, Anda akan melihat pesan yang menjelaskan mengapa itu ditolak. Jika Anda memiliki pertanyaan tentang penolakan ini yang tidak dijawab dalam [Praktik Terbaik](#) kami, Anda dapat mengajukan permintaan kepada tim dukungan kami.

Untuk mengajukan permintaan informasi tentang ID Pengirim Singapura yang ditolak

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. Pilih Support (Dukungan), lalu Support Center (Pusat Dukungan).
3. Di halaman Support (Dukungan), pilih Create case (Buat kasus).
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? tautan.
5. Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
6. Di bagian Permintaan, lakukan hal berikut:
 - Untuk Wilayah, pilih permintaan Wilayah AWS Anda berlaku.
 - Untuk Jenis Sumber Daya, pilih Registrasi ID Pengirim.
 - Untuk Limit, pilih Kueri Penolakan Pendaftaran.
7. Untuk deskripsi Kasus, masukkan ID Pengirim Singapura yang ditolak dan berikan alasan penolakan.
8. Di bawah Contact option (Opsi kontak), untuk Preferred contact language (Bahasa kontak pilihan), pilih bahasa yang ingin digunakan saat berkomunikasi dengan tim AWS Support.
9. Untuk Contact method (Metode kontak), pilih metode yang Anda inginkan untuk berkomunikasi dengan tim AWS Support.
10. Pilih Submit (Kirim).

AWS SupportTim akan memberikan informasi tentang alasan pendaftaran ID Pengirim Anda ditolak dalam AWS Support kasus Anda.

Pertanyaan yang sering diajukan pendaftaran ID Pengirim Singapura

Pertanyaan yang sering diajukan tentang proses pendaftaran nomor ID Pengirim Singapura dengan Amazon Pinpoint.

Apakah saat ini saya memiliki ID Pengirim Singapura

Untuk memeriksa apakah Anda memiliki ID Pengirim Singapura

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Registrasi SenderID, pilih ID Pengirim yang ingin Anda lihat dan pilih ID Pendaftaran.

Berapa lama pendaftaran akan berlangsung?

Sementara tinjauan tipikal membutuhkan waktu 1 - 3 minggu, mungkin diperlukan waktu hingga 5 minggu atau lebih dalam beberapa kasus untuk memverifikasi informasi Anda dengan lembaga pemerintah.

Apa itu Nomor Entitas Unik (UEN) dan bagaimana cara mendapatkannya?

UEN adalah ID bisnis Singapura yang dikeluarkan oleh Accounting and Corporate Regulatory Agency (ACRA). Perusahaan dan bisnis lokal di Singapura bisa mendapatkan UEN dengan mendaftar melalui ACRA. Setelah Anda melewati prosedur pendaftaran dan penggabungan standar, itu akan dikeluarkan. [Anda dapat mengajukan permohonan UEN dengan ACRA melalui Bizfile.](#)

Apakah saya harus mendaftar untuk ID Pengirim Singapura?

Ya. Jika saat ini Anda belum mendaftarkan ID Pengirim Singapura pada tahun 2023—01—30, pesan apa pun yang dikirim menggunakan ID Pengirim akan mengubah ID-nya menjadi LIKALY-SCAM

Bagaimana cara mendaftarkan ID Pengirim Singapura saya dengan Amazon Pinpoint?

Ikuti petunjuk di [Mendaftarkan ID Pengirim Singapura Anda dengan Amazon Pinpoint](#) untuk mendaftarkan ID Pengirim.

Apa status pendaftaran ID Pengirim Singapura saya dan apa artinya?

Ikuti petunjuk di [Status pendaftaran ID Pengirim Singapura](#) untuk memeriksa pendaftaran dan status Anda.

Informasi apa yang perlu saya berikan?

Anda perlu memberikan alamat perusahaan Anda, kontak bisnis, dan kasus penggunaan. Anda dapat menemukan informasi yang diperlukan di [Mendaftarkan ID Pengirim Singapura Anda dengan Amazon Pinpoint.](#)

Bagaimana jika pendaftaran ID Pengirim Singapura saya ditolak?

Jika pendaftaran Anda ditolak, statusnya akan diubah menjadi Memerlukan Pembaruan dan Anda dapat melakukan pembaruan dengan mengikuti petunjuk di [Mengedit pendaftaran ID Pengirim Singapura.](#)

Izin apa yang saya butuhkan?

Pengguna/peran IAM yang Anda gunakan untuk mengunjungi konsol Amazon Pinpoint harus diaktifkan dengan izin. *"sms-voice:*"*

Pendaftaran template SMS

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [proses pendaftaran template SMS China](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Untuk mendaftarkan template SMS Anda, Anda harus membuka kasus dukungan di Support Center Console.


Note

Hanya China yang memerlukan pendaftaran template SMS agar akun Anda diizinkan dikirim ke sana.

Daftarkan template SMS

1. Buka Support Center Console di <https://console.aws.amazon.com/support/home>.
2. Di bagian Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
3. Pada halaman Buat kasus, pilih Mencari peningkatan batas layanan? tautan.
4. Di bagian Create Case, lakukan hal berikut:
 - Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
 - Untuk Provide a link to the site or app which will be sending SMS messages (Berikan tautan ke situs web atau aplikasi yang akan mengirim pesan SMS), berikan situs web atau aplikasi tempat penerima Anda memilih untuk menerima pesan SMS Anda.

- Untuk jenis pesan apa yang ingin Anda kirim, pilih jenis pesan yang akan dikirim menggunakan ID Pengirim:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.
 - Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.
- Untuk negara mana Anda berencana untuk mengirim pesan, pilih wilayah tempat Anda akan mengirim pesan.

 Note

Hanya China yang memerlukan pendaftaran templat agar akun Anda diizinkan dikirim ke sana.

5. Di bagian Permintaan, lakukan hal berikut:

- Untuk Wilayah, pilih Wilayah AWS yang Anda rencanakan untuk membuat permintaan API.
- Untuk Jenis Sumber Daya, pilih Registrasi Template.
- Untuk Limit, pilih salah satu dari berikut ini:
 - One Time Password (Kata Sandi Satu Kali) – Pesan yang menyediakan kata sandi yang digunakan pelanggan Anda untuk melakukan autentikasi dengan situs web atau aplikasi Anda.
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda, seperti penawaran atau pengumuman khusus.
 - Transactional (Transaksional) – Pesan informasi penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti konfirmasi pesanan atau pemberitahuan akun. Pesan transaksional tidak boleh berisi konten promosi atau pemasaran.

6. Di bawah Deskripsi kasus, untuk deskripsi kasus penggunaan, jelaskan kasus penggunaan dan alur kerja ikut serta.

7. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.

8. Setelah selesai, pilih Submit (Kirim).

Setelah kami menerima permintaan Anda, kami akan memberikan respons awal dalam 24 jam. Kami akan mengirimkan formulir pendaftaran khusus negara untuk Anda lengkapi dan berikan kembali kepada kami untuk pemrosesan hilir.

Important

Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami harus mempertimbangkan setiap permintaan dengan hati-hati. Kami mungkin tidak dapat memberikan permintaan Anda jika kasus penggunaan Anda tidak sesuai dengan kebijakan kami.

Mengelola Kolam di Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kumpulan telepon](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Pool adalah kumpulan nomor telepon dan ID Pengirim, yang merupakan nama yang berisi karakter alfanumerik. Saat membuat pool, Anda dapat mengonfigurasi identitas originasi tertentu. Identitas ini mencakup kata kunci, jenis pesan, daftar opt-out, konfigurasi dua arah, dan konfigurasi opt-out yang dikelola sendiri.

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk membuat kumpulan baru, Anda harus mengaktifkan SMS dan saluran suara untuk satu atau lebih proyek. Untuk melakukan tugas ini, buka halaman pengaturan SMS dan suara di konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola pengaturan SMS dan suara di Amazon Pinpoint](#).

Note

Kolam renang tidak tersedia di wilayah US East (Ohio).

Membuat kolam

Pool mencakup satu atau beberapa nomor telepon dan ID Pengirim yang terkait dengan AWS akun Anda.

Untuk membuat kolam

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pools, pilih Create pool.
4. (Opsional) Di bawah bagian pengaturan Pool, tambahkan nama untuk pool Anda.
5. Pilih salah satu opsi berikut:
 - ID Pengirim - Jika Anda memilih opsi ini, di bawah bagian Berikan ID Pengirim untuk asosiasi, lakukan hal berikut:
 - Untuk ID Pengirim, masukkan ID pengirim Anda.
 - Untuk Negara, pilih negara.
 - Untuk jenis Pesan, pilih Transaksional untuk konten yang sensitif terhadap waktu, seperti peringatan dan kata sandi satu kali, atau pilih Promosi untuk konten terkait pemasaran.
 - Pilih Buat kolam.
 - Nomor telepon - Jika Anda memilih opsi ini, di bawah bagian Nomor yang tersedia untuk asosiasi, lakukan hal berikut:
 - Pilih nomor telepon untuk membuat pool.
 - Pilih Buat kolam.

Mengasosiasikan dan memisahkan identitas originasi

Setelah Anda membuat kolam, Anda dapat mengaitkan identitas originasi ke dalamnya.

Untuk mengaitkan identitas originasi ke kolam

1. Pada halaman Detail kumpulan, di bawah bagian Identitas Originasi, pilih identitas originasi yang ingin Anda kaitkan ke kumpulan.
2. Pilih Associate to pool.

Untuk memisahkan identitas originasi yang ada dari kolam

1. Pada halaman Detail kumpulan, di bawah bagian Identitas Originasi, pilih identitas originasi yang ingin Anda pisahkan dari kumpulan.
2. Pilih Disassociate dari kolam renang.
3. Di jendela Konfirmasi Disassociate, masukkan **disassociate** di bidang teks.
4. Pilih Pisahkan.

Mengkonfigurasi pengaturan kolam

Pada halaman detail Pool, Anda dapat mengonfigurasi pengaturan yang ingin Anda terapkan ke kolam renang.

Untuk mengkonfigurasi pengaturan kolam

1. Di bawah bagian Pengaturan kolam, Anda memiliki opsi untuk mengonfigurasi salah satu pengaturan berikut:
 - SMS dua arah — Saat Anda mengaktifkan SMS dua arah, Anda dapat menerima pesan masuk dari pelanggan Anda.
 - Perlindungan penghapusan — Saat Anda mengaktifkan perlindungan penghapusan, Anda dapat melindungi kolam agar tidak dihapus.
 - Rute bersama — Di beberapa negara, Amazon Pinpoint mempertahankan kumpulan identitas originasi bersama. Saat Anda mengaktifkan rute bersama, Amazon Pinpoint berupaya menyampaikan pesan Anda menggunakan salah satu identitas bersama. Identitas bersama tidak tersedia di beberapa negara, termasuk Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika.

- Kata kunci — Saat nomor Anda menerima pesan yang dimulai dengan kata kunci, Amazon Pinpoint merespons dengan pesan yang dapat disesuaikan. Kata kunci dapat berisi hingga 25 karakter.
 - Jika Anda ingin menambahkan lebih banyak kata kunci, pilih Tambahkan kata kunci lain.
 - Jika Anda ingin menghapus kata kunci, pilih Hapus kata kunci.
 - Tag — Tag adalah pasangan kunci dan nilai yang dapat Anda terapkan secara opsional ke AWS sumber daya Anda untuk mengontrol akses atau penggunaan. Anda dapat menambahkan hingga 50 tanda.
 - Jika Anda ingin menambahkan tag, pilih Tambahkan tag baru.
2. Setelah selesai, pilih Simpan perubahan.

Menghapus kolam

Anda dapat menghapus kumpulan yang ada dari Amazon Pinpoint. Saat Anda menghapus kumpulan, Amazon Pinpoint memisahkan semua identitas originasi dari kumpulan itu.

Untuk menghapus kolam

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pools, pilih pool yang ingin Anda hapus.
4. Pilih Hapus kolam.
5. Di jendela konfirmasi kumpulan Hapus, masukkan **delete** di bidang teks.
6. Pilih Hapus.

Praktik terbaik

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi

terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Praktik Terbaik](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Pengguna ponsel cenderung memiliki toleransi yang sangat rendah untuk pesan SMS yang tidak diminta. Tingkat respons untuk kampanye SMS yang tidak diminta hampir selalu rendah, dan oleh karena itu laba atas investasi Anda juga akan rendah.

Selain itu, operator ponsel terus mengaudit pengirim SMS massal. Mereka mencegah atau memblokir pesan dari nomor yang mereka tentukan untuk mengirim pesan yang tidak diminta.

Mengirim konten yang tidak diminta juga merupakan pelanggaran [Kebijakan penggunaan AWS yang dapat diterima](#). Tim Amazon Pinpoint secara rutin mengaudit kampanye SMS, dan mungkin membatasi atau memblokir kemampuan Anda untuk mengirim pesan jika tampaknya Anda mengirim pesan yang tidak diminta.

Akhirnya, di banyak negara, wilayah, dan yurisdiksi, ada hukuman berat untuk mengirim pesan SMS yang tidak diminta. Misalnya, di Amerika Serikat, Telephone Consumer Protection Act (TCPA) menyatakan bahwa konsumen berhak atas kerugian sebesar \$500–\$1.500 (dibayar oleh pengirim) untuk setiap pesan yang tidak diminta yang mereka terima.

Bagian ini menjelaskan beberapa praktik terbaik yang dapat membantu Anda meningkatkan keterlibatan pelanggan dan menghindari hukuman yang mahal. Namun, perhatikan bahwa bagian ini tidak berisi nasihat hukum. Selalu konsultasikan dengan pengacara untuk mendapatkan nasihat hukum.

Topik

- [Mematuhi hukum, peraturan, dan persyaratan operator](#)
- [Konten pesan terlarang](#)
- [Mendapatkan izin](#)
- [Jangan kirim ke daftar lama](#)
- [Audit daftar pelanggan Anda](#)
- [Simpan catatan](#)
- [Buat pesan Anda jelas, jujur, dan ringkas](#)
- [Merespons dengan tepat](#)

- [Sesuaikan pengiriman Anda berdasarkan keterlibatan](#)
- [Kirim pada waktu yang tepat](#)
- [Hindari kelelahan lintas-saluran](#)
- [Gunakan kode pendek khusus](#)
- [Verifikasi nomor telepon tujuan](#)
- [Desain dengan mempertimbangkan redundansi](#)
- [Menangani nomor telepon yang dinonaktifkan](#)

Mematuhi hukum, peraturan, dan persyaratan operator

Anda dapat menghadapi denda dan hukuman yang cukup berat jika Anda melanggar hukum dan peraturan tempat tinggal pelanggan Anda. Untuk alasan ini, sangat penting untuk memahami hukum yang terkait dengan olahpesan SMS di setiap negara atau wilayah tempat Anda berbisnis.

Daftar berikut mencakup tautan ke undang-undang utama yang berlaku untuk komunikasi SMS di pasar utama di seluruh dunia.

- Amerika Serikat: Undang-Undang Perlindungan Konsumen Telepon tahun 1991, juga dikenal sebagai TCPA, berlaku untuk jenis pesan SMS tertentu. Untuk informasi selengkapnya, lihat [aturan dan regulasi](#) di situs Federal Communications Commission.
- Inggris Raya: Peraturan Privasi dan Komunikasi Elektronik (EC Directive) 2003, juga dikenal sebagai PECR, berlaku untuk jenis pesan SMS tertentu. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Apa itu PECR?](#) di situs UK Information Commissioner's Office.
- Uni Eropa: Privacy and Electronic Communications Directive 2002, kadang-kadang dikenal sebagai EPrivacy Directive, berlaku untuk beberapa jenis pesan SMS. Untuk informasi selengkapnya, lihat [dokumen hukum lengkap](#) di situs Europa.eu.
- Kanada: Fighting Internet and Wireless Spam Act, yang lebih dikenal sebagai Hukum Anti-Spam Kanada atau CASL (Canada's Anti-Spam Law), berlaku untuk jenis pesan SMS tertentu. Untuk informasi selengkapnya, lihat [dokumen hukum lengkap](#) di situs Parliament of Canada.
- Jepang: Act on Regulation of Transmission of Specific Electronic Mail berlaku untuk beberapa jenis pesan SMS. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [penanggulangan Jepang terhadap spam](#) di situs web Kementerian Dalam Negeri dan Komunikasi Jepang.

Sebagai pengirim, undang-undang ini mungkin berlaku untuk Anda bahkan jika perusahaan atau organisasi Anda tidak berbasis di salah satu negara ini. Beberapa undang-undang dalam daftar

ini awalnya dibuat untuk mengatasi email atau panggilan telepon yang tidak diminta, tetapi telah ditafsirkan atau diperluas untuk diterapkan ke pesan SMS juga. Negara dan wilayah lain mungkin memiliki undang-undang sendiri terkait dengan transmisi pesan SMS. Konsultasikan dengan pengacara di setiap negara atau wilayah tempat pelanggan Anda berada untuk mendapatkan nasihat hukum.

Di banyak negara, operator lokal pada akhirnya memiliki wewenang untuk menentukan jenis arus lalu lintas melalui jaringan mereka. Ini berarti bahwa operator dapat memberlakukan pembatasan pada konten SMS yang melebihi persyaratan minimum undang-undang setempat.

Konten pesan terlarang

Beberapa negara atau operator seluler mengharuskan Anda mendaftarkan nomor atau ID Pengirim dengan mereka sebelum pesan langsung diaktifkan. Saat menggunakan atau mendaftarkan nomor sebagai pencetus, sebaiknya ikuti panduan ini:

- Regulator memiliki bar tinggi untuk pendaftaran nomor dan Anda harus memberikan alur kerja opt-in yang valid untuk mendaftarkan nomor tersebut, lihat [Praktik Terbaik SMS: Dapatkan Izin](#).
- Jangan gunakan URL singkat yang dibuat dari pemendek URL pihak ketiga, karena pesan ini lebih mungkin difilter sebagai spam. Jika Anda ingin menggunakan URL singkat pertimbangkan untuk menggunakan nomor telepon 10LDC atau kode pendek. Menggunakan salah satu dari jenis nomor ini mengharuskan Anda mendaftarkan template pesan Anda, yang kemudian dapat menyertakan URL singkat dalam pesan.
- Respons opt-out dan opt-in kata kunci ditetapkan pada tingkat operator, menggunakan STOP dan UNSTOP. Kata kunci ini tidak dapat dimodifikasi, dan tidak ada kata kunci lain yang dapat digunakan. Pesan respons saat pengguna membalas dengan STOP dan UNSTOP juga dikelola oleh operator dan tidak dapat dimodifikasi.
- Jangan mengirim konten pesan yang sama atau serupa menggunakan beberapa nomor. Ini dianggap “snowshoeing”, dan biasanya digunakan oleh spammer untuk menghindari tingkat angka dan keterbatasan volume.
- Setiap pesan yang terkait dengan industri ini dapat dianggap dibatasi dan tunduk pada penyaringan berat atau blok langsung. Ini dapat mencakup One Time Passwords dan Multi Factor Authentication untuk layanan yang terkait dengan kategori terbatas.

Jika Anda memiliki pendaftaran ditolak karena menjadi kasus penggunaan yang tidak sesuai dan Anda merasa penunjukan ini salah, Anda dapat mengirimkan permintaan melalui dukungan.

Tabel berikut menjelaskan jenis konten terbatas:

Kategori	Contoh
Judi	<ul style="list-style-type: none">• Kasino• Undian• Aplikasi/Situs Web
Layanan keuangan berisiko tinggi	<ul style="list-style-type: none">• Pinjaman gaji• Pinjaman bunga tinggi jangka pendek• Pinjaman mobil• Pinjaman hipotek• Pinjaman mahasiswa• Penagihan hutang• Peringatan Stok• Mata Uang Kripto
Pengampunan hutang	<ul style="list-style-type: none">• Konsolidasi utang• Pengurangan hutang• Program perbaikan kredit
get-rich-quick Skema G	<ul style="list-style-type: none">• work-from-home Program W• Peluang risiko-investasi• Skema pemasaran piramida atau multi-level
Zat ilegal	<ul style="list-style-type: none">• Cannabis/CBD
Phishing	<ul style="list-style-type: none">• Upaya untuk membuat pengguna mengungkapkan informasi pribadi atau informasi login situs web.

Kategori	Contoh
S.H.A.F.T.	<ul style="list-style-type: none"> • Seks • Benci • Alkohol • Senjata api • Tembakau/Vape
Generasi Pemimpin Pihak ke-3	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan yang membeli, menjual, atau berbagi informasi konsumen

Mendapatkan izin

Jangan pernah mengirim pesan ke penerima yang belum secara eksplisit meminta untuk menerima jenis pesan tertentu yang ingin Anda kirim. Jangan berbagi daftar opt-in, bahkan di antara organisasi dalam perusahaan yang sama.

Jika penerima dapat mendaftar untuk menerima pesan Anda dengan menggunakan formulir online, tambahkan sistem yang mencegah skrip otomatis berlangganan orang tanpa sepengetahuan mereka. Anda juga harus membatasi berapa kali pengguna dapat mengirimkan nomor telepon dalam satu sesi.

Saat Anda menerima permintaan keikutsertaan SMS, kirimkan pesan kepada penerima yang meminta mereka untuk mengonfirmasi bahwa mereka ingin menerima pesan dari Anda. Jangan mengirim pesan tambahan kepada penerima itu sampai mereka mengonfirmasi langganannya. Pesan konfirmasi langganannya mungkin menyerupai contoh berikut:

```
Text YES to join ExampleCorp alerts. 2 msgs/month. Msg & data rates may apply. Reply HELP for help, STOP to cancel.
```

Pertahankan catatan yang mencakup tanggal, waktu, dan sumber setiap permintaan dan konfirmasi keikutsertaan menerima pesan. Hal ini mungkin berguna jika operator atau badan pengawas memintanya, dan juga dapat membantu Anda melakukan audit rutin terhadap daftar pelanggan Anda.

Alur kerja keikutsertaan

Dalam beberapa kasus (seperti pendaftaran Bebas Pulsa atau Kode Singkat AS) operator seluler mengharuskan Anda untuk memberikan maket atau tangkapan layar dari seluruh alur kerja

keikutsertaan Anda. Maket atau tangkapan layar harus sangat mirip dengan alur kerja opt-in yang akan diselesaikan penerima Anda.

Maket atau tangkapan layar Anda harus mencakup semua pengungkapan yang diperlukan yang tercantum di bawah ini untuk mempertahankan tingkat kepatuhan tertinggi.

Pengungkapan yang diperlukan

- Deskripsi kasus penggunaan pesan yang akan Anda kirim melalui program Anda.
- Ungkapan “Pesan dan tarif data mungkin berlaku.”
- Indikasi seberapa sering penerima akan menerima pesan dari Anda. Misalnya, program pesan berulang mungkin mengatakan “satu pesan per minggu.” Kata sandi satu kali atau kasus penggunaan otentikasi multi-faktor mungkin mengatakan “frekuensi pesan bervariasi” atau “satu pesan per upaya login.”
- Tautan ke Syarat dan Ketentuan serta dokumen Kebijakan Privasi Anda.

Alasan penolakan umum untuk opt-in yang tidak sesuai

- Jika nama perusahaan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang disediakan dalam mockup atau screen shot. Setiap hubungan yang tidak jelas harus dijelaskan dalam deskripsi alur kerja opt-in.
- Jika tampaknya pesan akan dikirim ke penerima, tetapi tidak ada persetujuan yang dikumpulkan secara eksplisit sebelum melakukannya. Persetujuan eksplisit adalah persyaratan dari semua pesan.
- Jika tampaknya menerima pesan teks diperlukan untuk mendaftar ke layanan. Ini tidak sesuai jika alur kerja tidak memberikan alternatif apa pun selain menerima pesan keikutsertaan dalam bentuk lain seperti email atau panggilan suara.
- Jika bahasa opt-in disajikan sepenuhnya dalam Ketentuan Layanan. Pengungkapan harus selalu disajikan kepada penerima pada saat keikutsertaan daripada disimpan di dalam dokumen kebijakan yang ditautkan.
- Jika pelanggan memberikan persetujuan untuk menerima satu jenis pesan dari Anda dan Anda mengirimi mereka jenis pesan teks lainnya. Misalnya mereka setuju untuk menerima kata sandi satu kali tetapi juga dikirim polling dan pesan survei.
- Jika pengungkapan yang diperlukan (tercantum di atas) tidak disajikan kepada penerima.

Contoh berikut sesuai dengan persyaratan operator seluler untuk kasus penggunaan otentikasi multi-faktor.

The first screen shows a registration form for 'examplecorp' with fields for 'First name*', 'Last name*', and 'Email address*'. A 'Next >' button is at the bottom.

The second screen asks 'You can enable Multi-Factor Authentication (MFA) to protect your account. If you do, we'll send you a unique password each time you sign in. Do you want to enable this feature?' with radio buttons for 'Enable MFA' (selected) and 'Disable MFA (less secure)'. A 'Next >' button is at the bottom.

The third screen asks 'How do you want to receive MFA messages? Choose one option.' with radio buttons for 'Email' (selected), 'Phone call', and 'Text message'. Below 'Text message' is a note: 'Message and data rates may apply. If you choose to receive MFA passwords as text messages, we'll send you one text message per login attempt. To stop receiving messages, text "STOP" to 98765. For more information, text "HELP."' with links for 'Terms & Conditions' and 'Privacy Policy'. A 'Mobile number' field is present. A note on the right says 'This section only appears when "Text message" is selected'. A 'Next >' button is at the bottom.

1. User provides basic account information.
2. User decides whether to enable MFA.
3. If MFA enabled, user chooses how to receive MFA token.

The screenshot shows a text message from '67876' with the content: 'Your ExampleCorp Multi-factor Authentication code is 918273. Text HELP for more info or STOP to opt out.'

4. If user chooses to receive MFA token by text, send a token.

The screen shows the message: 'We sent a text message to you at (425) 555-0142. Enter the six digit code in that message to confirm your phone number.' Below the message is a 'Resend code' link and a six-digit input field. At the bottom is a numeric keypad with digits 1-9, 0, *, and #.

5. User enters MFA token to verify phone number.

Mockup kasus penggunaan otentikasi multi-faktor

Ini berisi teks dan gambar yang diselesaikan, dan ini menunjukkan seluruh alur keikutsertaan, lengkap dengan anotasi. Dalam alur keikutsertaan, pelanggan harus mengambil tindakan yang berbeda dan disengaja untuk memberikan persetujuan mereka untuk menerima pesan teks dan berisi semua pengungkapan yang diperlukan.

Jenis alur kerja opt-in lainnya

Operator seluler juga akan menerima alur kerja opt-in di luar aplikasi dan situs web seperti opt-in verbal atau tertulis jika sesuai dengan apa yang diuraikan di atas. Alur kerja keikutsertaan yang sesuai dan skrip lisan atau tertulis akan mengumpulkan persetujuan eksplisit dari penerima untuk menerima jenis pesan tertentu. Contohnya termasuk skrip verbal yang digunakan agen dukungan untuk mengumpulkan persetujuan sebelum merekam ke dalam database layanan atau nomor telepon yang tercantum pada selebaran promosi. Untuk memberikan mockup dari jenis alur kerja opt-in ini, Anda dapat memberikan tangkapan layar skrip opt-in, materi pemasaran, atau database tempat nomor dikumpulkan. Operator seluler mungkin memiliki pertanyaan tambahan seputar kasus penggunaan ini jika keikutsertaan tidak jelas atau kasus penggunaan melebihi volume tertentu.

Jangan kirim ke daftar lama

Orang sering mengganti nomor telepon. Nomor telepon yang Anda kumpulkan persetujuan untuk dihubungi dua tahun lalu mungkin milik orang lain hari ini. Jangan gunakan daftar nomor telepon lama untuk program perpesanan baru; jika Anda melakukannya, Anda mungkin memiliki beberapa pesan yang gagal karena nomor tersebut tidak lagi dalam layanan, dan beberapa orang yang memilih keluar karena mereka tidak ingat memberi Anda persetujuan mereka sejak awal.

Audit daftar pelanggan Anda

Jika Anda mengirim kampanye SMS berulang, audit daftar pelanggan Anda secara berkala. Mengaudit daftar pelanggan Anda memastikan bahwa pelanggan yang menerima pesan Anda hanyalah mereka yang tertarik untuk menerimanya.

Saat Anda mengaudit daftar, kirim pesan kepada setiap pelanggan yang mengingatkan mereka bahwa mereka berlangganan, dan memberi mereka informasi tentang bagaimana cara berhenti berlangganan. Pesan pengingat mungkin menyerupai contoh berikut ini:

```
You're subscribed to ExampleCorp alerts. Msg & data rates may apply. Reply  
HELP for help, STOP to unsubscribe.
```

Simpan catatan

Simpan catatan yang menunjukkan kapan setiap pelanggan diminta untuk menerima pesan SMS dari Anda, dan pesan mana yang Anda kirim ke setiap pelanggan. Banyak negara dan wilayah di seluruh dunia mewajibkan pengirim SMS untuk menyimpan catatan ini dengan cara yang dapat dengan mudah diambil. Operator seluler juga dapat meminta informasi ini dari Anda kapan saja. Informasi yang harus Anda berikan bervariasi berdasarkan negara atau wilayah. Untuk informasi selengkapnya tentang persyaratan penyimpanan catatan, tinjau peraturan tentang olahpesan SMS komersial di setiap negara atau wilayah tempat pelanggan Anda berada.

Kadang-kadang, operator atau badan pengawas meminta kita untuk memberikan bukti bahwa pelanggan memilih untuk menerima pesan dari Anda. Dalam situasi ini, AWS Support akan menghubungi Anda dengan daftar informasi yang dibutuhkan oleh operator atau badan pengawas. Jika Anda tidak dapat memberikan informasi yang diperlukan, kami dapat menghentikan sementara kemampuan Anda untuk mengirim pesan SMS tambahan.

Buat pesan Anda jelas, jujur, dan ringkas

SMS adalah media yang unik. `character-per-message` Batas 160 berarti pesan Anda harus ringkas. Teknik yang mungkin Anda gunakan di saluran komunikasi lain, seperti email, mungkin tidak berlaku untuk saluran SMS, dan bahkan mungkin tampak tidak jujur atau menipu ketika digunakan dengan pesan SMS. Jika konten dalam pesan Anda tidak selaras dengan praktik terbaik, penerima mungkin mengabaikan pesan Anda; dalam kasus terburuk, operator seluler mungkin mengidentifikasi pesan Anda sebagai spam dan memblokir pesan future dari nomor telepon Anda.

Bagian ini memberikan beberapa tips dan ide untuk membuat badan pesan SMS yang efektif.

Identifikasi diri Anda sebagai pengirim

Penerima Anda harus dapat segera memberi tahu bahwa pesan berasal dari Anda. Pengirim yang mengikuti praktik terbaik ini menyertakan nama pengenalan (“nama program”) di awal setiap pesan.

Jangan lakukan ini:

```
Your account has been accessed from a new device. Reply Y to confirm.
```

Coba ini sebagai gantinya:

```
ExampleCorp Financial Alerts: You have logged in to your account from a new device. Reply Y to confirm, or STOP to opt-out.
```

Jangan mencoba membuat pesan Anda terlihat seperti person-to-person pesan

Beberapa pemasar tergoda untuk menambahkan sentuhan pribadi ke pesan SMS mereka dengan membuat pesan mereka tampak berasal dari seseorang. Namun, teknik ini mungkin membuat pesan Anda tampak seperti upaya phishing.

Jangan lakukan ini:

```
Hi, this is Jane. Did you know that you can save up to 50% at
Example.com? Click here for more info: https://www.example.com.
```

Coba ini sebagai gantinya:

```
ExampleCorp Offers: Save 25-50% on sale items at Example.com. Click here
to browse the sale: https://www.example.com. Text STOP to opt-out.
```

Hati-hati ketika berbicara tentang uang

Scammers sering memangsa keinginan orang untuk menabung dan menerima uang. Jangan membuat penawaran tampak terlalu bagus untuk menjadi kenyataan. Jangan gunakan iming-iming uang untuk menipu orang. Jangan gunakan simbol mata uang untuk menunjukkan uang.

Jangan lakukan ini:

```
Save big $$$ on your next car repair by going to https://
www.example.com.
```

Coba ini sebagai gantinya:

```
ExampleCorp Offers: Your ExampleCorp insurance policy gets you discounts
at 2300+ repair shops nationwide. More info at https://www.example.com.
Text STOP to opt-out.
```

Gunakan hanya karakter yang diperlukan

Merek sering cenderung melindungi merek dagang mereka dengan memasukkan simbol merek dagang seperti™ atau® dalam pesan mereka. Namun, simbol-simbol ini bukan bagian dari set standar karakter (dikenal sebagai alfabet GSM) yang dapat dimasukkan dalam pesan SMS 160 karakter. Ketika Anda mengirim pesan yang berisi salah satu karakter ini, pesan Anda secara otomatis dikirim menggunakan sistem pengkodean karakter yang berbeda, yang hanya mendukung

70 karakter per bagian pesan. Akibatnya, pesan Anda dapat dipecah menjadi beberapa bagian. Karena Anda ditagih untuk setiap bagian pesan yang Anda kirim, itu bisa dikenakan biaya lebih dari yang Anda harapkan untuk mengirim seluruh pesan. Selain itu, penerima Anda mungkin menerima beberapa pesan berurutan dari Anda, bukan satu pesan tunggal. Untuk informasi selengkapnya tentang pengkodean karakter SMS, lihat [Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#).

Jangan lakukan ini:

```
ExampleCorp Alerts: Save 20% when you buy a new ExampleCorp Widget® at
example.com and use the promo code WIDGET.
```

Coba ini sebagai gantinya:

```
ExampleCorp Alerts: Save 20% when you buy a new ExampleCorp Widget(R) at
example.com and use the promo code WIDGET.
```

Note

Dua contoh sebelumnya hampir identik, tetapi contoh pertama berisi simbol Merek Dagang Terdaftar (®), yang bukan bagian dari alfabet GSM. Akibatnya, contoh pertama dikirim sebagai dua bagian pesan, sedangkan contoh kedua dikirim sebagai satu bagian pesan.

Gunakan tautan yang valid dan aman

Jika pesan Anda menyertakan tautan, periksa kembali tautan untuk memastikannya berfungsi. Uji tautan Anda di perangkat di luar jaringan perusahaan Anda untuk memastikan bahwa tautan teratasi dengan benar. Karena batas 160 karakter pesan SMS, URL yang sangat panjang dapat dibagi menjadi beberapa pesan. Anda harus menggunakan domain pengalihan untuk menyediakan URL yang dipersingkat. Namun, Anda tidak boleh menggunakan layanan pemendekan tautan gratis seperti tinyurl.com atau bitly.com, karena operator cenderung memfilter pesan yang menyertakan tautan pada domain ini. Namun, Anda dapat menggunakan layanan pemendekan tautan berbayar selama tautan Anda mengarah ke domain yang didedikasikan untuk penggunaan eksklusif perusahaan atau organisasi Anda.

Jangan lakukan ini:

```
Go to https://tinyurl.com/4585y8mr today for a special offer!
```


Coba ini sebagai gantinya:

```
ExampleCorp Offers: Today only, get an exclusive deal on an ExampleCorp Widget. See https://a.co/cFKmaRG for more info. Text STOP to opt-out.
```

Batasi jumlah singkatan yang Anda gunakan

Keterbatasan 160 karakter dari saluran SMS membuat beberapa pengirim percaya bahwa mereka perlu menggunakan singkatan secara ekstensif dalam pesan mereka. Namun, penggunaan singkatan yang berlebihan dapat tampak tidak profesional bagi banyak pembaca, dan dapat menyebabkan beberapa pengguna melaporkan pesan Anda sebagai spam. Sangat mungkin untuk menulis pesan yang koheren tanpa menggunakan jumlah singkatan yang berlebihan.

Jangan lakukan ini:

```
Get a gr8 deal on ExampleCorp widgets when u buy a 4-pack 2day.
```

Coba ini sebagai gantinya:

```
ExampleCorp Alerts: Today only—an exclusive deal on ExampleCorp Widgets at example.com. Text STOP to opt-out.
```

Merespons dengan tepat

Saat penerima membalas pesan Anda, pastikan Anda merespons dengan informasi yang berguna. Misalnya, ketika pelanggan merespons salah satu pesan Anda dengan kata kunci "HELP" (BANTUAN), kirimkan informasi tentang program langganan mereka, jumlah pesan yang akan Anda kirim setiap bulan, dan cara mereka dapat menghubungi Anda untuk informasi lebih lanjut. Respons HELP (BANTUAN) mungkin menyerupai contoh berikut:

```
HELP: ExampleCorp alerts: email help@example.com or call 425-555-0199. 2 msgs/month. Msg & data rates may apply. Reply STOP to cancel.
```

Ketika pelanggan membalas dengan kata kunci "STOP" (BERHENTI), beri tahu mereka bahwa mereka tidak akan menerima pesan lebih lanjut. Respons STOP (BERHENTI) mungkin menyerupai contoh berikut:

```
You're unsubscribed from ExampleCorp alerts. No more messages will be sent. Reply HELP, email help@example.com, or call 425-555-0199 for more info.
```

Sesuaikan pengiriman Anda berdasarkan keterlibatan

Prioritas pelanggan Anda dapat berubah seiring waktu. Jika pelanggan tidak lagi menganggap pesan Anda berguna, mereka mungkin memilih untuk tidak menerima pesan Anda sama sekali, atau bahkan melaporkan pesan Anda sebagai tidak diminta. Untuk alasan ini, penting untuk menyesuaikan praktik pengiriman berdasarkan keterlibatan pelanggan.

Untuk pelanggan yang jarang terlibat dengan pesan Anda, Anda harus menyesuaikan frekuensi pesan Anda. Misalnya, jika Anda mengirim pesan mingguan ke pelanggan yang terlibat, Anda dapat membuat rencana pengiriman bulanan terpisah untuk pelanggan yang kurang terlibat.

Lalu, hapus pelanggan yang benar-benar tidak terlibat dari daftar pelanggan Anda. Langkah ini mencegah pelanggan frustrasi terhadap pesan Anda. Ini juga menghemat pengeluaran Anda dan membantu melindungi reputasi Anda sebagai pengirim.

Kirim pada waktu yang tepat

Hanya kirim pesan selama jam kerja normal siang hari. Jika Anda mengirim pesan di waktu makan malam atau di tengah malam, ada kemungkinan bahwa pelanggan Anda akan berhenti berlangganan dari daftar Anda agar tidak terganggu. Selain itu, tidak masuk akal untuk mengirim pesan SMS ketika pelanggan Anda tidak dapat segera merespons pesan tersebut.

Jika Anda mengirim kampanye atau perjalanan ke audiens yang sangat besar, periksa ulang tingkat throughput untuk nomor originasi Anda. Bagilah jumlah penerima dengan tingkat throughput Anda untuk menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengirim pesan ke semua penerima Anda.

Hindari kelelahan lintas-saluran

Dalam kampanye, jika Anda menggunakan beberapa saluran komunikasi (seperti email, SMS, dan pesan push), jangan mengirim pesan yang sama di setiap saluran. Ketika Anda mengirim pesan yang sama pada saat yang sama di lebih dari satu saluran, pelanggan Anda mungkin akan menganggap perilaku pengiriman Anda mengganggu, bukan membantu.

Gunakan kode pendek khusus

Jika Anda menggunakan kode pendek, gunakan kode pendek terpisah untuk setiap merek dan setiap jenis pesan. Misalnya, jika perusahaan Anda memiliki dua merek, gunakan kode pendek terpisah untuk masing-masing merek. Demikian pula, jika Anda mengirim pesan transaksional dan promosi,

gunakan kode pendek terpisah untuk setiap jenis pesan. Untuk mempelajari selengkapnya tentang meminta kode pendek, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Verifikasi nomor telepon tujuan

Saat Anda mengirim pesan SMS melalui Amazon Pinpoint, Anda ditagih untuk setiap bagian pesan yang Anda kirim. Harga yang Anda bayar per bagian pesan bervariasi di negara atau wilayah penerima. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

Saat Amazon Pinpoint menerima permintaan untuk mengirim pesan SMS (sebagai hasil dari panggilan ke [SendMessage](#) API, atau sebagai hasil dari kampanye atau perjalanan yang diluncurkan), Anda dikenakan biaya untuk mengirim pesan tersebut. Pernyataan ini benar bahkan jika penerima yang dituju tidak benar-benar menerima pesan. Misalnya, jika nomor telepon penerima tidak lagi dalam layanan, atau jika nomor yang Anda kirim pesan bukan nomor ponsel yang valid, Anda masih ditagih untuk mengirim pesan.

Amazon Pinpoint menerima permintaan yang valid untuk mengirim pesan SMS dan mencoba mengirimkannya. Untuk alasan ini, Anda harus memvalidasi bahwa nomor telepon yang Anda kirim pesan adalah nomor ponsel yang valid. Anda dapat menggunakan layanan validasi nomor telepon Amazon Pinpoint untuk menentukan apakah nomor telepon valid dan jenis nomornya (seperti ponsel, telepon rumah, atau VoIP). Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memvalidasi nomor telepon di Amazon Pinpoint](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Desain dengan mempertimbangkan redundansi

Untuk program pesan penting misi, sebaiknya Anda mengonfigurasi Amazon Pinpoint di lebih dari satu. Wilayah AWS Amazon Pinpoint tersedia dalam beberapa. Wilayah AWS Untuk daftar lengkap Wilayah di mana Amazon Pinpoint tersedia, lihat. [Referensi Umum AWS](#)

Nomor telepon yang Anda gunakan untuk pesan SMS — termasuk kode pendek, kode panjang, nomor bebas pulsa, dan nomor 10DLC — tidak dapat direplikasi. Wilayah AWS Akibatnya, untuk menggunakan Amazon Pinpoint di beberapa Wilayah, Anda harus meminta nomor telepon terpisah di setiap Wilayah tempat Anda ingin menggunakan Amazon Pinpoint. Misalnya, jika Anda menggunakan kode singkat untuk mengirim pesan teks ke penerima di Amerika Serikat, Anda perlu meminta kode pendek terpisah di setiap kode Wilayah AWS yang Anda rencanakan untuk digunakan.

Di beberapa negara, Anda juga dapat menggunakan beberapa jenis nomor telepon untuk menambah redundansi. Misalnya, di Amerika Serikat, Anda dapat meminta kode pendek, nomor 10DLC, dan nomor bebas pulsa. Masing-masing jenis nomor telepon ini mengambil rute yang berbeda ke

penerima. Memiliki beberapa jenis nomor telepon yang tersedia—baik dalam hal yang sama Wilayah AWS atau tersebar di beberapa Wilayah AWS lain—memberikan lapisan redundansi tambahan, yang dapat membantu meningkatkan ketahanan.

Topik

- [Menangani nomor telepon yang dinonaktifkan](#)

Menangani nomor telepon yang dinonaktifkan

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Nomor telepon yang dinonaktifkan berarti pelanggan seluler telah menghentikan layanan mereka atau mentransfer nomor telepon mereka ke penyedia jaringan seluler yang berbeda. Akhirnya, nomor yang dinonaktifkan didaur ulang dan dipindahkan ke pelanggan baru. Oleh karena itu, dimungkinkan untuk secara keliru mengirim pesan SMS ke nomor telepon yang sekarang milik pelanggan lain yang belum ikut serta dalam program pesan SMS Anda.

Penyedia jaringan seluler sering mempublikasikan laporan penonaktifan yang berisi daftar nomor telepon yang dinonaktifkan saat ini di jaringan mereka. Laporan-laporan ini diterbitkan untuk membantu menjaga daftar pengiriman SMS Anda tetap terkini dan sesuai.

Note

Banyak nomor ponsel pada laporan penonaktifan adalah nomor yang telah ditransfer ke penyedia jaringan seluler yang berbeda oleh pelanggan. Mengubah penyedia jaringan seluler memerlukan keikutsertaan dari penyedia jaringan seluler baru. Ada risiko menghapus nomor yang dinonaktifkan yang diyakini pengguna akhir Anda masih harus menerima pesan. Anda dapat berinteraksi dengan pengguna akhir Anda melalui saluran yang berbeda (email atau panggilan suara) jika Anda menemukan nomor telepon mereka dinonaktifkan.

Mengapa ini penting?

Di AS, Komisi Komunikasi Federal (FCC) mempertimbangkan mengirim pesan ke nomor telepon milik pelanggan yang belum memilih proyek Anda sebagai spam. Sikap ini dapat mengakibatkan keluhan pengguna akhir dan penyedia jaringan seluler, yang kemudian dapat menyebabkan audit, dan menempatkan pengiriman pesan SMS Anda berisiko diblokir sepenuhnya oleh penyedia jaringan seluler. Dalam skenario terburuk, FCC dapat mengenakan denda, atau Anda mungkin dikenakan gugatan class action.

Selain itu, saat Anda mengirim pesan SMS melalui Amazon Pinpoint, Anda ditagih untuk setiap pesan yang Anda kirim. Dengan memperbarui daftar pengguna akhir, Anda dapat mencegah tagihan pada pesan yang tidak perlu.

Amazon Pinpoint menyediakan salinan laporan penonaktifan untuk memungkinkan Anda memperbarui daftar pengguna akhir secara berkala. Laporan ini berasal dari penyedia jaringan seluler dan diproses setiap hari. Setiap laporan berisi daftar nomor telepon yang telah dinonaktifkan di jaringan penyedia jaringan seluler dan harus diunduh dan dibandingkan dengan daftar pengguna akhir Anda yang ada. Hapus semua nomor telepon dari daftar pengguna akhir yang telah dinonaktifkan.

Untuk informasi selengkapnya tentang mengelola daftar pengguna akhir yang ada, lihat [Menghapus titik akhir dari Amazon Pinpoint dan Mengelola daftar opt-out di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#).

Meminta laporan penonaktifan


Sebelum Anda dapat memperoleh salinan laporan penonaktifan, Anda harus terlebih dahulu meminta laporan penonaktifan melalui permintaan Amazon S3 GET OBJECT API menggunakan opsi bucket REQUESTER PAYS untuk mengunduh file. [Untuk informasi selengkapnya tentang bucket Requester Pays, lihat Mengunduh objek di bucket Requester Pays di Panduan Pengguna Amazon S3](#).

Anda membayar permintaan yang dibuat terhadap bucket dan objek S3 yang membutuhkan opsi pembayaran pemohon. Biaya permintaan S3 didasarkan pada jenis permintaan, dan dibebankan pada jumlah permintaan. Untuk informasi selengkapnya tentang biaya permintaan S3, lihat [harga Amazon S3](#).

Note

Laporan penonaktifan hanya mengambil nomor telepon Amerika Serikat.

Amazon Pinpoint menyediakan dua jenis laporan penonaktifan. Untuk kemudahan penggunaan, jika Anda menginginkan laporan penonaktifan terbaru, Anda dapat mengirimkan permintaan menggunakan format objek terbaru. Jika Anda ingin laporan penonaktifan untuk tanggal tertentu, Anda dapat mengirimkan permintaan menggunakan format objek tanggal tertentu.

 Note

Amazon Pinpoint hanya menyimpan 90 hari terakhir objek tertentu tanggal.

Anda dapat menggunakan contoh template berikut untuk meminta laporan penonaktifan.

Bucket name format: `{region}-pinpoint-sms-voice/`

Latest object format: `/sms-deact-reports/{iso2}/latest-deact-report.csv`

Date specific object format: `/sms-deact-reports/{iso2}/{YYYY}-{MM}-{DD}-deact-report.csv`

Untuk menghubungkan secara programatis ke layanan AWS, Anda menggunakan titik akhir. Anda ingin mengganti `{region}` dengan titik akhir regional Anda. Untuk daftar wilayah Amazon Pinpoint yang didukung untuk nama bucket, lihat [titik akhir dan kuota Amazon Pinpoint](#) di Referensi Umum AWS

Contoh berikut menunjukkan kepada Anda cara meminta laporan penonaktifan terbaru menggunakan AWS CLI perintah.

```
aws s3api get-object --bucket us-east-1-pinpoint-sms-voice --key sms-deact-reports/us/latest-deact-report.csv OUTFILE.csv --request-payer requester
```

Contoh berikut menunjukkan kepada Anda cara meminta laporan penonaktifan khusus tanggal menggunakan perintah. AWS CLI

```
aws s3api get-object --bucket us-east-1-pinpoint-sms-voice --key sms-deact-reports/us/2022-09-28-deact-report.csv OUTFILE.csv --request-payer requester
```

Setelah permintaan API GET OBJECT Amazon S3 dikirimkan, laporan penonaktifan diunduh ke `OUTFILE.csv` yang ditentukan dalam perintah.

Menggunakan Amazon S3 API, Anda bisa mendapatkan daftar laporan penonaktifan. Anda dapat mencantumkan laporan penonaktifan hanya dalam folder yang disematkan `sms-deact-reports/us/`.

Contoh berikut menunjukkan cara mendapatkan daftar laporan penonaktifan yang tersedia.

```
aws s3api list-objects-v2 --bucket us-east-1-pinpoint-sms-voice --prefix "sms-deact-reports/us/" --request-payer requester
```

Memahami laporan penagihan dan penggunaan SMS untuk Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

[Amazon Pinpoint saluran SMS](#) Menghasilkan jenis penggunaan yang berisi lima bidang dalam format berikut: *Region code-MessagingType-ISO-RouteType-OriginationID-MessageCount/Fee*. Misalnya, pesan SMS yang dikirim dari Wilayah Asia Pasifik (Tokyo) ke Kanada akan muncul sebagai APN1—OutboundSMS—CA—standar—senderid —. MessageCount

Tabel berikut menampilkan nilai dan deskripsi yang mungkin untuk bidang dalam jenis penggunaan. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

Bidang	Opsi	Deskripsi
<i>Region code</i>	<ul style="list-style-type: none"> APN1 - Wilayah Asia Pasifik (Tokyo) APN2 - Wilayah Asia Pasifik (Seoul) APS1 - Wilayah Asia Pasifik (Singapura) APS2 - Wilayah Asia Pasifik (Sydney) APS3 - Wilayah Asia Pasifik (Mumbai) 	Wilayah AWSAwalan yang menunjukkan dari mana pesan SMS dikirim.

Bidang	Opsis	Deskripsi
	<ul style="list-style-type: none"> • CAN1 - Wilayah Kanada (Tengah) • EUC1 - Wilayah Eropa (Frankfurt) • Wilayah Uni Eropa - Eropa (Irlandia) • EUW2 - Wilayah Eropa (London) • UGW1 — AWS GovCloud (AS-Barat) • USE1 (atau tanpa awalan) - Wilayah AS Timur (Virginia N.) • USE2 - Wilayah AS Timur (Ohio) • USW2 — Wilayah Barat AS (Oregon) 	
<i>MessagingType</i>	OutboundSMS	Bidang ini mencantumkan jenis pesan yang dikirim. Untuk SMS Outbound, itu berbunyi OutboundSMS.
<i>ISO</i>	Lihat Negara dan wilayah yang didukung (saluran SMS) daftar kode negara ISO yang didukung oleh Amazon Pinpoint.	Kode negara ISO dua digit tempat pesan dikirim.
<i>RouteType</i>	Standar	Jenis rute yang dikirim melalui pesan. Saat ini, semua pesan dikirim melalui tipe rute Standar.

Bidang	Opsi	Deskripsi
<i>OriginationID</i>	TollFree, 10DLC, Shortcode, Longcode, Pengirim, Sharedroute	Bidang ini menentukan identitas originasi yang digunakan untuk mengirim pesan. Lihat Identitas asal untuk pesan SMS untuk informasi selengkapnya tentang identitas originasi yang didukung.
<i>MessageCount/Fee</i>	MessageCount, MessageFees, CarrierFeeCount, CarrierFees	<p>Bidang ini menampilkan jumlah pesan yang dikirim atau biaya yang terkait dengan pengiriman pesan tersebut.</p> <ul style="list-style-type: none"> • MessageCount— Jumlah pesan yang dikirim menggunakan Amazon Pinpoint • CarrierFeeCount— Jumlah pesan yang dikirim menggunakan Amazon Pinpoint yang memiliki biaya operator • MessageFees— Biaya pengiriman pesan yang dikirim menggunakan Amazon Pinpoint • CarrierFees— Biaya biaya operator untuk mengirim pesan menggunakan Amazon Pinpoint

Pesan yang dikirim melalui Amazon Pinpoint untuk SMS Keluar menghasilkan 2 - 4 jenis penggunaan per kombinasi negara ISO dan identitas originasi. Lihat contoh berikut untuk lebih memahami bagaimana jenis penggunaan muncul pada tagihan Anda.

Contoh 1: Mengirim pesan ke Inggris

Misalkan Anda mengirim 10 pesan ke Inggris (kode ISO GB) menggunakan kode pendek dari USE1. Kemudian Anda dapat mengharapkan dua jenis penggunaan berikut dalam tagihan Anda:

1. USE1-OutboundSMS-GB-Standard-Shortcode-MessageCount
2. USE1-OutboundSMS-GB-Standard-Shortcode-MessageFee

Contoh 2: Mengirim pesan ke Amerika Serikat

Misalkan Anda mengirim 10 pesan ke Amerika Serikat (kode ISO AS) menggunakan nomor 10DLC dari CAN1. Kemudian Anda dapat mengharapkan empat jenis penggunaan berikut dalam tagihan Anda:

1. CAN1-OutboundSMS-US-Standard-10DLC-MessageCount
2. CAN1-OutboundSMS-US-Standard-10DLC-MessageFee
3. CAN1-OutboundSMS-US-Standard-10DLC-CarrierFeeCount
4. CAN1-OutboundSMS-US-Standard-10DLC-CarrierFees

Saluran suara Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Anda dapat menggunakan saluran suara untuk membuat pesan suara dari skrip teks, dan kemudian mengirim pesan tersebut ke pelanggan Anda melalui telepon. Saluran suara adalah cara yang bagus untuk menjangkau pelanggan yang nomor teleponnya tidak dapat menerima pesan SMS — misalnya, pelanggan yang menggunakan telepon rumah atau layanan VoIP.

Untuk mengirim pesan suara menggunakan Amazon Pinpoint, pertama-tama Anda harus mengaktifkan saluran suara di proyek Anda dan menyewa nomor telepon khusus untuk mengirim pesan. Bergantung pada cara Anda menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan suara, Anda mungkin juga ingin mengubah pengaturan tertentu untuk akun Anda. Misalnya, Anda mungkin ingin meminta akses produksi untuk menambah jumlah pesan suara yang dapat Anda kirim.

Topik

- [Kotak pasir suara Amazon Pinpoint](#)
- [Menyiapkan saluran suara Amazon Pinpoint](#)
- [Mengelola saluran suara Amazon Pinpoint](#)
- [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran suara\)](#)
- [Mengelola Kolam di Amazon Pinpoint](#)
- [Praktik terbaik untuk saluran suara](#)

Kotak pasir suara Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kotak pasir suara](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Untuk membantu melindungi pelanggan kami dari penipuan dan penyalahgunaan, kami menempatkan akun Anda di lingkungan kotak pasir saat Anda pertama kali membuatnya. Lingkungan kotak pasir juga membantu Anda menguji saluran untuk membantu membangun reputasi Anda. Saat akun Anda berada di kotak pasir, Anda memiliki akses penuh ke pesan suara Amazon Pinpoint, dengan batasan berikut:

- Anda memiliki batas harian 20 pesan.
- Anda dapat mengirim maksimal lima pesan suara ke satu penerima selama periode 24 jam.
- Anda dapat mengirim maksimal lima panggilan per menit.

- Panjang pesan suara maksimum adalah 30 detik.
- Anda dapat mengirim pesan suara hanya ke negara tertentu. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kuota suara](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Saat Anda siap untuk memindahkan akun Anda dari kotak pasir suara, buat AWS Support kasus untuk permintaan peningkatan batas Layanan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta akses produksi](#).

Note

Sebelum Anda meminta akses produksi, Anda harus mengirim setidaknya satu pesan suara dari akun Amazon Pinpoint Anda. Anda dapat mengirim pesan suara di halaman [Pesan Uji](#), atau dengan menggunakan [SendMessageAPI](#).

Menyiapkan saluran suara Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Untuk mengirim pesan suara menggunakan Amazon Pinpoint, mulailah dengan membuat proyek Amazon Pinpoint baru. Kemudian, aktifkan saluran suara untuk proyek dan minta nomor telepon khusus, yang disebut sebagai kode panjang, untuk mengirim pesan suara. Kode panjang adalah nomor telepon standar yang berisi hingga 15 digit, tergantung pada negara atau wilayah tempat ia berada. Nomor telepon ini didedikasikan - yaitu, mereka hanya dicadangkan untuk digunakan oleh akun Amazon Pinpoint Anda. Anda dapat menyewa nomor telepon lokal yang berbasis di berbagai negara atau wilayah.

i Tip

Anda juga dapat mengaktifkan saluran suara untuk proyek yang ada. Untuk melakukan ini, gunakan halaman pengaturan SMS dan suara di konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola saluran suara Amazon Pinpoint](#).

Perhatikan bahwa pengaturan yang Anda pilih untuk saluran suara juga berlaku untuk saluran SMS untuk proyek tersebut. Jika Anda ingin mengirim pesan suara dan SMS dari proyek, pilih pengaturan yang mendukung tujuan Anda untuk kedua saluran. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang mengaktifkan dan menggunakan saluran SMS, lihat [Amazon Pinpoint saluran SMS](#).

Untuk mengatur saluran suara untuk proyek baru

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih Buat proyek.
3. Untuk nama Proyek, masukkan nama, lalu pilih Buat.

i Note

Nama proyek dapat berisi hingga 64 karakter alfanumerik. Ini juga dapat mencakup karakter berikut: koma (,), titik (.), di tanda (@), garis bawah (_), sama dengan tanda (=), dan tanda tambah (+).

4. Di bawah Fitur proyek, di bagian SMS dan suara, pilih Konfigurasi.
5. Pilih Aktifkan saluran SMS untuk proyek ini.
6. Perluas bagian Konfigurasi lanjutan, lalu pilih Minta nomor telepon.
7. Pada halaman Tentukan nomor telepon Anda, untuk Negara, pilih negara tempat penerima Anda berada. Anda hanya dapat memilih satu negara pada satu waktu, tetapi Anda dapat menambahkan lebih banyak negara nanti jika perlu.
8. Tentukan kasus penggunaan untuk nomor telepon. Anda dapat memilih salah satu opsi berikut:
 - Promosi — Pilih opsi ini untuk mengirim pesan pemasaran atau pesan yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda.
 - Transaksional — Pilih opsi ini untuk mengirim pesan sensitif waktu, seperti pengaturan ulang kata sandi atau peringatan transaksi.

Di beberapa negara dan wilayah, nilai yang Anda pilih dapat menentukan harga yang Anda bayar untuk setiap pesan yang Anda kirim. Pesan transaksional dioptimalkan untuk pengiriman yang tinggi, menghasilkan biaya yang lebih tinggi di banyak negara. Pesan promosi dioptimalkan untuk efektivitas biaya. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

9. Bagian Ringkasan menampilkan informasi tentang nomor tersebut. Harga per bulan menunjukkan biaya untuk satu nomor.
10. Untuk Kuantitas, pilih jumlah angka yang ingin Anda beli. Anda dapat membeli hingga 10 nomor dalam satu permintaan. Anda dapat membeli nomor tambahan nanti. Subtotal memperbarui untuk menampilkan total biaya bulanan untuk jumlah nomor telepon yang Anda beli.
11. (Opsional) Jika Anda ingin membeli nomor telepon tambahan, pilih Tambahkan negara atau wilayah, dan ulangi langkah sebelumnya hingga Anda menetapkan permintaan untuk semua negara yang memerlukan kode panjang.
12. Setelah selesai membeli nomor telepon, pilih Berikutnya.
13. Halaman Tinjauan dan permintaan menampilkan rincian permintaan nomor untuk setiap negara tujuan.
14. Total biaya menampilkan total biaya untuk semua angka untuk semua negara yang Anda pilih.
15. Pilih Permintaan jika Anda siap; jika tidak, pilih Sebelumnya untuk kembali dan membuat perubahan apa pun. Setelah Anda memilih Permintaan, Anda tidak dapat lagi melakukan perubahan.

Mengelola saluran suara Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Anda dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk mengaktifkan saluran suara untuk proyek dan mengelola pengaturan yang berlaku ke saluran suara untuk akun Amazon Pinpoint Anda.

Misalnya, Anda dapat meminta akses produksi untuk akun Anda, atau meminta nomor telepon khusus untuk mengirim pesan suara.

Topik

- [Mengaktifkan saluran suara](#)
- [Meminta akses produksi](#)
- [Meminta nomor telepon](#)
- [Melepaskan nomor telepon](#)

Mengaktifkan saluran suara

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan suara, Anda harus mengaktifkan saluran suara untuk satu atau beberapa proyek. Untuk mempelajari cara membuat proyek baru dan mengaktifkan saluran suara untuk itu, lihat [Menyiapkan saluran suara Amazon Pinpoint](#). Untuk mengaktifkan saluran suara untuk proyek yang ada, selesaikan langkah-langkah berikut.

Perhatikan bahwa pengaturan yang Anda pilih untuk saluran suara juga berlaku untuk saluran SMS untuk proyek tersebut. Jika Anda ingin mengirim pesan suara dan SMS dari proyek, pilih pengaturan yang mendukung tujuan Anda untuk kedua saluran. Untuk mempelajari selengkapnya, lihat [Amazon Pinpoint saluran SMS](#).

Untuk mengaktifkan saluran suara untuk proyek yang ada

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda aktifkan saluran suara.
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Pada halaman SMS dan suara, di sebelah pengaturan SMS, pilih Edit.
5. Pilih Aktifkan saluran suara untuk proyek ini.
6. Pilih Simpan perubahan.
7. Pada halaman SMS dan suara, di bawah Pengaturan nomor, lihat tabel untuk menentukan apakah nomor telepon yang sudah dikaitkan dengan akun Anda dapat digunakan untuk mengirim pesan suara. Jika ada, kolom Suara akan ditampilkan Diaktifkan di samping setiap nomor telepon yang dapat Anda gunakan untuk mengirim pesan suara. Jika tidak ada, [minta nomor telepon untuk saluran suara](#).

Meminta akses produksi

Saat pertama kali mulai menggunakan saluran suara, akun Anda ada di kotak pasir.

Untuk menghapus kuota ini dari akun Anda, Anda dapat meminta agar akun Anda dihapus dari kotak pasir. Ketika akun Anda dihapus dari kotak pasir, ia memiliki akses produksi.

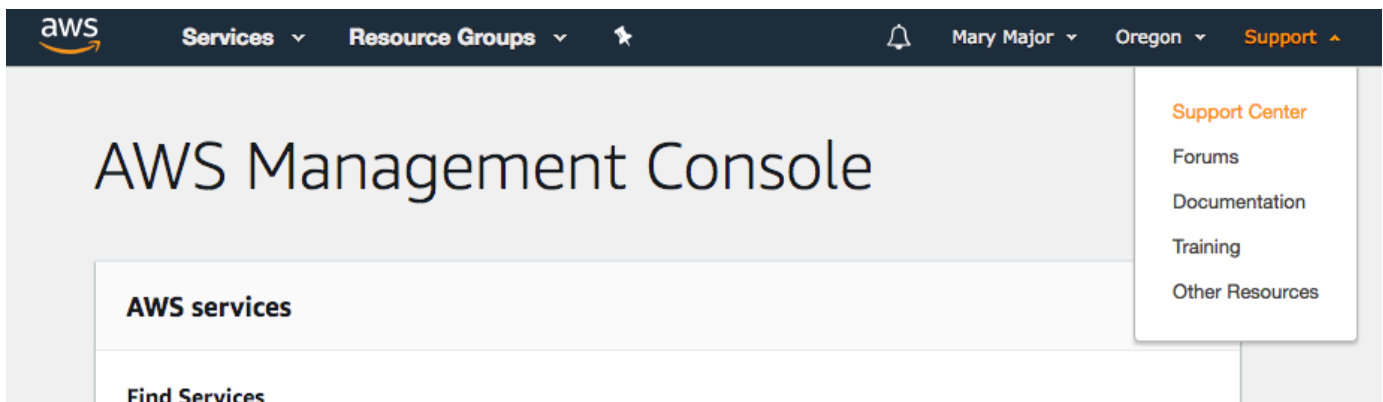
Note

Sebelum Anda meminta akses produksi, Anda harus mengirim setidaknya satu pesan suara dari akun Amazon Pinpoint Anda. Anda dapat mengirim pesan suara di halaman [Uji Pesan](#), atau dengan menggunakan [SendMessage](#) Amazon Pinpoint REST API.

Jika Anda menggunakan [SendVoiceMessage](#) dari Amazon Pinpoint SMS dan Voice API, API versi 2 saat berada di kotak pasir Anda akan diminta untuk memverifikasi nomor tujuan yang Anda kirim pesan. Anda dapat [memverifikasi nomor telepon](#) melalui kata sandi satu kali yang dikirim melalui pesan teks.

Untuk meminta akses produksi

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut.



3. Di bawah Buka kasus dukungan, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? tautan.
5. Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint Voice.
6. (Opsional) Lengkapi informasi berikut:
 - Berapa jumlah maksimum pesan suara yang Anda rencanakan untuk dikirim per hari?

- Berapa panjang rata-rata setiap panggilan yang Anda kirim?
 - Bagaimana Anda mendapatkan nomor telepon yang Anda rencanakan untuk mengirim pesan suara?
 - Berapa banyak nomor telepon khusus yang akan Anda gunakan untuk mengirim pesan Anda? Mengapa Anda memilih nomor ini?
 - Berapa banyak panggilan yang Anda harapkan dari setiap nomor telepon? (1 hingga X) pesan per (hari/minggu/bulan/lainnya)
 - Bagaimana Anda mendapatkan persetujuan untuk mengirim pesan suara ke pelanggan Anda?
 - Bagaimana pelanggan dapat memilih untuk tidak menerima pesan dari Anda? Bagaimana Anda akan memproses permintaan ini?
7. Di bawah Permintaan, untuk Wilayah, pilih AWS Wilayah yang Anda gunakan untuk mengirim pesan suara.
 8. Untuk Limit, verifikasi bahwa Akses Produksi dipilih.
 9. Untuk nilai batas baru, masukkan nomor apa pun—nilai yang Anda masukkan di bidang ini tidak penting.
 10. Di bawah deskripsi Kasus, untuk deskripsi kasus Penggunaan, berikan rincian berikut:
 - Situs web atau aplikasi perusahaan atau layanan yang akan mengirim pesan suara.
 - Layanan yang disediakan oleh situs web atau aplikasi Anda, dan bagaimana pesan suara Anda berkontribusi pada layanan tersebut.
 11. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih jika Anda ingin menerima komunikasi untuk kasus ini dalam Bahasa Inggris atau Bahasa Jepang.
 12. Setelah selesai, pilih Kirim.

Tim AWS Support memberikan tanggapan awal atas permintaan Anda dalam waktu 24 jam.

Untuk mencegah sistem kami digunakan untuk mengirim konten yang tidak diinginkan atau berbahaya, kami harus mempertimbangkan setiap permintaan dengan hati-hati. Jika kami dapat melakukannya, kami akan mengabulkan permintaan Anda dalam periode 24 jam ini. Namun, jika kami perlu mendapatkan informasi tambahan dari Anda, mungkin diperlukan waktu lebih lama untuk menyelesaikan permintaan Anda.

Kami mungkin tidak dapat mengabulkan permintaan Anda jika kasus penggunaan Anda tidak selaras dengan kebijakan kami.

Meminta nomor telepon

Anda dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk meminta dan menyewakan nomor telepon untuk mengirim pesan suara. Nomor telepon ini disebut sebagai nomor originasi. Jenis nomor originasi tergantung pada negara tujuan dan dapat mencakup Kode Panjang, Bebas Pulsa dan 10DLC.

Untuk meminta kode panjang khusus untuk mengirim pesan suara

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
3. Di bawah Nomor telepon, pilih Minta nomor telepon.
4. Pada halaman Tentukan nomor telepon Anda, untuk Negara, pilih negara tempat penerima Anda berada. Anda hanya dapat memilih satu negara pada satu waktu, tetapi Anda dapat menambahkan lebih banyak negara nanti jika perlu.

Tip

Tidak memiliki nomor telepon dari negara tempat penerima Anda berada dapat menyebabkan masalah pengiriman karena pengiriman tersebut dilakukan dengan upaya terbaik.

5. Tentukan kasus penggunaan untuk nomor telepon. Anda dapat memilih salah satu opsi berikut:
 - Promosi — Pilih opsi ini untuk mengirim pesan pemasaran atau pesan yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda.
 - Transaksional — Pilih opsi ini untuk mengirim pesan sensitif waktu, seperti pengaturan ulang kata sandi atau peringatan transaksi.

Di beberapa negara dan wilayah, nilai yang Anda pilih dapat menentukan harga yang Anda bayar untuk setiap pesan yang Anda kirim. Pesan transaksional dioptimalkan untuk pengiriman yang tinggi, menghasilkan biaya yang lebih tinggi di banyak negara. Pesan promosi dioptimalkan untuk efektivitas biaya. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

6. Bagian Ringkasan menampilkan informasi tentang nomor tersebut. Harga per bulan menunjukkan biaya untuk satu nomor.

7. Untuk Kuantitas, pilih jumlah angka yang ingin Anda beli. Anda dapat membeli hingga 10 nomor dalam satu permintaan. Anda dapat membeli nomor tambahan nanti. Subtotal memperbarui untuk menampilkan total biaya bulanan untuk jumlah nomor telepon yang Anda beli.
8. (Opsional) Jika Anda ingin membeli nomor telepon tambahan, pilih Tambahkan negara atau wilayah.
9. Setelah selesai membeli nomor telepon, pilih Berikutnya.
10. Halaman Tinjauan dan permintaan menampilkan rincian permintaan nomor untuk setiap negara tujuan.
11. Total biaya menampilkan total biaya untuk semua angka untuk semua negara yang Anda pilih.
12. Pilih Permintaan jika Anda siap; jika tidak, pilih Sebelumnya untuk kembali dan membuat perubahan apa pun. Setelah Anda memilih Permintaan, Anda tidak dapat lagi melakukan perubahan.
13. Biasanya, permintaan disetujui secara instan, dan konfirmasi muncul di bagian atas halaman yang mencatat bahwa nomor telepon berhasil ditambahkan. Anda sekarang dapat mengakses angka-angka itu di tab Nomor telepon di halaman SMS dan suara.

Jika permintaan mengalami kesalahan, pesan kesalahan akan ditampilkan di bagian atas halaman. Kesalahan umum mungkin karena tidak ada kode panjang yang tersedia untuk salah satu negara yang Anda pilih atau terjadi kesalahan saat mencoba menyediakan kode panjang. Dalam beberapa kasus, akun Anda mungkin memerlukan peninjauan tambahan sebelum menyetujui permintaan Anda. Jika pesan ini muncul, Anda harus membuat tiket dukungan yang memberikan informasi lebih lanjut tentang permintaan Anda.

Melepaskan nomor telepon

Jika Anda tidak memerlukan nomor telepon khusus (kode panjang) untuk akun Anda lagi, Anda dapat melepaskan dan mengakhiri sewa Anda untuk itu. Saat Anda melepaskan kode panjang khusus, kami berhenti menagihnya dalam tagihan Anda untuk bulan kalender berikutnya.

Important

Jika Anda melepaskan kode panjang khusus, Anda mungkin tidak dapat memperoleh kode panjang yang sama lagi di masa mendatang.

Untuk melepaskan kode panjang khusus

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Pada nomor Telepon, pilih kode panjang yang ingin Anda lepaskan, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut. Pilih Hapus nomor telepon.

Note

Anda juga dapat menghapus nomor telepon dengan memilih tautan nomor telepon, lalu memilih Hapus nomor telepon dari halaman detail nomor.

Number	Type	Registered keyword	Country	SMS	Voice	Created Date
+1 251-512-5031	Long code		US	Enabled	Enabled	July 22nd 2020, 10:22 PM, UTC
+1 559-206-2435	Long code		US	Enabled	Enabled	January 25th 2021, 06:29 PM, UTC
+1 559-206-2631	Long code	keyword_244329971006	US	Enabled	Enabled	June 16th 2020, 04:01 PM, UTC

5. Di jendela Hapus konfirmasi nomor, konfirmasi bahwa Anda ingin melepaskan kode panjang dengan memasukkan **delete**, lalu pilih Hapus.

Negara dan wilayah yang didukung (saluran suara)

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(Saluran suara\)](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Anda dapat menggunakan saluran suara untuk mengirim pesan suara ke penerima di seluruh dunia. Namun, di beberapa negara dan wilayah, Anda harus menggunakan nomor telepon lokal untuk melakukan panggilan otomatis, seperti panggilan yang Anda lakukan dengan menggunakan saluran suara Amazon Pinpoint. Anda dapat memperoleh nomor telepon lokal, juga disebut kode panjang, langsung dari AWS beberapa negara dan wilayah.

Negara dan wilayah tempat Anda dapat memperoleh nomor telepon lokal

Tabel berikut mencantumkan negara tempat Anda dapat memperoleh nomor telepon lokal untuk menggunakan saluran suara. Kecuali China, jika negara atau wilayah tidak tercantum dalam tabel ini, Anda mungkin masih dapat mengirim pesan suara ke penerima di negara atau wilayah tersebut.

Jika nilai di kolom Alamat lokal yang diperlukan adalah Ya, maka Anda harus meminta kode panjang dengan membuat kasus diAWS Support Center Console. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#). Jika nilai di kolom Alamat lokal yang diperlukan adalah Tidak, Anda dapat menyewakan nomor telepon lokal secara langsung melalui konsol Amazon Pinpoint.

Negara atau Wilayah	Diperlukan alamat lokal?
Argentina	Ya
Australia	Ya
Austria	Tidak
Bahrain	Ya
Barbados	Tidak
Brazil	Tidak
Bulgaria	Ya
Burkina Faso	Tidak
Canada	Tidak
Kepulauan Cayman	Tidak
Chili	Tidak

Negara atau Wilayah	Diperlukan alamat lokal?
Kolombia	Tidak
Kamboja	Ya
Kroasia	Ya
Siprus	Tidak
Republik Dominika	Tidak
Ekuador	Tidak
El Salvador	Tidak
Finlandia	Ya
Jerman	Ya
Yunani	Ya
Grenada	Tidak
Guatemala	Tidak
Hungaria	Ya
Islandia	Ya
Indonesia	Tidak
Irlandia	Ya
Israel	Tidak
Italia	Ya
Jamaika	Tidak
Kazakstan	Ya

Negara atau Wilayah	Diperlukan alamat lokal?
Kenya	Tidak
Latvia	Ya
Lituania	Tidak
Luksemburg	Ya
Mali	Ya
Meksiko	Ya
Moldova	Ya
Selandia Baru	Tidak
Nikaragua	Ya
Norwegia	Ya
Peru	Tidak
Filipina	Tidak
Polandia	Ya
Puerto Riko	Tidak
Rumania	Ya
Slovakia	Ya
Slovenia	Ya
Afrika Selatan	Ya
Swiss	Ya
Taiwan	Ya

Negara atau Wilayah	Diperlukan alamat lokal?
Tajikistan	Ya
Thailand	Ya
Trinidad dan Tobago	Tidak
Britania Raya	Tidak
Amerika Serikat	Tidak
Uruguay	Ya
Venezuela	Ya
Vietnam	Tidak

Mengelola Kolam di Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Pool adalah kumpulan nomor telepon dan ID Pengirim, yang merupakan nama yang berisi karakter alfanumerik. Saat membuat pool, Anda dapat mengonfigurasi identitas originasi tertentu. Identitas ini mencakup kata kunci, jenis pesan, daftar opt-out, konfigurasi dua arah, dan konfigurasi opt-out yang dikelola sendiri.

Sebelum Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk membuat kumpulan baru, Anda harus mengaktifkan SMS dan saluran suara untuk satu atau lebih proyek. Untuk melakukan tugas ini, buka halaman pengaturan SMS dan suara di konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola pengaturan SMS dan suara di Amazon Pinpoint](#).

Note

Kolam renang tidak tersedia di wilayah US East (Ohio).

Membuat kolam

Pool mencakup satu atau beberapa nomor telepon dan ID Pengirim yang terkait dengan AWS akun Anda.

Untuk membuat kolam

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pools, pilih Create pool.
4. (Opsional) Di bawah bagian pengaturan Pool, tambahkan nama untuk pool Anda.
5. Pilih salah satu opsi berikut:
 - ID Pengirim - Jika Anda memilih opsi ini, di bawah bagian Berikan ID Pengirim untuk asosiasi, lakukan hal berikut:
 - Untuk ID Pengirim, masukkan ID pengirim Anda.
 - Untuk Negara, pilih negara.
 - Untuk jenis Pesan, pilih Transaksional untuk konten yang sensitif terhadap waktu, seperti peringatan dan kata sandi satu kali, atau pilih Promosi untuk konten terkait pemasaran.
 - Pilih Buat kolam.
 - Nomor telepon - Jika Anda memilih opsi ini, di bawah bagian Nomor yang tersedia untuk asosiasi, lakukan hal berikut:
 - Pilih nomor telepon untuk membuat pool.
 - Pilih Buat kolam.

Mengasosiasikan dan memisahkan identitas originasi

Setelah Anda membuat kolam, Anda dapat mengaitkan identitas originasi ke dalamnya.

Untuk mengaitkan identitas originasi ke kolam

1. Pada halaman Detail kumpulan, di bawah bagian Identitas Originasi, pilih identitas originasi yang ingin Anda kaitkan ke kumpulan.
2. Pilih Associate to pool.

Untuk memisahkan identitas originasi yang ada dari kolam

1. Pada halaman Detail kumpulan, di bawah bagian Identitas Originasi, pilih identitas originasi yang ingin Anda pisahkan dari kumpulan.
2. Pilih Disassociate dari kolam renang.
3. Di jendela Konfirmasi Disassociate, masukkan **disassociate** di bidang teks.
4. Pilih Pisahkan.

Mengkonfigurasi pengaturan kolam

Pada halaman detail Pool, Anda dapat mengonfigurasi pengaturan yang ingin Anda terapkan ke kolam renang.

Untuk mengkonfigurasi pengaturan kolam

1. Di bawah bagian Pengaturan kolam, Anda memiliki opsi untuk mengonfigurasi salah satu pengaturan berikut:
 - SMS dua arah — Saat Anda mengaktifkan SMS dua arah, Anda dapat menerima pesan masuk dari pelanggan Anda.
 - Perlindungan penghapusan — Saat Anda mengaktifkan perlindungan penghapusan, Anda dapat melindungi kolam agar tidak dihapus.
 - Rute bersama — Di beberapa negara, Amazon Pinpoint mempertahankan kumpulan identitas originasi bersama. Saat Anda mengaktifkan rute bersama, Amazon Pinpoint berupaya menyampaikan pesan Anda menggunakan salah satu identitas bersama. Identitas bersama tidak tersedia di beberapa negara, termasuk Amerika Serikat.

- Kata kunci — Saat nomor Anda menerima pesan yang dimulai dengan kata kunci, Amazon Pinpoint merespons dengan pesan yang dapat disesuaikan. Kata kunci dapat berisi hingga 25 karakter.
 - Jika Anda ingin menambahkan lebih banyak kata kunci, pilih Tambahkan kata kunci lain.
 - Jika Anda ingin menghapus kata kunci, pilih Hapus kata kunci.
 - Tag — Tag adalah pasangan kunci dan nilai yang dapat Anda terapkan secara opsional ke AWS sumber daya Anda untuk mengontrol akses atau penggunaan. Anda dapat menambahkan hingga 50 tanda.
 - Jika Anda ingin menambahkan tag, pilih Tambahkan tag baru.
2. Setelah selesai, pilih Simpan perubahan.

Menghapus kolam

Anda dapat menghapus kumpulan yang ada dari Amazon Pinpoint. Saat Anda menghapus kumpulan, Amazon Pinpoint memisahkan semua identitas originasi dari kumpulan itu.

Untuk menghapus kolam

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pools, pilih pool yang ingin Anda hapus.
4. Pilih Hapus kolam.
5. Di jendela konfirmasi kumpulan Hapus, masukkan **delete** di bidang teks.
6. Pilih Hapus.

Praktik terbaik untuk saluran suara

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi

terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Praktik terbaik suara](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Bagian ini berisi beberapa praktik terbaik terkait pengiriman pesan suara menggunakan Amazon Pinpoint. Praktik ini dapat membantu memastikan kepuasan penerima Anda, dan dapat melindungi Anda dari biaya yang tidak terduga.

Topik di bagian ini:

- [Mematuhi hukum dan peraturan](#)
- [Kirim pada waktu yang tepat](#)
- [Hindari kelelahan lintas-saluran](#)
- [Lindungi diri Anda dari penipuan suara](#)

Mematuhi hukum dan peraturan

Anda dapat menghadapi denda dan hukuman yang cukup berat jika Anda melanggar hukum dan peraturan tempat tinggal pelanggan Anda. Untuk alasan ini, penting untuk memahami undang-undang yang terkait dengan panggilan suara otomatis di setiap negara tempat Anda berbisnis. Sebagai pengirim, undang-undang ini mungkin berlaku untuk Anda meskipun Anda tidak tinggal di salah satu negara ini. Anda bertanggung jawab untuk mematuhi semua hukum yang berlaku. Perhatikan bahwa beberapa subdivisi nasional memiliki aturan yang lebih ketat daripada negara induknya. Misalnya, beberapa negara bagian AS memiliki aturan yang lebih ketat daripada undang-undang Federal AS tentang panggilan suara. Informasi ini tidak dimaksudkan sebagai nasihat hukum. Konsultasikan dengan pengacara di setiap negara atau wilayah tempat pelanggan Anda berada untuk mendapatkan nasihat hukum.

Kirim pada waktu yang tepat

Hanya mengirim pesan selama jam kerja siang hari normal di setiap zona waktu penerima. Jika Anda mengirim pesan pada waktu makan malam atau di tengah malam, ada kemungkinan besar pelanggan Anda akan berhenti berlangganan dari daftar Anda untuk menghindari gangguan lagi di masa depan. Selain itu, banyak negara dan wilayah membatasi hari dan waktu di mana orang dapat menerima pesan otomatis. Meskipun peraturan bervariasi di setiap negara, ada baiknya untuk

tidak mengirim pesan sebelum jam 9 pagi atau setelah jam 8 malam. Banyak negara juga melarang pengiriman pesan pada hari Minggu dan hari libur nasional. Informasi ini tidak dimaksudkan sebagai nasihat hukum. Konsultasikan dengan pengacara di setiap negara atau wilayah tempat pelanggan Anda berada untuk mendapatkan nasihat hukum.

Hindari kelelahan lintas-saluran

Jika Anda menggunakan beberapa saluran komunikasi (seperti suara, email, SMS, dan pesan push), jangan mengirim pesan yang sama di beberapa saluran kecuali ada alasan bagus untuk melakukannya. Jika Anda mengirim pesan yang sama pada saat yang sama di lebih dari satu saluran, pelanggan Anda cenderung menganggap perilaku ini menjengkelkan daripada membantu.

Lindungi diri Anda dari penipuan suara

Karena panggilan suara bisa mahal, penting untuk mengamankan AWS akun Anda dari akses yang tidak sah, dan untuk memantau tujuan pesan yang Anda kirim.

Kelola peran, kebijakan, dan pengguna IAM dengan hati-hati

Secara umum, kebijakan IAM pengguna Anda harus memberikan hak istimewa paling sedikit — yaitu, hanya izin yang diperlukan untuk melakukan tugas, dan tidak lebih. Anda dapat membatasi izin ini sehingga hanya sejumlah kecil pengguna yang memilikinya. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Praktik terbaik keamanan di IAM](#) di Panduan Pengguna IAM.

Selain itu, Anda harus mengubah kata sandi dan kunci akses untuk pengguna Anda secara teratur. Proses mengubah kata sandi dan kunci akses dikenal sebagai rotasi kredensial. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Praktik terbaik keamanan di IAM](#)

Ketahui negara mana yang Anda kirim

Harga per menit yang Anda bayar untuk mengirim pesan suara tergantung pada negara penerima. Kode negara nomor telepon penerima tidak selalu merupakan cara terbaik untuk mengetahui negara mana mereka berada. Misalnya, banyak pengirim menyadari bahwa Amerika Serikat dan Kanada keduanya menggunakan kode negara yang sama (+1). Namun, mereka mungkin tidak menyadari bahwa 23 negara dan wilayah lain (terutama di Pasifik dan Karibia) juga menggunakan kode negara ini. Mengirim pesan suara ke beberapa negara ini bisa jauh lebih mahal daripada yang lain. [Misalnya, mengirim pesan ke penerima di AS dan Kanada berharga \\$0,013 per menit, tetapi pengiriman ke Jamaika berharga \\$0,564 per menit 1.](#) Nomor telepon di ketiga negara ini dimulai dengan +1 diikuti oleh 10 digit, sehingga bagi mata yang tidak terlatih mereka bisa sulit dibedakan.

Anda dapat menggunakan [layanan validasi nomor telepon Amazon Pinpoint](#) untuk memverifikasi negara dari setiap nomor telepon yang Anda kirim pesan.

Batasi pengiriman Anda ke negara tertentu

Jika Anda hanya berencana mengirim pesan ke penerima di negara tertentu, konfigurasi aplikasi pengiriman pesan Anda untuk hanya mengirim pesan ke negara-negara tersebut.

Batasi jumlah pesan yang Anda kirim ke satu nomor

Konfigurasi aplikasi Anda sehingga mereka hanya dapat mengirim sejumlah pesan suara ke penerima yang sama setiap hari.

¹ Harga yang dikutip akurat per Desember 2021. Tarif per menit dapat berubah sewaktu-waktu. Untuk harga saat ini, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

Saluran pesan dalam aplikasi Amazon Pinpoint

Anda dapat menggunakan pesan dalam aplikasi untuk mengirim pesan yang ditargetkan ke pengguna aplikasi Anda. Pesan dalam aplikasi sangat dapat disesuaikan. Mereka dapat menyertakan tombol yang membuka situs web atau membawa pengguna ke bagian tertentu dari aplikasi Anda. Anda dapat mengonfigurasi warna latar belakang dan teks, memposisikan teks, dan menambahkan tombol dan gambar ke notifikasi. Anda dapat mengirim satu pesan, atau membuat korsel yang berisi hingga lima pesan unik. Tidak seperti saluran lain seperti email atau SMS, pesan dalam aplikasi diaktifkan secara default di semua proyek Amazon Pinpoint. Selain itu, pesan dalam aplikasi tidak mendukung penggunaan variabel substitusi.

Anda dapat menggunakan AWS Amplify untuk mengintegrasikan kemampuan perpesanan dalam aplikasi Amazon Pinpoint dengan mulus ke dalam aplikasi Anda. Amplify dapat secara otomatis menangani proses pengambilan pesan, merender pesan, dan mengirim data analitik ke Amazon Pinpoint. Integrasi ini saat ini didukung untuk aplikasi React Native. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Pesan Dalam Aplikasi](#) di dalam Dokumentasi Amplify Kerangka.

Cara Amazon Pinpoint menangani pesan dalam aplikasi

Menampilkan pesan dalam aplikasi kepada pengguna Anda terdiri dari tiga langkah. Langkah pertama adalah membuat templat pesan. Template pesan mendefinisikan tampilan dan isi pesan.

Pesan dalam aplikasi dapat berupa pesan tunggal yang muncul di layar, pesan yang menutupi seluruh layar, atau komidi putar yang terdiri dari hingga lima pesan. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat templat pesan dalam aplikasi, lihat [Membuat template dalam aplikasi](#).

Selanjutnya, Anda membuat kampanye dalam aplikasi. Anda dapat mengonfigurasi kampanye Anda untuk dikirim ketika peristiwa tertentu terjadi. Misalnya, Anda dapat memicu kampanye untuk mengirim ketika pengguna mencapai tingkat tertentu dalam permainan, atau ketika mereka melihat item tertentu di toko online Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat kampanye, lihat [Kampanye Amazon Pinpoint](#).

Note

Untuk menerima pesan dalam aplikasi, titik akhir yang ditargetkan kampanye Anda harus memiliki jenis titik akhir `IN_APP`.

Terakhir, untuk menampilkan pesan dalam aplikasi di aplikasi Anda, aplikasi Anda harus memanggil [GetInAppMessages](#) API untuk mengambil pesan. Respons menyediakan daftar pesan yang diformat JSON yang berhak dimiliki setiap pengguna. Saat pesan ditampilkan kepada pengguna, Anda dapat meneruskan peristiwa analitik kembali ke Amazon Pinpoint. Dengan melakukan ini, Anda dapat mengumpulkan metrik untuk kampanye pesan dalam aplikasi. Untuk informasi selengkapnya tentang penggunaan notifikasi dalam aplikasi, lihat [Bekerja dengan pesan dalam aplikasi](#) di dalam [Panduan Developer Amazon Pinpoint](#) atau [Secara dinamis mempersonalisasi pengalaman pengguna dalam produk Anda menggunakan perpesanan dalam aplikasi Amazon Pinpoint](#) pada [AWS Blog Pesan dan Penargetan](#).

Saluran khusus di Amazon Pinpoint

Anda dapat memperluas kemampuan Amazon Pinpoint dengan membuat saluran khusus. Anda dapat menggunakan saluran khusus untuk mengirim pesan kepada pelanggan melalui layanan apa pun yang memiliki API—termasuk layanan pihak ketiga. Misalnya, Anda dapat menggunakan saluran khusus untuk mengirim pesan melalui layanan pihak ketiga seperti WhatsApp atau Facebook Messenger.

Note

Amazon Web Services tidak bertanggung jawab atas layanan pihak ketiga apa pun yang Anda gunakan untuk mengirim pesan dengan saluran khusus. Layanan pihak ketiga dapat

tunduk pada persyaratan tambahan. Anda harus meninjau persyaratan ini sebelum mengirim pesan dengan saluran khusus.

Anda dapat mengonfigurasi kampanye untuk mengirim pesan melalui saluran khusus menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kampanye](#).

Menyiapkan dan mengelola saluran kustom

Anda dapat membuat saluran kustom dengan menggunakan webhook, atau dengan memanggil API layanan melalui AWS Lambda fungsi. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat fungsi saluran kustom di Lambda, lihat [Membuat saluran kustom](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Tidak seperti saluran lain di Amazon Pinpoint, Anda tidak perlu mengaktifkan fitur saluran khusus. Saluran khusus diaktifkan secara default di semua proyek Amazon Pinpoint. Anda tidak perlu meminta akses produksi untuk menggunakan saluran kustom.

Segmen Amazon Pinpoint

Saat membuat kampanye, Anda memilih segmen untuk mengirim kampanye tersebut. Segmen adalah sekelompok pelanggan Anda yang berbagi atribut tertentu. Misalnya, segmen mungkin berisi semua pelanggan yang menggunakan versi 2.0 aplikasi Anda di perangkat Android, atau semua pelanggan yang tinggal di kota Los Angeles. Anda dapat mengirim beberapa kampanye ke satu segmen, dan Anda dapat mengirim satu kampanye ke beberapa segmen.

Ada dua jenis segmen yang dapat Anda buat di Amazon Pinpoint:

- Segmen dinamis — Segmen yang didasarkan pada atribut yang Anda tentukan. Segmen dinamis dapat berubah seiring waktu. Misalnya, jika Anda menambahkan titik akhir baru ke Amazon Pinpoint, atau jika Anda mengubah atau menghapus titik akhir yang ada, jumlah titik akhir di segmen tersebut dapat bertambah atau berkurang. Untuk informasi selengkapnya tentang segmen dinamis, lihat [the section called “Membangun segmen”](#).
- Segmen yang diimpor - Segmen yang dibuat di luar Amazon Pinpoint dan disimpan dalam format CSV atau JSON. Saat membuat segmen yang diimpor, Anda mengunggah file ke Amazon Simple Storage Service (Amazon S3). Amazon Pinpoint mengambil file dari Amazon S3 dan membuat titik akhir baru berdasarkan konten file tersebut. Segmen yang diimpor bersifat statis — tidak pernah berubah. Untuk membuat perubahan, Anda harus mengimpor ulang segmen dengan perubahan tersebut. Saat membuat segmen baru, Anda dapat menggunakan segmen yang diimpor sebagai segmen dasar, lalu memperbaikinya dengan menambahkan filter. Untuk informasi selengkapnya tentang mengimpor segmen, lihat [the section called “Mengimpor segmen”](#).

Membangun segmen

Setelah mengintegrasikan aplikasi dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat membuat segmen dinamis yang didasarkan pada data yang disediakan aplikasi ke Amazon Pinpoint. Saat Anda membuat segmen dinamis, Anda memilih jenis segmen yang ingin dibuat, membuat grup segmen, dan kemudian menyempurnakan grup segmen tersebut dengan memilih segmen dan kriteria yang menentukan segmen tersebut. Misalnya, Anda dapat membuat grup segmen dinamis, lalu memilih segmen audiens dan kriteria semua pelanggan yang menggunakan versi 2.0 aplikasi Anda di perangkat Android dan yang telah menggunakan aplikasi Anda dalam 30 hari terakhir. Amazon Pinpoint terus mengevaluasi kembali segmen Anda saat aplikasi merekam interaksi pelanggan baru. Akibatnya, ukuran dan keanggotaan setiap segmen berubah seiring waktu. Untuk informasi tentang

mengintegrasikan aplikasi Anda dengan Amazon Pinpoint, [lihat Mengintegrasikan Amazon Pinpoint dengan aplikasi Anda di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#).

Grup segmen

Saat membuat segmen dinamis, Anda membuat satu atau beberapa grup segmen. Grup segmen terdiri dari komponen-komponen ini:

- **Segmen dasar** — Segmen yang menentukan populasi pengguna awal. Anda dapat menentukan satu segmen dasar, beberapa segmen dasar, atau semua segmen dalam proyek Amazon Pinpoint Anda.
- **Kriteria** — Kategori informasi audiens yang Anda terapkan di atas segmen dasar. Anda dapat menambahkan beberapa kelompok kriteria dan kemudian membuat hubungan antara kriteria tersebut.
- **Filter** — Filter mengurangi jumlah audiens yang termasuk dalam segmen. Anda dapat menambahkan filter sebanyak yang Anda inginkan untuk menyesuaikan segmen dengan kebutuhan Anda.

Anda harus membuat setidaknya satu grup segmen, tetapi Anda dapat membuat grup segmen kedua secara opsional, lalu membuat hubungan antara kedua grup.

Membuat segmen dinamis

Langkah-langkah berikut menjelaskan pembuatan dan konfigurasi segmen:

- [Langkah 1: Membangun segmen baru atau mengimpor segmen yang sudah ada](#)
- [Langkah 2: Konfigurasi grup segmen 1](#)
- [Langkah 3: Pilih segmen yang akan disertakan dalam grup](#)
- [Langkah 4: Pilih dan konfigurasi kriteria segmen](#)
- [Langkah 5: Tambahkan kelompok kriteria kedua](#)
- [Langkah 6: Tambahkan grup segmen 2](#)

Langkah 1: Membangun segmen baru atau mengimpor segmen yang sudah ada

Untuk membangun segmen

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda tambahkan segmennya.
3. Di panel navigasi, pilih Segmen. Halaman Segmen membuka dan menampilkan segmen yang Anda tentukan sebelumnya.
4. Pilih Buat segmen.
5. Di bawah Buat segmen, pilih Membangun segmen.

Create a segment

Build a segment

Create a dynamic segment based on the attributes of your customers.

Import a segment

Import a CSV or JSON file that contains a list of specific recipients.

6. Untuk nama Segmen, masukkan nama untuk segmen agar mudah dikenali nanti.

Langkah 2: Konfigurasi grup segmen 1

Pertama-tama Anda akan memilih bagaimana Anda ingin menentukan segmen audiens untuk grup segmen.

Untuk mengkonfigurasi grup segmen 1

- Di bawah Segmen grup 1, untuk segmen Dasar, pilih salah satu opsi berikut:
 - Sertakan pemirsa mana pun — Jika Anda menggunakan lebih dari satu segmen sebagai segmen dasar, segmen baru berisi titik akhir yang ada di setidaknya satu segmen yang Anda pilih. Misalnya, Anda mungkin memiliki dua segmen dinamis, *Lebih tua dari 18* dan *Hidup di New York City*. Target audiens Anda saat memilih opsi ini adalah audiens yang berusia lebih dari 18 tahun atau yang tinggal di New York City.
 - Sertakan semua pemirsa — Jika Anda menggunakan lebih dari satu segmen sebagai segmen dasar, segmen baru Anda hanya berisi titik akhir yang umum untuk semua segmen yang dipilih. Misalnya, Anda mungkin memiliki dua segmen dinamis, *Lebih tua dari 18* dan *Hidup di New York City*. Target audiens Anda saat memilih opsi ini adalah semua audiens yang berusia lebih dari 18 tahun dan yang tinggal di New York City.

Segment group 1 [Info](#)

A segment group contains filters that you apply to base segments. If you choose an imported segment as a base segment, you can't use other imported segments as base segments nor add an additional segment group.

Base segments [Info](#)

Include any audiences
 Include all audiences

Include audiences that are in any of the following:

Criteria - optional [Info](#)

Langkah 3: Pilih segmen yang akan disertakan dalam grup

Langkah selanjutnya adalah memilih segmen mana yang akan Anda sertakan dalam grup. Segmen ini terdiri dari audiens yang ingin Anda targetkan dalam grup segmen.

1. Untuk daftar dropdown, pilih satu atau beberapa segmen untuk disertakan dalam grup segmen. Setiap segmen yang Anda tambahkan menampilkan di bagian.

Note

Daftar drop-down segmen tidak ditutup saat Anda memilih segmen. Itu tetap terbuka, dengan tanda centang oleh setiap segmen yang Anda sertakan dalam grup. Anda dapat menghapus tanda centang oleh segmen apa pun yang ingin Anda hapus. Setelah selesai memilih segmen, pilih area di luar dropdown untuk menutupnya.

Segment details

Search:

Name

 Name must be between 1 and 64 characters.

Segment group 1 Info
 A segment group contains filters that you apply to base segments or other imported segments as base segments. You can add an additional segment group.

Base segments Info

Include any audiences
 Include all audiences

Include audiences that are in **any** of the following:

Pizza Lovers (Dynamic)
 Whole Food Members (Dynamic)

Criteria - optional Info

2. Saat Anda menambahkan atau menghapus segmen, bagian Perkiraan segmen diperbarui untuk menampilkan titik akhir yang memenuhi syarat dan total yang ditetapkan untuk menerima kampanye. Titik akhir yang memenuhi syarat adalah titik akhir yang ditentukan oleh hubungan any/dan untuk grup segmen, sedangkan totalnya adalah jumlah semua titik akhir terlepas dari konektor hubungan.

Segment estimate Info	
Eligible endpoints	Total endpoints
The number of customers who will receive campaigns that target this segment.	The number of recipients who meet the criteria for this segment.
1,029 endpoints	1,037 endpoints


Langkah 4: Pilih dan konfigurasi kriteria segmen

Setelah memilih segmen, Anda dapat menyempurnakan audiens target lebih lanjut dengan menerapkan atribut, operator, dan nilai ke segmen tersebut.

Untuk memilih dan mengkonfigurasi kriteria segmen

1. Untuk Atribut, Anda dapat memilih dari jenis berikut:
 - Atribut standar - Filter audiens berdasarkan salah satu atribut defaultnya.
 - Jenis Saluran — Filter pemirsa berdasarkan jenis titik akhir penerima: EMAIL, SMS, PUSH, atau CUSTOM.

- **Aktivitas** - Memfilter audiens apakah mereka Aktif atau Tidak Aktif.
 - **Atribut Endpoint Kustom** - Filter audiens berdasarkan atribut khusus titik akhir. Misalnya, ini mungkin daftar pelanggan Anda yang telah memilih keluar dari daftar distribusi atau daftar pelanggan yang mendaftar untuk daftar distribusi.
 - **Atribut Pengguna Pelanggan** - Filter audiens berdasarkan atribut khusus pengguna. Misalnya, ini mungkin *LastName* atau *FirstName*.
 - **Metrik** — Filter audiens berdasarkan evaluasi kuantitatif. Misalnya, Anda mungkin memiliki metrik, *Kunjungan*, yang dapat Anda pilih jika Anda ingin menargetkan audiens yang telah mengunjungi lokasi tertentu *x* jumlah kali.
2. Pilih Operator dan masukkan Nilai. Operator menentukan hubungan atribut dengan nilai yang Anda masukkan. Nilai dapat tidak lebih dari 100 karakter dan Anda dapat memiliki tidak lebih dari 100 nilai total antara semua grup, kriteria, dan filter. Berikut ini menjelaskan operator yang tersedia. Setiap atribut memiliki set sendiri operator yang didukung.

 Note

Atribut Jenis Saluran tidak menggunakan operator atau nilai.

- **Setelah** - Memfilter audiens setelah tanggal tertentu.
- **Sebelum** - Memfilter audiens sebelum tanggal tertentu.
- **Antara** - Memfilter audiens berdasarkan rentang tanggal.
- **Berisi** - Gunakan ini untuk memfilter audiens berdasarkan substring dalam string. Misalnya, jika Anda memiliki metrik kota, Anda dapat melewati *ew* untuk mengembalikan *New York City* atau Newcastle. *Nilai yang dilewatkan peka huruf besar/kecil, jadi ew mengembalikan hasil yang berbeda dari EW.*
- **Selama** - Hanya digunakan untuk atribut Aktivitas. Memfilter audiens dengan salah satu kerangka waktu berikut: hari terakhir, 7 hari terakhir, 14 hari terakhir, atau 30 hari terakhir.
- **Sama** — Digunakan hanya untuk atribut Metrik, operator ini operator ini memfilter hasil berdasarkan nilai numerik. Misalnya, Anda mungkin memiliki metrik, *Kunjungan*, yang dapat Anda gunakan untuk memfilter hasil hanya dengan pelanggan yang mengunjungi lokasi *3* kali.
- **Lebih besar dari** — Digunakan hanya untuk atribut Metrik, operator ini memfilter hasil yang lebih besar dari jumlah yang dilewatkan. Misalnya, Anda mungkin memiliki metrik, *Kunjungan*, yang dapat Anda gunakan untuk memfilter hasil hanya oleh pelanggan yang mengunjungi lokasi lebih dari *3* kali.

- Lebih besar dari atau sama — Digunakan hanya untuk atribut Metrik, operator ini memfilter hasil yang lebih besar dari atau sama dengan angka yang dilewatkan. Misalnya, jika Anda memiliki metrik, *Kunjungan*, Anda dapat menggunakan operator ini untuk memfilter hasil hanya oleh pelanggan yang mengunjungi lokasi **3** kali atau lebih.
- Apakah - Gunakan opsi ini untuk memfilter berdasarkan atribut spesifik titik akhir. Saat Anda memilih opsi ini, Anda menentukan seberapa baru titik akhir aktif, atau berapa lama titik tersebut tidak aktif. Setelah itu, Anda dapat secara opsional menentukan atribut tambahan yang terkait dengan titik akhir tersebut.
- Tidak - Gunakan opsi ini jika Anda ingin memfilter hasil yang cocok dengan nilai yang diteruskan. Misalnya, Anda mungkin memiliki titik akhir pengguna pelanggan *kota* yang dapat Anda gunakan untuk memfilter hasil yang menyertakan kota tertentu. Gunakan operator ini dan *Kota New York* untuk nilai untuk mengabaikan hasil apa pun yang mencakup kota ini.
- Kurang dari — Digunakan hanya untuk atribut Metrik, operator ini memfilter hasil yang kurang dari jumlah yang dilewatkan. Misalnya, Anda mungkin memiliki metrik, *Kunjungan*, yang dapat Anda gunakan untuk memfilter hasil hanya oleh pelanggan yang mengunjungi lokasi kurang dari **3** kali.
- Kurang dari atau sama — Digunakan hanya untuk atribut Metrik, operator ini memfilter hasil yang lebih besar dari atau sama dengan angka yang dilewatkan. Misalnya, Anda mungkin memiliki metrik, *Kunjungan*, yang dapat Anda gunakan untuk memfilter hasil hanya dengan pelanggan yang mengunjungi lokasi **3** kali atau kurang.
- Aktif — Gunakan metrik ini untuk memfilter hasil. Misalnya, Anda mungkin memiliki metrik *OptOut*, yang dapat Anda gunakan untuk memfilter hasil hanya dengan pelanggan yang memilih keluar dari daftar distribusi pada *2020/11/09*.

Note

Konsol Amazon Pinpoint menggunakan waktu default 00:00:00 UTC untuk semua filter berbasis waktu. Jika Anda memasukkan tanggal *2020-12-31*, konsol melewati waktu sebagai *2020-12-31T 12:00:00 Z*. Oleh karena itu, jika Anda memiliki beberapa segmen yang melewati tanggal, 2020-12-31 dengan waktu yang berbeda, konsol Amazon Pinpoint mencatat tanggal dan waktu untuk salah satu segmen tersebut *sebagai* *2020-12-31T 12:00:00 Z*.

3. (Opsional) Untuk menerapkan atribut tambahan pada kriteria ini, pilih Tambahkan filter. Untuk membuat grup kriteria segmen lainnya, pilih Tambah kriteria. Untuk membuat grup segmen

kedua, pilih Tambahkan grup segmen lain. Untuk informasi tentang menambahkan grup segmen kedua, lihat [Langkah 6: Tambahkan grup segmen 2](#).

4. Jika Anda selesai menyiapkan segmen ini, pilih Buat segmen.

Langkah 5: Tambahkan kelompok kriteria kedua

Secara opsional tambahkan kelompok kriteria untuk lebih menyempurnakan hasil Anda. Anda akan membuat hubungan antara kelompok kriteria ini dan grup sebelumnya.

Untuk menambahkan kelompok kriteria kedua

1. Pilih Tambahkan kriteria.
2. Buat hubungan antara grup ini dan grup sebelumnya dengan memilih salah satu dari berikut ini:
 - DAN - Segmen hanya berisi audiens yang memenuhi kriteria untuk kedua kelompok kriteria.
 - ATAU - Segmen ini berisi audiens yang memenuhi kriteria di salah satu kelompok kriteria.
 - NOR — Segmen mengecualikan audiens yang sesuai dengan kriteria dari hasil.

The screenshot displays the 'Base segments' configuration page. At the top, there are radio buttons for 'Include any audiences' (selected) and 'Include all audiences'. Below this is a dropdown for 'Include audiences that are in any of the following:' set to 'All segments'. Two dynamic criteria are listed: 'dates' and 'channels'. The 'Criteria - optional' section contains two criteria rows. The first row has 'SMS' as the attribute, an empty operator dropdown, and an empty value field. The second row has 'Country' as the attribute, 'Is' as the operator, and 'US' as the value. A third row is partially visible with 'Select an attribute', 'Select an operator', and 'Enter a value'. A red circle highlights the operator dropdown menu for the third row, which is open and shows 'OR' as the selected option, with 'AND' and 'NOR' also visible.

3. (Opsional) Untuk menambahkan kelompok kriteria lain, pilih Tambahkan kriteria atau, untuk menambahkan grup segmen kedua, pilih Tambahkan grup segmen lain. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Langkah 6: Tambahkan grup segmen 2](#).
4. Jika Anda selesai menyiapkan grup segmen, pilih Buat segmen.

Langkah 6: Tambahkan grup segmen 2

Anda dapat secara opsional membuat grup segmen kedua dan membuat hubungan dengan grup segmen 1. Saat membuat segmen menggunakan konsol Amazon Pinpoint, Anda dapat memiliki maksimal dua grup segmen per segmen. Jika Anda menambahkan grup segmen kedua ke segmen Anda, Anda dapat memilih salah satu dari dua cara untuk menentukan bagaimana kedua grup segmen terhubung:

- Dengan menggunakan logika AND - Jika Anda menggunakan logika AND untuk menghubungkan dua grup segmen, segmen Anda berisi semua titik akhir yang memenuhi semua kriteria di kedua grup segmen.
- Dengan menggunakan logika OR - Jika Anda menggunakan logika OR untuk menghubungkan dua grup segmen, segmen Anda berisi semua titik akhir yang memenuhi semua kriteria di salah satu grup segmen.

Note

Jika Anda menggunakan segmen yang diimpor sebagai segmen dasar untuk grup segmen pertama, Anda tidak dapat membuat grup segmen kedua.

Untuk mengkonfigurasi grup segmen kedua

1. Pilih Tambahkan grup segmen lain.
2. Buat hubungan dengan grup segmen pertama. Jika Anda memilih AND, segmen hanya berisi pelanggan yang memenuhi kriteria untuk kedua grup segmen. Jika Anda memilih OR, segmen tersebut berisi pelanggan yang memenuhi kriteria di salah satu grup segmen. Dalam grup segmen 2 Anda memiliki opsi ketiga untuk Mengecualikan pemirsa. Segmen yang dikecualikan tidak akan dimasukkan dalam hasil. Anda hanya dapat mengecualikan pemirsa di grup segmen 2.

AND ▲
AND
OR

Segment group 2 [Info](#) Delete

A segment group contains filters that you apply to base segments. If you choose an imported segment as a base segment, you can't use other imported segments as base segments nor add an additional segment group.

Base segments [Info](#)

Exclude audiences
 Include any audiences
 Include all audiences

Include audiences that are in **none** of the following: All segments ▼

Criteria - optional [Info](#)

Add criteria

3. Pilih segmen yang ingin Anda sertakan dalam grup segmen 2. Lihat [Langkah 3: Pilih segmen yang akan disertakan dalam grup](#).
4. (Opsional) Pilih kriteria yang ingin Anda gunakan untuk memfilter segmen Anda. Lihat [Langkah 4: Pilih dan konfigurasi kriteria segmen](#).
5. (Opsional) Tambahkan kelompok kriteria tambahan. Lihat [Langkah 5: Tambahkan kelompok kriteria kedua](#).
6. Setelah selesai menyiapkan segmen, pilih Buat segmen.

Mengelola segmen

Anda dapat menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk membuat, melihat, menyalin, dan melakukan tugas manajemen lainnya untuk segmen proyek. Jika Anda membuka segmen untuk melihat pengaturannya, Anda juga dapat dengan cepat membuat kampanye yang menggunakan segmen tersebut. Untuk informasi selengkapnya tentang mengelola segmen, lihat [Membuat segmen](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint


Untuk mengelola segmen

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang berisi segmen yang ingin Anda kelola.
3. Di panel navigasi, pilih Segmen.
4. Dalam daftar segmen, pilih segmen yang ingin Anda kelola.
5. Pada menu Tindakan, pilih salah satu opsi berikut:
 - Lihat detail — Pilih opsi ini untuk menampilkan informasi tentang segmen, termasuk tanggal dan waktu saat segmen dibuat, serta tanggal dan waktu saat segmen terakhir diperbarui.


Saat Anda melihat detail segmen dinamis, Anda juga melihat perkiraan jumlah titik akhir yang memenuhi kriteria segmen, serta grup segmen serta filter yang menentukan segmen. Saat melihat detail segmen yang diimpor, Anda juga melihat jumlah rekaman yang diimpor untuk segmen tersebut. Jika Anda mengimpor segmen dari lokasi Amazon S3, Anda juga melihat detail tentang lokasi tersebut dan nama peran IAM yang digunakan untuk mengimpor segmen dari lokasi tersebut.

- Edit - Pilih opsi ini untuk mengubah pengaturan untuk segmen dinamis.

 Note

Anda tidak dapat mengedit properti segmen yang diimpor.

- Salin ke baru — Pilih opsi ini untuk membuat segmen baru yang merupakan salinan dari segmen yang dipilih. Anda kemudian dapat mengubah pengaturan apa pun di segmen baru, tanpa mengubah segmen aslinya.
- Ekspor - Pilih opsi ini untuk mengeksport segmen ke file di komputer Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Segmen ekspor](#).
- Hapus — Pilih opsi ini untuk menghapus segmen secara permanen. Anda tidak dapat memulihkan segmen setelah Anda menghapusnya.

 Important

Jika Anda menghapus segmen, kampanye aktif apa pun yang menggunakan segmen akan gagal dan berhenti berjalan. Demikian pula, setiap perjalanan aktif yang menggunakan segmen mungkin gagal dan berhenti berjalan. Jika perjalanan terus berjalan, setiap peserta yang merupakan bagian dari segmen dapat dikeluarkan dari perjalanan sebelum waktunya. Sebelum menghapus segmen, sebaiknya Anda

memverifikasi terlebih dahulu bahwa segmen tidak digunakan oleh kampanye atau perjalanan aktif apa pun.

Mengimpor segmen

Dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat menentukan segmen pengguna dengan mengimpor file yang berisi informasi tentang pengguna yang termasuk dalam segmen tersebut. Mengimpor segmen berguna jika Anda menentukan segmen pengguna di luar Amazon Pinpoint tetapi Anda ingin melibatkan pengguna Anda dengan kampanye Amazon Pinpoint.

Tidak seperti segmen dinamis yang Anda buat dengan pembuat segmen di konsol, segmen yang diimpor adalah kumpulan titik akhir atau ID pengguna yang tidak berubah:

Titik Akhir

Tujuan yang dapat Anda kirim pesan, seperti alamat email, pengenalan perangkat seluler, atau nomor ponsel. Definisi titik akhir dapat menyertakan atribut yang menggambarkan pengguna atau perangkat yang Anda kirim pesan. Ini juga dapat menyertakan ID pengguna.

Anda dapat menentukan segmen dengan mengimpor daftar definisi titik akhir. Amazon Pinpoint membuat segmen, dan memperbarui titik akhir apa pun yang sebelumnya Anda tambahkan ke Amazon Pinpoint dengan informasi baru.

ID Pengguna

ID yang mewakili pengguna individu di audiens Anda. ID ini harus ditetapkan ke satu atau beberapa titik akhir. Misalnya, jika seseorang menggunakan aplikasi Anda di lebih dari satu perangkat, aplikasi Anda dapat menetapkan ID pengguna orang tersebut ke titik akhir untuk setiap perangkat.

Anda dapat menentukan segmen dengan mengimpor ID pengguna hanya jika Anda telah menambahkan titik akhir yang terkait dengan ID pengguna ke Amazon Pinpoint.

Segmen yang diimpor terdiri dari titik akhir, ID pengguna, atau kombinasi keduanya. Saat Anda menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan ke segmen, tujuan potensial meliputi:

- Setiap titik akhir yang Anda cantumkan dalam file yang diimpor.
- Setiap titik akhir yang terkait dengan setiap ID pengguna yang Anda cantumkan dalam file yang diimpor.

Saat membuat segmen baru, Anda dapat menggunakan segmen yang diimpor sebagai segmen dasar. Anda kemudian dapat menerapkan filter ke segmen dasar untuk memperbaikinya sesuai dengan kebutuhan Anda.

Pertimbangan segmen impor

Pertimbangkan faktor-faktor berikut saat Anda membuat segmen yang diimpor:

- Saat membuat kampanye, Anda harus memilih segmen. Saat Anda memilih segmen dinamis, Amazon Pinpoint memberikan perkiraan ukuran segmen tersebut. Namun, ketika Anda memilih segmen yang diimpor, Amazon Pinpoint tidak dapat memberikan perkiraan.
- Jika Anda membuat kampanye yang mengirim pesan saat peristiwa tertentu terjadi, Anda tidak dapat menggunakan segmen yang diimpor. Kampanye berbasis peristiwa hanya dapat menggunakan segmen dinamis. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat segmen dinamis, lihat [Membangun segmen](#).

File segmen

Anda menentukan titik akhir atau ID pengguna yang termasuk dalam segmen Anda dalam nilai yang dipisahkan koma (CSV) atau file JSON. Kemudian, Anda mengimpor file ke Amazon Pinpoint untuk membuat segmen.

Saat Anda mengimpor segmen, ingat hal berikut:

- Amazon Pinpoint tidak dapat mengimpor file terkompresi.
- File yang Anda impor harus menggunakan pengkodean karakter UTF-8.
- Jika Anda mengimpor titik akhir baru, ChannelType atribut Address dan diperlukan.
- Jika Anda memperbarui titik akhir yang ada, Id atribut diperlukan untuk setiap titik akhir yang ingin Anda perbarui.
- Definisi titik akhir Anda hanya dapat menyertakan atribut tertentu. Untuk daftarnya, lihat [Atribut yang didukung](#). Selain itu, nama atribut harus 50 atau lebih sedikit karakter. Nilai atribut harus 100 atau lebih sedikit karakter.

Contoh file segmen

Contoh file di bagian ini didasarkan pada data berikut:

Contoh nilai atribut endpoint

ChannelType	Alamat	Lokasi.Ne gara	Demografi .Platform	Demografi s.Make	Pengguna. UserId
SMS	+16045550 182	CA	Android	LG	example-u ser-id-1
APN	1a2b3c4d5 e6f7g8h9i 0j1a2b3c4 d5e6f	AS	iOS	Apple	example-u ser-id-2
Email	john.stil es@exampl e.com	AS	iOS	Apple	example-u ser-id-2
GCM	4d5e6f1a2 b3c4d5e6f 7g8h9i0j1 a2b3c	CN	Android	Google	example-u ser-id-3
Email	wang.xiul an@exampl e.com	CN	Android	OnePlus	example-u ser-id-3

Setiap baris dalam tabel ini mewakili titik akhir individu. Perhatikan bahwa ID pengguna `example-user-id-2` dan masing-masing `example-user-id-3` ditetapkan ke dua titik akhir.

Example File dengan definisi titik akhir

CSV

Anda dapat mengimpor titik akhir yang ditentukan dalam file CSV, seperti pada contoh berikut:

```
ChannelType,Address,Location.Country,Demographic.Platform,Demographic.Make,User.UserId
SMS,+16045550182,CA,Android,LG,example-user-id-1
APNS,1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c4d5e6f,US,iOS,Apple,example-user-id-2
EMAIL,john.stiles@example.com,US,iOS,Apple,example-user-id-2
GCM,4d5e6f1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c,CN,Android,Google,example-user-id-3
```

```
EMAIL,wang.xiulan@example.com,CN,Android,OnePlus,example-user-id-3
```

Baris pertama adalah header, yang berisi atribut endpoint. Untuk daftar lengkap kemungkinan atribut, lihat [Atribut yang didukung](#).

Baris berikutnya menentukan titik akhir dengan memberikan nilai untuk setiap atribut di header.

Untuk memasukkan koma atau tanda kutip ganda dalam suatu nilai, lampirkan nilainya dalam tanda kutip ganda, seperti dalam. "aaa, bbb"

File CSV tidak dapat berisi jeda baris atau tab. Jika file Anda berisi data dengan jeda baris atau tab, data dalam file mungkin tidak diimpor, atau proses impor mungkin gagal.

JSON

Anda dapat mengimpor titik akhir yang ditentukan dalam file JSON yang dibatasi baris baru. Dalam format ini, setiap baris adalah objek JSON lengkap yang berisi definisi titik akhir individual, seperti pada contoh berikut:

```
{"ChannelType":"SMS","Address":"+16045550182","Location":
{"Country":"CA"},"Demographic":{"Platform":"Android","Make":"LG"},"User":
{"UserId":"example-user-id-1"}}
{"ChannelType":"APNS","Address":"1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c4d5e6f","Location":
{"Country":"US"},"Demographic":{"Platform":"iOS","Make":"Apple"},"User":
{"UserId":"example-user-id-2"}}
{"ChannelType":"EMAIL","Address":"john.stiles@example.com","Location":
{"Country":"US"},"Demographic":{"Platform":"iOS","Make":"Apple"},"User":
{"UserId":"example-user-id-2"}}
{"ChannelType":"GCM","Address":"4d5e6f1a2b3c4d5e6f7g8h9i0j1a2b3c","Location":
{"Country":"CN"},"Demographic":{"Platform":"Android","Make":"Google"},"User":
{"UserId":"example-user-id-3"}}
{"ChannelType":"EMAIL","Address":"wang.xiulan@example.com","Location":
{"Country":"CN"},"Demographic":{"Platform":"Android","Make":"OnePlus"},"User":
{"UserId":"example-user-id-3"}}
```

Untuk daftar lengkap kemungkinan atribut, lihat [Atribut yang didukung](#).

Example File dengan ID pengguna

CSV

Anda juga dapat mengimpor ID pengguna yang tercantum dalam file CSV. Untuk memasukkan koma atau tanda kutip ganda dalam suatu nilai, lampirkan nilainya dalam tanda kutip ganda, seperti pada "aaa, bbb".

Jeda baris tidak didukung dalam nilai di CSV. Beberapa ID pengguna untuk satu titik akhir harus dimasukkan pada satu baris dengan masing-masing ID dipisahkan dengan spasi, seperti pada contoh berikut.

```
User.UserId  
example-user-id-1 example-user-id-2 example-user-id-3
```

Baris pertama adalah header, yang harus berisi hanya `User.UserId` atribut.

Baris berikutnya mencantumkan setiap ID pengguna yang termasuk dalam segmen.

Seperti yang Anda lihat dalam definisi titik akhir contoh, ID pengguna `example-user-id-1` dikaitkan dengan satu titik akhir. ID pengguna `example-user-id-2` dan masing-masing `example-user-id-3` terkait dengan dua titik akhir. Oleh karena itu, segmen yang dibuat dengan mengimpor file ini dapat digunakan untuk mengirim pesan hingga lima titik akhir.

JSON

Anda juga dapat mengimpor ID pengguna yang tercantum dalam file JSON yang dibatasi baris baru, seperti pada contoh berikut:

```
{"User":{"UserId":"example-user-id-1"}}  
{"User":{"UserId":"example-user-id-2"}}  
{"User":{"UserId":"example-user-id-3"}}
```

Seperti yang Anda lihat dalam definisi titik akhir contoh, ID pengguna `example-user-id-1` dikaitkan dengan satu titik akhir. ID pengguna `example-user-id-2` dan masing-masing `example-user-id-3` terkait dengan dua titik akhir. Oleh karena itu, segmen yang dibuat dengan mengimpor file ini dapat digunakan untuk mengirim pesan hingga lima titik akhir.

Mengimpor segmen

Ada dua cara untuk mengimpor segmen ke Amazon Pinpoint: Anda dapat mengunggah file langsung dari komputer Anda, atau Anda dapat mengimpor file yang disimpan dalam bucket Amazon S3.

Mengunggah file dari komputer Anda umumnya merupakan metode yang lebih mudah untuk mengimpor segmen, terutama jika Anda sudah memiliki data pelanggan di komputer Anda. Namun, Anda hanya dapat mengimpor 10 file sekaligus, dan Anda hanya dapat mengunggah file yang lebih kecil dari 1 gigabyte (GB).

Jika Anda perlu mengimpor lebih dari 10 file sekaligus, atau jika Anda perlu mengunggah file yang lebih besar dari 1 GB, maka Anda harus mengimpor file dari Amazon S3. Opsi impor Amazon S3 juga berguna jika Anda sudah memiliki proses yang mengirim file data pelanggan ke Amazon S3 untuk penyimpanan.

Bagian ini mencakup prosedur untuk mengimpor segmen dengan menggunakan kedua metode ini.

Mengimpor segmen dengan mengunggah file dari komputer Anda

Anda dapat membuat segmen dengan mengunggah hingga 10 file langsung dari komputer Anda. File yang Anda unggah dapat dalam format CSV atau JSON. Anda dapat mengunggah file dalam kombinasi format apa pun. Misalnya, Anda dapat mengunggah satu file JSON dan tiga file CSV.

Untuk mengimpor segmen

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda tambahkan segmennya.
3. Di panel navigasi, pilih Segmen.
4. Pilih Buat segmen.
5. Di bawah Buat segmen, pilih Impor segmen.
6. Di bawah Metode impor, pilih Unggah file dari komputer Anda.
7. Di bawah File yang akan diimpor, pilih Pilih file. Pilih file atau file yang ingin Anda impor.

Note

Anda juga dapat menyeret file dari file explorer komputer Anda dan menjatuhkannya langsung di area Drop files here.

8. Saat mengunggah file ke Amazon Pinpoint, Anda harus memberikan nama segmen untuk setiap file yang Anda impor. Di bawah Nama segmen, masukkan nama segmen untuk setiap file yang ingin Anda impor, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.

Segment names

Amazon Pinpoint creates a new segment for each file that you import. Specify the segment names below.

High Value Customers.csv (614 Bytes)

Name ✕

Top Users by Activity.json (977 Bytes)

Name ✕

Note

Secara default, Amazon Pinpoint menyediakan nama segmen yang sama dengan nama file yang diimpor, tetapi tanpa ekstensi nama file. Anda dapat mengubah nilai default ini ke nama apa pun.

Anda dapat menggunakan nama yang sama untuk beberapa segmen. Jika Anda melakukannya, Amazon Pinpoint membuat segmen yang berbeda untuk setiap file, dan menetapkan ID unik untuk setiap file. Tanggal pembuatan juga sedikit berbeda untuk setiap file yang Anda impor. Anda dapat menggunakan faktor-faktor ini untuk membedakan antara segmen yang memiliki nama yang sama.

9. Setelah selesai, pilih Buat segmen.

Mengimpor segmen dari file yang disimpan di Amazon S3

Sebelum menggunakan prosedur ini untuk mengimpor segmen, pertama-tama Anda harus membuat bucket Amazon S3 dan mengunggah file ke bucket tersebut. Anda dapat mengatur file untuk segmen yang berbeda ke dalam folder terpisah. Saat Amazon Pinpoint mengimpor titik akhir atau ID pengguna untuk segmen, Amazon Pinpoint menyertakan file dalam semua folder dan subfolder yang termasuk dalam lokasi Amazon S3 yang Anda tentukan.

Untuk pengenalan cara membuat bucket dan mengunggah objek, lihat [Panduan Pengguna Layanan Penyimpanan Sederhana Amazon](#).

Amazon Pinpoint hanya dapat mengimpor satu format file (CSV atau JSON) per segmen, sehingga jalur Amazon S3 yang Anda tentukan hanya boleh berisi file dari satu jenis.

Untuk mengimpor segmen

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda tambahkan segmennya.
3. Di panel navigasi, pilih Segmen.
4. Pilih Buat segmen.
5. Di bawah Buat segmen, pilih Impor segmen.
6. Untuk nama Segmen, masukkan nama untuk segmen Anda agar mudah dikenali nanti.
7. Untuk URL Amazon S3, masukkan lokasi bucket Amazon S3 yang berisi file untuk segmen Anda. Alamat ember harus dalam format berikut:

```
s3://bucket-name/folder-name
```

Amazon Pinpoint mengimpor file dari jalur yang Anda tentukan, dan dari subfolder apa pun di jalur tersebut.

8. Untuk peran IAM, selesaikan salah satu langkah berikut:
 - Jika Anda ingin Amazon Pinpoint membuat peran yang memungkinkannya membaca dari bucket Amazon S3, pilih Buat peran secara otomatis. Kemudian, untuk peran IAM, masukkan nama untuk peran yang Anda buat.
 - Jika Anda telah membuat peran IAM yang memungkinkan Amazon Pinpoint membaca dari bucket Amazon S3, pilih Pilih peran yang ada. Kemudian, untuk peran IAM, pilih peran yang berisi izin yang sesuai.

Jika Anda ingin membuat peran IAM sendiri, lihat peran [IAM untuk mengimpor titik akhir atau segmen](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint. Setelah Anda membuat peran, tentukan di konsol Amazon Pinpoint.

9. Di bawah Jenis file apa yang Anda impor, pilih JavaScript Object Notation (JSON) atau Comma-Separated Values (CSV), tergantung pada format file yang Anda upload ke Amazon S3.
10. Pilih Buat segmen.

Atribut yang didukung

Tabel di bagian ini mencantumkan dan menjelaskan atribut yang dapat Anda tentukan dalam definisi titik akhir yang Anda impor ke Amazon Pinpoint. Jika Anda mengimpor segmen menggunakan file CSV, header dalam file harus cocok dengan nama yang ditampilkan di kolom Atribut.

Untuk file JSON, periode dalam nama atribut menunjukkan bahwa nama yang mengikuti periode adalah objek yang bersarang di objek induk dengan nama yang sama dengan nilai sebelum periode. Misalnya, file JSON yang berisi `Demographic.Model` atribut `Demographic.Make` dan memiliki struktur berikut:

```
{
  ...
  "Demographic": {
    ...
    "Make": "Apple",
    "Model": "iPhone"
    ...
  }
  ...
}
```


Struktur JSON lengkap sangat mirip dengan [contoh permintaan titik akhir](#) di Referensi API Amazon Pinpoint. Namun, tidak semua atribut dalam skema permintaan Endpoint didukung saat Anda mengimpor segmen, termasuk `EndpointStatus` dan `EffectiveDate`

Agar bidang kustom memiliki beberapa nilai di CSV, Anda perlu mereplikasi header dan menyimpan satu nilai per header. Sebagai contoh:


```
...,User.UserId,
  User.UserAttributes.new_multi_field,User.UserAttributes.new_multi_field
...,example-user-id-2,test10,test20
```

Anda dapat mengganti nama atribut yang ditampilkan seperti *custom_attribute* dengan nilai apa pun. Misalnya, jika Anda ingin menyimpan nama depan dan belakang pengguna dalam atribut bernama `FirstName` dan `LastName`, Anda dapat membuat atribut khusus bernama `User.UserAttributes.FirstName` dan `User.UserAttributes.LastName`, masing-masing. Nama atribut dapat berisi hingga 50 karakter. Nilai atribut dapat berisi hingga 100 karakter. Nama atribut peka huruf besar/kecil.

Di JSON atribut kustom perlu diformat di. "Attributes":{"Ride":["Bus"]}]

Atribut	Deskripsi
Address	<p>Alamat tujuan unik untuk pesan atau pemberitahuan push yang Anda kirim ke titik akhir—misalnya, alamat email, nomor telepon, atau token perangkat.</p> <div data-bbox="829 552 1508 913" style="border: 1px solid #add8e6; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p> Note</p> <p>Jika alamat titik akhir adalah nomor telepon, Anda harus menentukannya dalam format E.164. Untuk informasi lebih lanjut tentang format E.164, lihat E.164 di Wikipedia.</p> </div>
Attributes. <i>custom_attribute</i>	<p>Atribut kustom yang menjelaskan titik akhir. Anda dapat menggunakan jenis atribut ini sebagai kriteria pemilihan saat Anda membuat segmen. Anda dapat mengganti <i>custom_attribute</i> dengan nilai apa pun.</p>
ChannelType	<p>Saluran yang akan digunakan saat mengirim pesan atau pemberitahuan push ke titik akhir. Sebagai contoh:</p> <ul style="list-style-type: none"> • APNS— Untuk titik akhir yang dapat menerima pemberitahuan push yang Anda kirim melalui saluran layanan Pemberitahuan Push Apple (APN) ke aplikasi yang berjalan di perangkat iOS. • EMAIL— Untuk titik akhir yang dapat menerima pesan email. • GCM— Untuk titik akhir yang dapat menerima pemberitahuan push yang Anda kirim melalui

Atribut	Deskripsi
	<p>saluran Firebase Cloud Messaging (FCM) ke aplikasi yang berjalan di perangkat Android.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SMS— Untuk titik akhir yang dapat menerima pesan teks SMS.
Demographic.AppVersion	Nomor versi aplikasi yang terkait dengan titik akhir.
Demographic.Locale	<p>Lokal titik akhir, dalam format berikut: kode ISO 639-1 alpha-2, diikuti oleh garis bawah (_), diikuti oleh nilai alfa-2 ISO 3166-1. Misalnya, en_US adalah bahasa Inggris lokal untuk Amerika Serikat.</p>
Demographic.Make	Produsen perangkat endpoint, seperti apple atau samsung.
Demographic.Model	Nama model atau nomor perangkat titik akhir, seperti iPhone atau SM-G900F.
Demographic.ModelVersion	Versi model perangkat endpoint.
Demographic.Platform	Sistem operasi pada perangkat endpoint, seperti ios atau android.
Demographic.PlatformVersion	Versi sistem operasi pada perangkat endpoint.

Atribut	Deskripsi						
Demographic.Timezone	<p>Zona waktu titik akhir, sebagai nilai database tz. Misalnya, <code>America/Los_Angeles</code> untuk Waktu Pasifik (Amerika Utara).</p> <div data-bbox="829 401 1507 1192" style="border: 1px solid #add8e6; border-radius: 10px; padding: 10px;"> <p> Note</p> <p>Zona waktu berikut tidak lagi didukung dan secara otomatis dipetakan ulang ke zona waktu yang didukung.</p> <table border="1" data-bbox="911 684 1474 1163"> <thead> <tr> <th>Zona waktu</th> <th>Zona waktu yang dipetakan ulang</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Canada/East-Saskatchewan</td> <td>America/Managua</td> </tr> <tr> <td>US/Pacific-New</td> <td>America/Los_Angeles</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Zona waktu	Zona waktu yang dipetakan ulang	Canada/East-Saskatchewan	America/Managua	US/Pacific-New	America/Los_Angeles
Zona waktu	Zona waktu yang dipetakan ulang						
Canada/East-Saskatchewan	America/Managua						
US/Pacific-New	America/Los_Angeles						
EffectiveDate	Tanggal dan waktu ketika titik akhir terakhir diperbarui, dalam format ISO 8601 . Misalnya, <code>2019-08-23T10:54:35.220Z</code> untuk 10:54 UTC 23 Agustus 2019.						
Id	Pengidentifikasi unik untuk titik akhir.						
Location.City	Kota tempat titik akhir berada.						
Location.Country	Kode dua karakter, dalam format ISO 3166-1 alpha-2 , untuk negara atau wilayah tempat titik akhir berada. Misalnya, <code>US</code> untuk Amerika Serikat.						

Atribut	Deskripsi
<code>Location.Latitude</code>	Koordinat lintang lokasi titik akhir, dibulatkan ke satu tempat desimal.
<code>Location.Longitude</code>	Koordinat bujur dari lokasi titik akhir, dibulatkan ke satu tempat desimal.
<code>Location.PostalCode</code>	Kode pos atau ZIP untuk area di mana titik akhir berada.
<code>Location.Region</code>	Nama wilayah, seperti negara bagian atau provinsi, tempat titik akhir berada.
<code>Metrics.<i>custom_attribute</i></code>	<p>Metrik numerik kustom yang dilaporkan aplikasi Anda ke Amazon Pinpoint untuk titik akhir—misalnya, jumlah sesi atau jumlah item yang tersisa dalam troli—untuk digunakan untuk tujuan segmentasi. Anda dapat mengganti <i>custom_attribute</i> dengan nilai apa pun.</p> <p>Nilai kustom ini hanya bisa numerik. Karena numerik, Amazon Pinpoint dapat melakukan operasi aritmatika, seperti rata-rata atau jumlah, pada mereka.</p>
<code>OptOut</code>	Menunjukkan apakah pengguna memilih untuk tidak menerima pesan dan pemberitahuan push dari Anda. Nilai yang dapat diterima adalah: ALL, pengguna memilih keluar dan tidak ingin menerima pesan atau pemberitahuan push apa pun; atau NONE,, pengguna belum memilih keluar dan ingin menerima semua pesan dan pemberitahuan push.
<code>RequestId</code>	Pengidentifikasi unik untuk permintaan terbaru untuk memperbarui titik akhir.

Atribut	Deskripsi
User.UserAttributes. <i>custom_attribute</i>	Atribut kustom yang menggambarkan pengguna. Anda dapat mengganti <i>custom_attribute</i> dengan nilai apa pun, seperti <code>FirstName</code> atau <code>Age</code> .
User.UserId	Pengidentifikasi unik untuk pengguna.

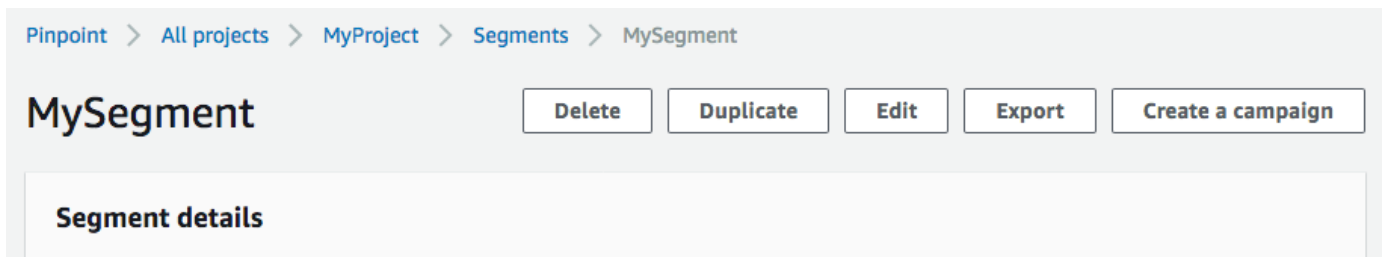
Anda dapat membuat sebanyak 250 atribut khusus untuk titik akhir dan pengguna di setiap proyek. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Kuota Amazon Pinpoint](#) dalam Panduan Developer Amazon Pinpoint.

Mengekspor segmen di konsol Amazon Pinpoint

DariSegmenhalaman di konsol Amazon Pinpoint, Anda dapat mengekspor segmen yang ada ke file di komputer Anda. Ketika Anda melakukannya, Amazon Pinpoint mengekspor semua informasi yang terkait dengan titik akhir di segmen ke file.

Fitur ini berguna jika Anda ingin membagikan daftar anggota segmen dengan orang lain di organisasi Anda yang tidak menggunakan Amazon Pinpoint. Ini juga membantu dalam situasi di mana Anda ingin memodifikasi segmen dengan menggunakan aplikasi yang berbeda.

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. PadaSemua proyekHalaman, pilih proyek yang berisi segmen yang ingin Anda ekspor.
3. Di panel navigasi, pilihSegmen.
4. Dalam daftar segmen, pilih segmen yang ingin Anda ekspor.
5. Di bagian atas halaman, pilihEkspor, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut.



6. Amazon Pinpoint menciptakan pekerjaan ekspor baru, dan Anda melihatEkspor terbaru tab padaSegmenhalaman.

Perhatikan nilai dalam Ekspor status kolom untuk segmen yang Anda ekspor. Ketika Anda pertama kali membuat pekerjaan ekspor, statusnya adalah Sedang berlangsung.

Tunggu beberapa menit, lalu

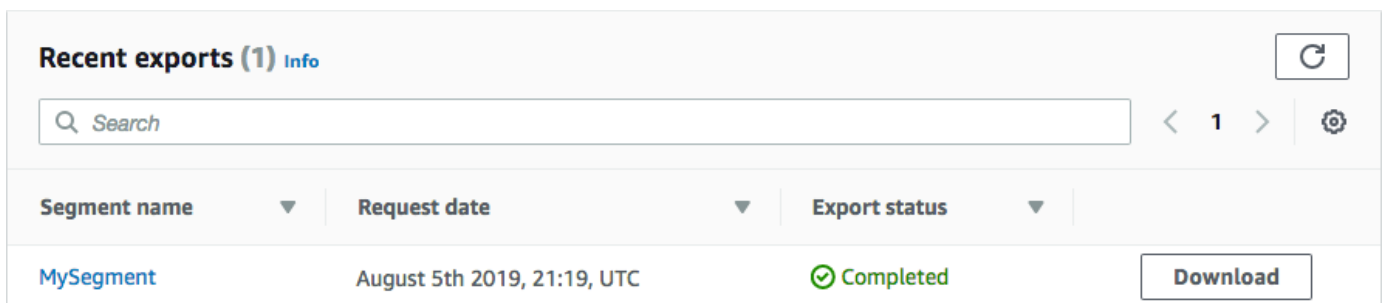
pilih menyegarkan 


Jika statusnya masih Sedang berlangsung, tunggu sebentar lagi, lalu ulangi langkah ini. Jika tidak, jika statusnya Lengkap, lanjutkan ke langkah berikutnya.

Note

Jika segmen membutuhkan lebih dari 10 menit untuk menyelesaikan, proses ekspor kali keluar. Jika Anda perlu mengekspor segmen yang sangat besar, Anda harus menggunakan [CreateExportJob](#) operasi di API Amazon Pinpoint.

7. Pilih Unduh untuk menyimpan segmen ke komputer Anda, seperti yang ditunjukkan pada citra berikut.



Recent exports (1) Info			
<input type="text" value="Search"/>			
Segment name	Request date	Export status	
MySegment	August 5th 2019, 21:19, UTC	 Completed	Download

Kampanye Amazon Pinpoint

Kampanye adalah inisiatif pengiriman pesan yang melibatkan [segmen](#) audiens tertentu. Kampanye mengirimkan pesan yang disesuaikan sesuai dengan jadwal yang Anda tentukan. Anda dapat menggunakan konsol untuk membuat kampanye yang mengirim pesan melalui saluran tunggal apa pun yang didukung oleh Amazon Pinpoint: push seluler, dalam aplikasi, email, SMS, atau saluran khusus.

Misalnya, untuk membantu meningkatkan keterlibatan antara aplikasi seluler dan penggunanya, Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk membuat dan mengelola kampanye pemberitahuan push yang menjangkau pengguna aplikasi tersebut. Kampanye Anda mungkin mengundang pengguna kembali ke aplikasi Anda yang belum menjalankannya baru-baru ini atau menawarkan promosi khusus kepada pengguna yang belum membeli baru-baru ini.

Kampanye Anda dapat mengirim pesan ke semua pengguna di segmen, atau Anda dapat mengalokasikan penahanan, yang merupakan persentase pengguna yang tidak menerima pesan. Segmen dapat berupa segmen yang Anda buat di halaman Segmen atau yang Anda tentukan saat Anda membuat kampanye.

Anda dapat mengatur jadwal kampanye untuk mengirim pesan sekali atau pada frekuensi berulang, seperti sekali per minggu. Anda juga dapat mengatur kampanye untuk mengirim pesan saat peristiwa tertentu terjadi. Misalnya, Anda dapat mengirim kampanye saat pengguna membuat akun baru, atau ketika pelanggan menambahkan item ke keranjang belanja mereka, tetapi tidak menyelesaikan pembelian mereka. Untuk mencegah pengguna menerima pesan Anda pada waktu yang tidak nyaman, Anda juga dapat mengonfigurasi kampanye agar mereka tidak mengirim pesan selama jam tenang tertentu.

Untuk bereksperimen dengan strategi kampanye alternatif, siapkan kampanye Anda sebagai tes A/B. Tes A/B mencakup dua atau lebih perawatan pesan atau jadwal. Perawatan adalah variasi dari pesan atau jadwal Anda. Saat pengguna merespons kampanye, Anda dapat melihat analitik kampanye untuk membandingkan efektivitas setiap perlakuan.

Jika Anda ingin mengirim pesan satu kali tanpa melibatkan segmen pengguna atau menentukan jadwal, Anda cukup [mengirim pesan langsung](#) alih-alih membuat kampanye.

Topik

- [Langkah 1: Buat kampanye](#)
- [Langkah 2: Tentukan audiens untuk kampanye](#)

- [Langkah 3: Konfigurasi pesan](#)
- [Langkah 4: Pilih kapan harus mengirim kampanye](#)
- [Langkah 5: Tinjau dan luncurkan kampanye](#)
- [Mengelola kampanye](#)

Langkah 1: Buat kampanye

Langkah pertama dalam menyiapkan kampanye adalah membuat kampanye baru. Saat membuat kampanye baru, beri nama kampanye, tentukan apakah kampanye tersebut harus kampanye standar atau kampanye pengujian A/B, dan pilih saluran yang ingin Anda gunakan untuk mengirim kampanye.

Untuk mulai membuat kampanye

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek tempat Anda ingin membuat kampanye.
3. Di panel navigasi, pilih Kampanye.
4. Pilih Buat kampanye.
5. Untuk nama Kampanye, masukkan nama deskriptif untuk kampanye. Menggunakan nama deskriptif membuatnya lebih mudah untuk menemukan atau mencari kampanye nanti.
6. Untuk jenis Kampanye, pilih salah satu opsi berikut:
 - Kampanye standar — Mengirim pesan ke segmen pada jadwal yang Anda tentukan.
 - Kampanye pengujian A/B — Berperilaku seperti kampanye standar, tetapi memungkinkan Anda menentukan perlakuan yang berbeda untuk pesan atau jadwal kampanye. Dalam kampanye pengujian A/B, Anda membuat beberapa versi pesan atau jadwal untuk membandingkan kinerjanya.
7. Di bawah Pilih saluran untuk kampanye ini, pilih saluran yang ingin Anda gunakan untuk mengirim kampanye.

Note

Anda hanya dapat memilih satu saluran. Anda hanya dapat memilih saluran yang diaktifkan untuk proyek saat ini. Saluran Kustom diaktifkan untuk semua proyek secara default.

8. Jika Anda memilih In-app messaging pada langkah sebelumnya, pilih Prioritisasi untuk pesan dalam aplikasi. Nilai yang Anda pilih menentukan pesan mana yang ditampilkan sebagai respons terhadap peristiwa pemicu.

Jika Anda memilih jenis pesan yang berbeda, lanjutkan ke langkah berikutnya.

9. Pilih Berikutnya.

Selanjutnya

[Langkah 2: Tentukan audiens untuk kampanye](#)

Langkah 2: Tentukan audiens untuk kampanye

Saat membuat kampanye, Anda memilih segmen untuk mengirim kampanye tersebut. Segmen adalah sekelompok pelanggan Anda yang berbagi atribut tertentu. Misalnya, segmen mungkin berisi semua pelanggan yang menggunakan versi 2.0 aplikasi Anda di perangkat Android, atau semua pelanggan yang tinggal di kota Los Angeles.

Prasyarat

Sebelum Anda mulai, selesaikan [Langkah 1: Buat kampanye](#).

Untuk menentukan segmen

1. Pada halaman Pilih segmen, pilih salah satu opsi berikut:
 - Gunakan segmen yang sudah ada — Pilih opsi ini jika Anda sudah membuat segmen dan siap mengirim kampanye ke segmen tersebut.
 - Buat segmen — Pilih opsi ini jika Anda belum membuat segmen apa pun, atau jika Anda ingin membuat segmen baru untuk kampanye ini. Jika Anda memilih opsi ini, buat segmen dengan menyelesaikan prosedur di [Membangun segmen](#).

Note

Jika Anda ingin mengirim kampanye Anda ketika peristiwa tertentu terjadi (sebagai lawan mengirimnya pada waktu tertentu), Anda harus menggunakan segmen dinamis (sebagai lawan dari segmen yang diimpor). Untuk mempelajari selengkapnya, lihat [Membangun segmen](#).

2. (Opsional) Di bawah Penangguhan segmen, tentukan persentase anggota segmen yang seharusnya tidak menerima kampanye ini. Amazon Pinpoint memilih jumlah anggota segmen yang sesuai secara acak, dan menghilangkannya dari kampanye.

Anda dapat menggunakan fitur ini untuk melakukan pengujian penahanan. Dalam tes penangguhan, Anda menghilangkan kelompok sampel penerima acak, dan kemudian membandingkan perilaku mereka (misalnya, jumlah pembelian yang mereka lakukan) terhadap perilaku pelanggan yang menerima kampanye. Dengan cara ini, Anda dapat menentukan efektivitas kampanye Anda.

Selanjutnya

[Langkah 3: Konfigurasi pesan](#)

Langkah 3: Konfigurasi pesan

Setelah menentukan segmen target untuk kampanye, Anda dapat mengonfigurasi pesan untuk kampanye.

Jika Anda membuat kampanye sebagai kampanye standar, Anda mengonfigurasi satu pesan. Jika Anda mengatur kampanye sebagai kampanye pengujian A/B, Anda menentukan dua atau lebih perawatan. Perlakuan adalah variasi dari pesan Anda yang dikirim kampanye ke berbagai bagian segmen.

Prasyarat

Sebelum Anda mulai, selesaikan [Langkah 2: Tentukan audiens untuk kampanye](#).

Siapkan kampanye

1. Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), tentukan persentase anggota segmen yang harus menerima setiap perlakuan. Kampanye tes A/B dapat mencakup hingga lima perawatan. Pilih Tambahkan perawatan lain untuk menambahkan perawatan tambahan.
2. Pada halaman Buat pesan Anda, konfigurasi pesan untuk kampanye. Opsi pesan bervariasi tergantung pada saluran yang Anda pilih untuk kampanye.

Jika Anda membuat kampanye email, lihat [Mengkonfigurasi pesan email](#).

Jika Anda membuat kampanye dalam aplikasi, lihat [Mengonfigurasi pesan dalam aplikasi](#).

Jika Anda membuat kampanye SMS, lihat [Mengkonfigurasi pesan SMS](#).

Jika Anda membuat kampanye pemberitahuan push, lihat [Mengkonfigurasi pemberitahuan push](#).

Jika Anda membuat kampanye yang mengirim pesan melalui saluran khusus, lihat [Mengonfigurasi pesan saluran khusus](#).

Mengkonfigurasi pesan email

Untuk mengkonfigurasi pesan email

1. Pilih tingkat prioritas untuk halaman Buat pesan Anda, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk mendesain dan menulis pesan baru untuk kampanye, pilih Buat pesan email baru.
 - Untuk membuat pesan yang didasarkan pada template email:
 1. Pilih Pilih templat email yang ada, lalu pilih Pilih templat.
 2. Jelajahi template yang ingin Anda gunakan. Saat Anda memilih templat dari daftar, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. (Versi aktif biasanya versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan, tergantung pada alur kerja Anda.)
 3. Ketika Anda menemukan template yang Anda inginkan, pilih itu, lalu pilih Pilih template.
 4. Di bawah versi Template, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint memperbarui pesan secara otomatis untuk menyertakan perubahan apa pun yang mungkin Anda buat pada templat sebelum pesan dikirim. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).
 5. Setelah Anda selesai memilih opsi templat untuk pesan tersebut, lewati ke langkah 5.
2. Untuk Subjek, masukkan baris subjek untuk pesan email Anda.
3. Untuk Pesan, masukkan badan email.

Tip

Anda dapat memasukkan badan email dengan menggunakan tampilan HTML atau Desain. Dalam tampilan HTML, Anda dapat memasukkan konten HTML secara manual untuk badan email, termasuk fitur seperti pemformatan dan tautan. Dalam tampilan Desain, Anda dapat menggunakan editor teks kaya dengan bilah alat pemformatan untuk

menerapkan fitur pemformatan seperti tautan. Untuk beralih tampilan, pilih HTML atau Desain dari pemilih tampilan di atas editor pesan.

4. (Opsional) Di bidang di bawah editor pesan, masukkan konten yang ingin Anda tampilkan di badan pesan yang dikirim ke penerima yang aplikasi emailnya tidak menampilkan HTML.
5. Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), ulangi langkah-langkah di bagian ini untuk setiap perawatan. Anda dapat beralih di antara perawatan dengan menggunakan tab di bagian atas detail Email.
6. Untuk alamat email Pengirim, pilih alamat email terverifikasi yang digunakan untuk mengatur saluran email.
7. Pilih ke mana Anda ingin mengirim pesan pengujian. Ini bisa menjadi segmen yang ada hingga sepuluh alamat email atau ID titik akhir.
8. Pilih Berikutnya.

Mengonfigurasi pesan dalam aplikasi

Gunakan pesan dalam aplikasi untuk mengirim pesan yang ditargetkan ke pengguna aplikasi Anda. Pesan dalam aplikasi sangat dapat disesuaikan. Mereka dapat menyertakan tombol yang membuka situs web atau membawa pengguna ke bagian tertentu dari aplikasi Anda. Anda dapat mengonfigurasi warna latar belakang dan teks, memposisikan teks, dan menambahkan gambar ke notifikasi. Anda dapat mengirim satu pesan, atau membuat koresel yang berisi hingga lima pesan unik yang dapat digulir oleh pengguna Anda.

Saat membuat pesan dalam aplikasi, Anda dapat memilih untuk membuat kampanye dari templat yang ada atau membuat pesan baru.

Jika Anda memilih untuk membuat kampanye pengujian A/B, Anda dapat menerapkan template yang berbeda untuk setiap perlakuan. Kampanye pengujian A/B dapat berisi hingga lima perawatan berbeda.

1. Pada halaman Buat pesan Anda, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk membuat pesan baru untuk kampanye, pilih Buat pesan dalam aplikasi baru, lalu lanjutkan ke langkah 2.
 - Untuk membuat pesan yang didasarkan pada templat dalam aplikasi yang ada, lakukan hal berikut:
 1. Pilih Pilih templat pesan dalam aplikasi yang ada, lalu pilih Pilih templat.

2. Pilih template yang ingin Anda gunakan. Saat Anda memilih templat dari daftar, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. Versi aktif biasanya versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan.
 3. Saat Anda menemukan templat yang ingin Anda gunakan, pilih templat tersebut, lalu pilih Pilih templat.
 4. Di bawah Versi templat, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint memperbarui pesan secara otomatis untuk menyertakan perubahan yang dibuat pada templat sebelum pesan dikirim. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).
 5. Setelah Anda selesai memilih opsi templat untuk pesan, lanjutkan ke langkah 11.
2. Di bagian Detail pesan dalam aplikasi, di bawah Tata Letak, pilih jenis tata letak untuk pesan tersebut. Anda dapat memilih dari opsi berikut:
 - Spanduk atas — pesan yang muncul sebagai spanduk di bagian atas halaman.
 - Spanduk bawah — pesan yang muncul sebagai spanduk di bagian bawah halaman.
 - Spanduk tengah — pesan yang muncul sebagai spanduk di tengah halaman.
 - Layar penuh — pesan yang mencakup seluruh layar.
 - Modal — pesan yang muncul di jendela di depan halaman.
 - Carousel - tata letak digulir hingga lima pesan unik.
 3. Di bawah Header, konfigurasi judul yang muncul di awal pesan. Jika Anda membuat pesan Carousel, Anda harus membuat pesan pertama untuk Carousel, yang mencakup header.
 - a. Untuk teks Header untuk ditampilkan di spanduk. Anda dapat memasukkan hingga 64 karakter.
 - b. Untuk warna teks Header, pilih warna teks untuk header. Anda dapat secara opsional memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 - c. Untuk penyalarsan Header, pilih apakah Anda ingin teks menjadi Kiri, Tengah, atau Kanan dibenarkan.
 4. Di bawah Pesan, konfigurasi isi pesan.
 - a. Untuk Pesan, masukkan teks isi untuk pesan tersebut. Pesan dapat berisi hingga 150 karakter.
 - b. Untuk warna Teks, pilih warna teks untuk badan pesan. Anda dapat secara opsional memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.

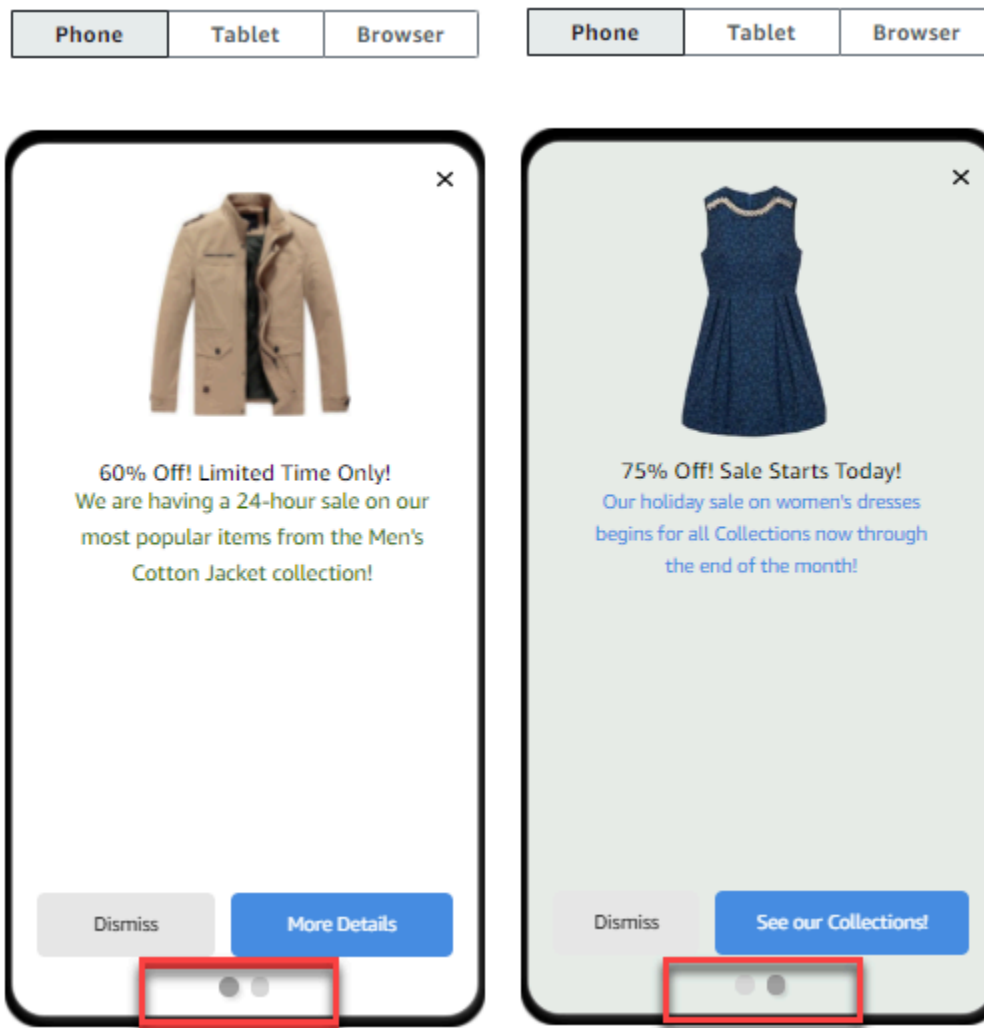
- c. Untuk perataan Teks, pilih apakah Anda ingin teks menjadi Kiri, Tengah, atau Kanan dibenarkan.
5. (Opsional) Ubah warna latar belakang pesan. Di bawah Latar Belakang, pilih warna latar belakang untuk pesan. Anda dapat secara opsional memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
6. (Opsional) Tambahkan gambar ke pesan. Di bawah URL gambar, masukkan URL gambar yang ingin Anda tampilkan dalam pesan. Hanya file.jpg dan.png yang diterima. Dimensi gambar tergantung pada jenis pesan:
 - Untuk Banner, gambar harus 100 piksel kali 100 piksel, atau rasio aspek 1:1.
 - Untuk Carousel, gambar harus 300 piksel kali 200 piksel, atau rasio aspek 3:2.
 - Untuk pesan Fullscreen, gambar harus 300 piksel kali 200 piksel, atau rasio aspek 3:2.
7. (Opsional) Tambahkan tombol ke pesan. Di bawah tombol Primer, lakukan hal berikut:
 - a. Pilih Tambahkan tombol utama.
 - b. Untuk teks Tombol, masukkan teks yang akan ditampilkan pada tombol. Anda dapat memasukkan hingga 64 karakter.
 - c. (Opsional) Untuk warna teks Tombol, pilih warna untuk teks tombol. Anda dapat secara opsional memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 - d. (Opsional) Untuk warna Latar Belakang, pilih warna latar belakang untuk tombol. Anda dapat secara opsional memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 - e. (Opsional) Untuk radius Border, masukkan nilai radius. Nilai yang lebih rendah menghasilkan sudut yang lebih tajam, sementara angka yang lebih tinggi menghasilkan sudut yang lebih bulat.
 - f. Di bawah Tindakan, pilih peristiwa yang terjadi saat pengguna mengetuk tombol:
 - Tutup - Menolak pesan.
 - Buka URL — Membuka situs web.
 - Buka tautan dalam — Membuka aplikasi atau membuka tempat tertentu di aplikasi.

Jika Anda ingin perilaku tombol berbeda untuk jenis perangkat yang berbeda, Anda dapat mengganti tindakan default. Di bawah Tindakan, gunakan tab untuk memilih jenis perangkat yang ingin Anda ubah perilaku tombolnya. Misalnya, pilih iOS untuk mengubah perilaku tombol untuk perangkat iOS. Selanjutnya, pilih Ganti tindakan default. Akhirnya, tentukan tindakan.

8. (Opsional) Tambahkan tombol sekunder ke pesan. Di bawah tombol Sekunder, pilih Tambahkan tombol sekunder. Ikuti prosedur pada langkah sebelumnya untuk mengkonfigurasi tombol sekunder.
9. (Opsional) Tambahkan data khusus ke pesan. Data kustom adalah pasangan nilai kunci yang dikirimkan bersama pesan Anda. Misalnya, Anda mungkin ingin meneruskan kode promosi bersama dengan pesan Anda. Jika mengirim pesan carousel, Anda dapat menambahkan data kustom ke setiap pesan carousel. Untuk menambahkan data kustom, lakukan hal berikut:
 - a. Di bawah Data kustom, pilih Tambahkan item baru.
 - b. Masukkan Kunci. Misalnya, ini mungkin *PromoCode*.
 - c. Masukkan Nilai untuk kunci. Anda *PromoCode* mungkin *12345*.
 - d. Ketika pesan dikirim, kode *12345* disertakan dalam pesan Anda.
 - e. Untuk menambahkan lebih banyak pasangan kunci-nilai, pilih Tambahkan item baru. Anda dapat menambahkan hingga 10 pasangan nilai kunci ke pesan. Setelah Anda selesai menambahkan data khusus, lanjutkan ke langkah berikutnya.
10. Jika pesan Anda adalah korsel, Anda dapat menambahkan hingga empat pesan unik lainnya. Untuk menambahkan pesan ke carousel, perluas bagian ikhtisar Carousel. Selanjutnya, pilih Tambahkan pesan baru. Ulangi langkah sebelumnya untuk mengonfigurasi pesan.

Saat Anda menambahkan pesan ke carousel, halaman Pratinjau diperbarui dengan menampilkan ikon di bagian bawah halaman yang menunjukkan jumlah pesan yang disertakan dalam carousel.

Gambar berikut menunjukkan korsel dengan dua pesan:



11. (Opsional) Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), ulangi langkah-langkah di bagian ini untuk setiap perawatan. Anda dapat beralih di antara perawatan dengan menggunakan tab di bagian atas templat pesan dalam aplikasi.


12. Pilih Berikutnya.

Mengkonfigurasi pesan SMS

⚠ Important

Jika Anda mengirim pesan SMS ke penerima di India menggunakan ID Pengirim, Anda harus menyelesaikan langkah-langkah tambahan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Persyaratan khusus untuk mengirim pesan SMS ke penerima di India](#).

Untuk mengkonfigurasi pesan SMS


1. Pada halaman Buat pesan Anda, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk merancang dan menulis pesan baru untuk kampanye, pilih Buat pesan SMS baru, lalu lanjutkan ke langkah 2.
 - Untuk membuat pesan yang didasarkan pada template SMS, lakukan hal berikut:
 1. Pilih Pilih templat SMS yang ada, lalu pilih Pilih templat.
 2. Pilih template yang ingin Anda gunakan. Saat Anda memilih templat dari daftar, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. Versi aktif biasanya versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan.
 3. Ketika Anda menemukan template yang Anda inginkan, pilih itu, lalu pilih Pilih template.
 4. Di bawah Versi templat, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint memperbarui pesan secara otomatis untuk menyertakan perubahan yang dibuat pada templat sebelum pesan dikirim. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).
 5. Setelah Anda selesai memilih opsi templat untuk pesan, lanjutkan ke langkah 6.
 2. Di bagian Pengaturan SMS, untuk jenis Pesan, pilih salah satu dari berikut ini:
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting, seperti pesan pemasaran.
 - Transaksional — Pesan penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti kata sandi satu kali untuk otentikasi multi-faktor.
-  Note
- Pengaturan tingkat kampanye ini mengesampingkan jenis pesan default Anda, yang Anda tetapkan pada halaman pengaturan SMS.

4. (Opsional) Untuk ID Pengirim, masukkan ID Pengirim alfanumerik yang ingin Anda gunakan untuk mengirim pesan ini.

 Important

ID pengirim hanya didukung di negara tertentu. Di beberapa negara, Anda harus mendaftarkan ID Pengirim Anda ke pemerintah atau badan pengatur sebelum dapat menggunakannya. Anda hanya boleh menentukan ID Pengirim jika mengetahui bahwa ID Pengirim didukung di negara penerima. Untuk informasi selengkapnya tentang ketersediaan dan persyaratan ID Pengirim, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

5. Untuk Pesan, masukkan isi pesan.

 Tip

Pesan SMS dapat berisi sejumlah karakter terbatas. Pesan panjang dibagi menjadi beberapa bagian pesan, dan Anda dikenakan biaya secara terpisah untuk masing-masing bagian tersebut. Jumlah maksimum karakter yang dapat Anda sertakan tergantung pada karakter yang Anda gunakan dalam pesan Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#).

6. (Opsional) Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), ulangi langkah-langkah di bagian ini untuk setiap perawatan. Anda dapat beralih di antara perawatan dengan menggunakan tab di bagian atas detail SMS.
7. Pilih Berikutnya.

Mengkonfigurasi pemberitahuan push

Untuk mengonfigurasi pemberitahuan push

1. Pada halaman Buat pesan Anda, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk mendesain dan menulis pesan baru untuk kampanye, pilih Buat pemberitahuan push baru.
 - Untuk membuat pesan yang didasarkan pada templat pemberitahuan push:
 1. Pilih Pilih templat pemberitahuan push yang ada, lalu pilih Pilih templat.

2. Jelajahi template yang ingin Anda gunakan. Saat Anda memilih templat dari daftar, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. (Versi aktif biasanya versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan, tergantung pada alur kerja Anda.)
 3. Ketika Anda menemukan template yang Anda inginkan, pilih itu, lalu pilih Pilih template.
 4. Di bawah versi Template, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint memperbarui pesan secara otomatis untuk menyertakan perubahan apa pun yang mungkin Anda buat pada templat sebelum pesan dikirim. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).
 5. Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), ulangi langkah-langkah di bagian ini untuk setiap perawatan. Anda dapat beralih di antara perawatan dengan menggunakan tab di bagian atas detail pemberitahuan Push.
 6. Setelah selesai, pilih Selanjutnya.
2. Untuk jenis Notifikasi, tentukan jenis pesan yang ingin Anda kirim:
- Notifikasi standar — Pemberitahuan push yang memiliki judul, badan pesan, dan konten dan pengaturan lainnya. Penerima diberitahu oleh perangkat seluler mereka ketika mereka menerima pesan.
 - Pemberitahuan senyap — Pasangan nilai atribut JSON kustom yang dikirimkan Amazon Pinpoint ke aplikasi Anda tanpa menghasilkan notifikasi di perangkat penerima. Gunakan notifikasi senyap untuk mengirim data yang dirancang untuk diterima dan ditangani oleh aplikasi Anda. Misalnya, Anda dapat menggunakan notifikasi senyap untuk memperbarui konfigurasi aplikasi atau menampilkan pesan di pusat pesan dalam aplikasi.
 - Pesan mentah — Pemberitahuan push yang menentukan semua konten dan pengaturan notifikasi sebagai objek JSON. Gunakan pesan mentah untuk kasus seperti mengirim data kustom ke aplikasi untuk diproses oleh aplikasi tersebut, bukan layanan pemberitahuan push.
- Jika Anda memilih opsi Pesan mentah, editor pesan menampilkan garis besar kode yang akan digunakan untuk pesan. Di editor pesan, masukkan konten dan pengaturan yang ingin Anda gunakan untuk setiap layanan pemberitahuan push, termasuk pengaturan opsional apa pun—seperti gambar, suara, dan tindakan—yang ingin Anda tentukan. Untuk informasi selengkapnya, lihat dokumentasi untuk layanan pemberitahuan push yang Anda gunakan. Setelah Anda memasukkan semua konten pesan mentah, ulangi langkah ini untuk setiap perawatan, jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B. Setelah selesai, pilih Selanjutnya.

Untuk membuat notifikasi standar

Untuk membuat notifikasi standar

1. Untuk Judul, masukkan judul yang ingin Anda tampilkan di atas pesan.
2. Untuk Tubuh, masukkan badan pesan. Pemberitahuan push Anda dapat memiliki hingga 200 karakter. Penghitung karakter di bawah bidang menghitung mundur dari 200 saat Anda menambahkan karakter ke pesan.
3. Untuk Tindakan, pilih tindakan yang ingin Anda lakukan saat penerima menyetujui notifikasi:
 - Buka aplikasi Anda — Aplikasi Anda diluncurkan, atau menjadi aplikasi latar depan jika dikirim ke latar belakang.
 - Pergi ke URL — Browser seluler default pada perangkat penerima diluncurkan dan membuka halaman web di URL yang Anda tentukan. Misalnya, tindakan ini dapat berguna untuk mengirim pengguna ke posting blog.
 - Buka tautan dalam — Aplikasi Anda terbuka ke halaman atau komponen tertentu di aplikasi. Misalnya, tindakan ini dapat berguna untuk mengarahkan pengguna ke promosi khusus untuk pembelian dalam aplikasi.
4. (Opsional) Di bawah URL Media, masukkan URL untuk file media apa pun yang ingin Anda tampilkan di notifikasi push. URL harus dapat diakses publik sehingga layanan pemberitahuan push untuk Android atau iOS dapat mengambil gambar.
5. Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), ulangi langkah-langkah di bagian ini untuk setiap perawatan. Anda dapat beralih di antara perawatan dengan menggunakan tab di bagian atas detail pemberitahuan Push.
6. Pilih Berikutnya.

Untuk membuat notifikasi senyap

Untuk membuat notifikasi senyap

1. Untuk Pesan, masukkan konten pesan dalam format JSON. Konten pesan yang tepat bervariasi tergantung pada layanan notifikasi yang Anda gunakan dan nilai yang diharapkan diterima aplikasi Anda.
2. Jika Anda membuat kampanye ini sebagai kampanye pengujian A/B (sebagai lawan dari kampanye standar), ulangi langkah-langkah di bagian ini untuk setiap perawatan. Anda dapat beralih di antara perawatan dengan menggunakan tab di bagian atas detail pemberitahuan Push.

3. Pilih Berikutnya.

Mengonfigurasi pesan saluran khusus

Bagian ini berisi informasi tentang mengonfigurasi kampanye untuk mengirim pesan menggunakan saluran khusus. Anda dapat menggunakan saluran khusus untuk mengirim pesan ke pelanggan Anda melalui layanan apa pun yang memiliki fungsi API atau pengait web, termasuk layanan pihak ketiga.

Mengirim pesan khusus menggunakan fungsi Lambda

Untuk mengirim pesan melalui layanan yang memiliki API, Anda harus membuat AWS Lambda fungsi yang memanggil API. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat fungsi ini, lihat [Membuat saluran khusus](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Untuk mengonfigurasi saluran khusus yang menggunakan fungsi Lambda untuk memanggil API

1. Pada halaman Buat pesan Anda, untuk Pilih jenis saluran pesan kustom Anda, pilih fungsi Lambda.
2. Untuk fungsi Lambda, pilih nama fungsi Lambda yang ingin Anda jalankan saat kampanye berjalan.
3. Untuk opsi Endpoint, pilih jenis titik akhir yang ingin dikirimkan Amazon Pinpoint ke fungsi Lambda atau webhook yang terkait dengan saluran kustom.

Misalnya, jika segmen yang Anda pilih untuk kampanye ini berisi beberapa jenis titik akhir, tetapi Anda hanya ingin mengirim kampanye ke titik akhir yang memiliki atribut tipe titik akhir kustom, pilih Kustom. Anda tidak diharuskan untuk memilih jenis titik akhir Kustom. Misalnya, Anda dapat memilih untuk hanya mengirim kampanye saluran khusus ke titik akhir dengan atribut tipe titik akhir Email.

4. Pilih Berikutnya.

Mengirim pesan khusus menggunakan webhook

Anda juga dapat membuat saluran khusus yang mengirimkan informasi tentang anggota segmen Anda ke layanan yang menggunakan webhook.

Untuk mengonfigurasi saluran khusus yang menggunakan webhook

1. Pada halaman Buat pesan Anda, untuk Pilih jenis saluran pesan kustom Anda, pilih URL.
2. Untuk Masukkan URL saluran pesan khusus Anda, masukkan URL webhook.

URL yang Anda tentukan harus dimulai dengan “https://”. Itu hanya dapat berisi karakter alfanumerik, ditambah simbol berikut: tanda hubung (-), periode (.), garis bawah (_), tilde (~), tanda tanya (?), garis miring atau solidus (/), tanda pound atau hash (#), dan titik koma (:). URL harus mematuhi [RFC3986](#).

3. Untuk opsi Endpoint, pilih jenis titik akhir yang ingin dikirimkan Amazon Pinpoint ke fungsi Lambda. Misalnya, jika segmen yang Anda pilih untuk kampanye ini berisi beberapa jenis titik akhir, tetapi Anda hanya ingin mengirim kampanye ke titik akhir yang memiliki atribut tipe titik akhir “Kustom”, pilih Kustom.
4. Pilih Berikutnya.

Gunakan variabel pesan

Untuk membuat pesan yang dipersonalisasi untuk setiap penerima, gunakan variabel pesan. Variabel pesan mengacu pada atribut pengguna tertentu. Atribut ini dapat mencakup karakteristik yang Anda buat dan simpan untuk pengguna, seperti nama pengguna, kota, perangkat, atau sistem operasi. Saat Amazon Pinpoint mengirim pesan, pesan akan menggantikan variabel dengan nilai atribut yang sesuai untuk penerima. Untuk informasi tentang atribut yang dapat Anda gunakan, lihat [Properti Endpoint di Referensi](#) API Amazon Pinpoint.

Untuk menyertakan variabel dalam pesan Anda, tambahkan nama atribut yang ada ke pesan. Lampirkan nama dalam dua set kurawal kurawal, dan gunakan kapitalisasi nama yang tepat — misalnya, `{{Demographic.AppVersion}}`

Seringkali, atribut yang paling berguna untuk variabel pesan adalah atribut khusus yang Anda buat dan simpan untuk pengguna. Dengan menggunakan atribut dan variabel khusus, Anda dapat mengirim pesan yang dipersonalisasi yang unik untuk setiap penerima.

Misalnya, jika aplikasi Anda adalah aplikasi kebugaran untuk pelari dan menyertakan atribut khusus untuk nama depan, aktivitas pilihan, dan catatan pribadi setiap pengguna, Anda dapat menggunakan variabel dalam pesan berikut:

```
Hey {{User.UserAttributes.FirstName}}, congratulations
on your new {{User.UserAttributes.Activity}} record of
{{User.UserAttributes.PersonalRecord}}!
```

Saat Amazon Pinpoint mengirim pesan ini, konten bervariasi untuk setiap penerima setelah variabel diganti. Kemungkinan pesan akhir adalah:

```
Hi Jane Doe, congratulations on your new half marathon record of 1:42:17!
```

Atau:

```
Hi John Doe, congratulations on your new 5K record of 20:52!
```

Uji pesannya

Amazon Pinpoint dapat menampilkan pratinjau pesan email yang dapat Anda lihat sebelum menjadwalkan pesan yang akan dikirim. Untuk email dan jenis pesan lainnya, Anda juga dapat mengirim pesan pengujian ke sekelompok kecil penerima untuk tujuan pengujian. Anda dapat mengirim pesan pengujian di saluran berikut —email, pemberitahuan push, notifikasi dalam aplikasi, atau SMS.

Mempratinjau pesan email tanpa mengirimnya

Tampilan Desain di editor pesan Amazon Pinpoint menunjukkan pratinjau pesan email seperti yang akan muncul jika dirender oleh browser web Anda.

Jika Anda bekerja dalam tampilan HTML, alih-alih tampilan Desain, Anda dapat menampilkan pratinjau pesan email di samping konten HTML pesan. Fitur ini berguna ketika Anda ingin memverifikasi bahwa pesan dirender seperti yang Anda harapkan, sebelum Anda mengirim tes.

Perhatikan bahwa pratinjau ini hanya menunjukkan bagaimana pesan akan muncul jika ditampilkan oleh browser web Anda. Sebagai praktik terbaik, Anda masih harus mengirim email pengujian ke beberapa penerima dan melihat pesan pengujian tersebut dengan menggunakan berbagai perangkat dan klien email.

Untuk melihat pratinjau email

1. Di area di atas tampilan HTML editor pesan, pilih Tidak ada pratinjau, lalu pilih Pratinjau. Amazon Pinpoint menampilkan panel pratinjau di sebelah editor HTML.
2. (Opsional) Untuk menampilkan konten HTML dan pratinjau di jendela yang lebih besar, pilih Layar penuh di area di atas editor pesan.

Mengirim pesan pengujian

Ini sering membantu untuk mengirim pesan tes ke penerima yang sebenarnya untuk memastikan bahwa pesan Anda muncul dengan benar ketika pelanggan Anda menerimanya. Dengan mengirimkan versi uji pesan, Anda dapat menguji peningkatan bertahap pada konten dan tampilan pesan Anda tanpa memengaruhi status kampanye Anda.

Saat Anda mengirim pesan pengujian, pertimbangkan faktor-faktor berikut:

- Anda dikenakan biaya untuk mengirim pesan pengujian seolah-olah itu adalah pesan kampanye biasa. Misalnya, jika Anda mengirim 10.000 email pengujian dalam sebulan, Anda dikenakan biaya \$1,00 (USD) untuk mengirim email pengujian. Untuk informasi selengkapnya tentang harga, lihat harga [Amazon Pinpoint](#).
- Pesan uji dihitung terhadap kuota pengiriman akun Anda. Misalnya, jika akun Anda diizinkan untuk mengirim 10.000 email per periode 24 jam, dan Anda mengirim 100 email pengujian, Anda dapat mengirim hingga 9.900 email tambahan dalam periode 24 jam yang sama.
- Saat mengirim pesan pengujian ke pengguna tertentu, Anda dapat menentukan hingga 10 alamat. Gunakan koma untuk memisahkan beberapa alamat.

Note

Kata “alamat” (seperti yang digunakan di bagian ini) dapat merujuk ke salah satu dari berikut ini: alamat email, nomor ponsel, ID titik akhir, atau token perangkat.


- Saat Anda mengirim pesan SMS tes ke nomor telepon tertentu, nomor tersebut harus dicantumkan dalam format E.164. Artinya, mereka harus menyertakan tanda plus (+), kode negara tanpa nol di depan, dan nomor pelanggan lengkap, termasuk kode area—misalnya, +12065550142. Nomor yang diformat E.164 tidak boleh berisi tanda kurung, titik, tanda hubung, atau simbol apa pun selain tanda plus. Nomor telepon E.164 dapat memiliki maksimum 15 digit.
- Saat Anda mengirim notifikasi push pengujian, alamatnya harus berupa ID titik akhir atau token perangkat.
- Saat Anda mengirim notifikasi dalam aplikasi pengujian, pesan pengujian hanya aktif selama 30 menit setelah Anda mengirimnya. Selain itu, jika Anda mengirim beberapa pesan pengujian ke titik akhir yang sama, pesan baru akan mengganti semua pesan sebelumnya. Terakhir, saat Anda menghapus titik akhir dari pesan pengujian, pesan tidak lagi tersedia untuk titik akhir tersebut.
- Saat mengirim pesan pengujian ke segmen, Anda hanya dapat memilih satu segmen. Selain itu, Anda hanya dapat memilih segmen yang berisi 100 titik akhir atau kurang.

- Saat Anda mengirim pesan pengujian ke segmen, Amazon Pinpoint membuat kampanye untuk pengujian tersebut. Nama kampanye berisi kata “test”, diikuti oleh empat karakter alfanumerik acak, diikuti dengan nama kampanye. Kampanye ini tidak dihitung dalam jumlah maksimum kampanye aktif yang dapat berisi akun Anda. Amazon Pinpoint tidak membuat kampanye baru saat Anda mengirim pesan pengujian ke penerima tertentu.
- Peristiwa yang terkait dengan pesan pengujian dihitung dalam metrik untuk kampanye induk. Misalnya, bagan pengiriman Titik Akhir pada halaman analisis Kampanye mencakup jumlah pesan pengujian yang berhasil dikirim.

Ada dua cara untuk mengirim pesan tes. Anda dapat mengirimkannya ke segmen yang ada atau Anda dapat mengirimkannya ke daftar alamat yang Anda tentukan. Metode terbaik tergantung pada kasus penggunaan Anda. Misalnya, jika Anda memiliki sekelompok orang biasa yang menguji pesan Anda, Anda mungkin merasa terbantu untuk membuat segmen yang berisi semua titik akhir mereka. Jika Anda perlu mengirim pesan pengujian ke sekelompok penguji yang berubah secara teratur, atau ke alamat yang dibuat secara dinamis, Anda mungkin akan lebih mudah menentukan penerima secara manual.

Untuk mengirim pesan pengujian ke segmen

1. Di bawah editor pesan, pilih Kirim pesan pengujian.
2. Dalam kotak dialog Kirim pesan pengujian, di bawah Kirim pesan pengujian ke, pilih Segmen.
3. Gunakan daftar drop-down untuk memilih segmen yang ingin Anda kirim pesan pengujian.

 Note

Amazon Pinpoint secara otomatis mengecualikan semua segmen yang berisi 100 titik akhir atau lebih dari daftar ini.

4. Pilih Kirim pesan.

Untuk mengirim pesan pengujian ke penerima tertentu

1. Di bawah editor pesan, pilih Kirim pesan pengujian.
2. Dalam kotak dialog Kirim pesan uji, di bawah Kirim pesan pengujian ke, pilih salah satu opsi dalam tabel berikut.

Jika Anda mengirim...	Pilih...	Dan kemudian masuk...
Sebuah email	Alamat email	Daftar alamat email valid yang dipisahkan koma.
Pesan dalam aplikasi	Endpoint ID atau Segmen A.	Daftar ID endpoint yang dipisahkan koma, atau satu segmen. Anda juga dapat membangun segmen baru untuk pengujian.
Pesan SMS	Nomor telepon	Daftar nomor telepon berformat E.164 yang dipisahkan koma.
Pemberitahuan push seluler	Endpoint ID atau token Perangkat	Daftar ID titik akhir atau token perangkat yang dipisahkan koma, tergantung pada jenis alamat yang Anda pilih.

3. Pilih Kirim pesan.

Selanjutnya

[Langkah 4: Pilih kapan harus mengirim kampanye](#)

Langkah 4: Pilih kapan harus mengirim kampanye

Setelah Anda menulis pesan, Anda dapat menentukan kapan kampanye harus dikirim. Anda dapat memilih untuk mengirim kampanye segera, pada tanggal dan waktu yang dijadwalkan, secara berulang, atau ketika peristiwa tertentu terjadi.

Tip

Jika kampanye berjalan, kampanye akan selesai dan kemudian berhenti sebentar. Jeda hanya menjeda atau melewatkan proses berikutnya untuk kampanye terjadwal future yang berulang. Kampanye yang dijadwalkan untuk segera tidak dapat dijeda.

Saat membuat kampanye, Anda memilih segmen untuk mengirim kampanye tersebut. Segmen adalah sekelompok pelanggan Anda yang berbagi atribut tertentu. Misalnya, segmen mungkin berisi semua pelanggan yang menggunakan versi 2.0 aplikasi Anda di perangkat Android, atau semua pelanggan yang tinggal di kota Los Angeles.

Topik

- [Menjadwalkan email, SMS, pesan suara, push, atau kampanye khusus](#)
- [Menjadwalkan kampanye dalam aplikasi](#)

Prasyarat

Sebelum Anda mulai, selesaikan [Langkah 3: Konfigurasi pesan](#).

Menjadwalkan email, SMS, pesan suara, push, atau kampanye khusus

Topik di bagian ini:

- [Mengirim kampanye segera](#)
- [Mengirim kampanye pada tanggal dan waktu tertentu](#)
- [Mengirim kampanye secara berulang](#)
- [Mengirim kampanye saat peristiwa terjadi](#)
- [Praktik terbaik untuk menggunakan kampanye berbasis acara](#)

Jika Anda ingin mengirim kampanye segera setelah Anda selesai membuatnya, Anda dapat memilih untuk segera mengirim kampanye.

Mengirim kampanye segera

Jika Anda ingin mengirim kampanye segera setelah Anda selesai membuatnya, Anda dapat memilih untuk segera mengirim kampanye. Anda tidak dapat menjeda kampanye yang diatur untuk segera dijalankan.

Untuk mengirim kampanye segera

1. Di bawah Kapan kampanye dikirim, pilih Pada waktu tertentu.
2. Di bawah Seberapa sering kampanye harus dikirim, pilih Segera.
3. Pilih Berikutnya untuk melanjutkan ke langkah terakhir.

Mengirim kampanye pada tanggal dan waktu tertentu

Jika Anda ingin mengirim kampanye hanya sekali, Anda dapat menjadwalkannya untuk dikirim pada tanggal dan waktu tertentu.

Untuk mengirim kampanye pada tanggal dan waktu tertentu

1. Di bawah Kapan kampanye dikirim, pilih Pada waktu tertentu.
2. Di bawah Seberapa sering kampanye harus dikirim, pilih Sekali.
3. Untuk Tanggal dan waktu mulai, pilih tanggal dan waktu kapan Amazon Pinpoint harus mengirim pesan.
4. Di bawah Zona waktu, pilih zona waktu yang ingin Anda gunakan untuk menjadwalkan kampanye. Secara opsional, pilih Gunakan waktu lokal penerima untuk mendasarkan waktu pengiriman pada zona waktu lokal masing-masing penerima.
5. Pilih Berikutnya untuk melanjutkan ke langkah terakhir.

Mengirim kampanye secara berulang

Anda juga dapat menjadwalkan kampanye yang akan dikirim secara berulang. Anda dapat menentukan frekuensi dan tanggal mulai dan berakhir untuk kampanye.

Untuk mengirim kampanye secara berulang

1. Di bawah Kapan kampanye dikirim, pilih Pada waktu tertentu.
2. Di bawah Seberapa sering kampanye harus dikirim, pilih seberapa sering Amazon Pinpoint harus mengirim kampanye berulang. Misalnya, untuk mengirim kampanye seminggu sekali, pilih Mingguan.
3. Untuk Tanggal dan waktu mulai, pilih tanggal dan waktu kapan Amazon Pinpoint harus mengirim pesan pertama dalam seri berulang.

4. Untuk Tanggal dan waktu Berakhir, pilih tanggal dan waktu kapan Amazon Pinpoint harus berhenti mengirim pesan berulang.
5. Di bawah Zona waktu, pilih zona waktu untuk mendasarkan waktu mulai dan akhir. Secara opsional, pilih Gunakan waktu lokal penerima untuk mendasarkan waktu pengiriman pada zona waktu lokal masing-masing penerima.
6. Pilih Berikutnya untuk melanjutkan ke langkah terakhir.

Mengirim kampanye saat peristiwa terjadi

Jika Anda ingin mengirim kampanye saat pelanggan mengambil tindakan tertentu, Anda dapat mengonfigurasi kampanye yang akan dikirim saat peristiwa tertentu terjadi. Misalnya, kampanye dapat dikirim ketika pelanggan mendaftarkan akun baru, atau ketika pelanggan menambahkan item ke keranjang belanja mereka tetapi tidak membelinya. Untuk mempelajari selengkapnya tentang mengirim peristiwa dari aplikasi ke Amazon Pinpoint, lihat [Melaporkan peristiwa di aplikasi Anda di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.

Note

Anda dapat mengirim pesan berbasis peristiwa hanya jika kampanye Anda menggunakan segmen dinamis (sebagai lawan dari segmen yang diimpor). Selain itu, jika Anda mengintegrasikan aplikasi dengan Amazon Pinpoint menggunakan SDK AWS Seluler, pesan dari kampanye berbasis acara hanya akan dikirim ke pelanggan yang aplikasinya menjalankan AWS Mobile SDK for Android versi 2.7.2 atau yang lebih baru, atau versi 2.6.30 atau yang lebih baru. AWS Mobile SDK for iOS

Untuk mengonfigurasi kampanye yang akan dikirim saat peristiwa terjadi


1. Di bawah Kapan kampanye harus dikirim, pilih Ketika suatu peristiwa terjadi.
2. Untuk Acara, pilih nama acara yang memulai kampanye.
3. (Opsional) Untuk Atribut dan Metrik, pilih karakteristik spesifik yang memulai kampanye.

Tip

Semakin banyak data peristiwa yang Anda ambil dari pengguna, semakin banyak opsi yang Anda miliki saat menyiapkan pemicu peristiwa. Atribut dan metrik peristiwa hanya tersedia jika Anda telah memberikan nilai tersebut ke Amazon Pinpoint. Untuk

mempelajari selengkapnya tentang menangkap data peristiwa, lihat [Melaporkan peristiwa di aplikasi Anda](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

4. Di bawah Tanggal Kampanye, untuk tanggal dan waktu mulai, pilih tanggal mulai. Amazon Pinpoint mengirimkan kampanye hanya jika peristiwa yang Anda tentukan sebelumnya terjadi setelah tanggal mulai.

 Note

Tanggal dan waktu mulai yang Anda pilih harus minimal 15 menit di masa depan.

5. Untuk Tanggal dan waktu berakhir, pilih tanggal akhir. Amazon Pinpoint mengirimkan kampanye hanya jika peristiwa yang Anda tentukan sebelumnya terjadi sebelum tanggal akhir.
6. Di bawah Zona waktu, pilih zona waktu untuk mendasarkan tanggal mulai dan berakhir.
7. Pilih Berikutnya untuk melanjutkan ke langkah terakhir.

Praktik terbaik untuk menggunakan kampanye berbasis acara

Ada beberapa batasan dan praktik terbaik yang harus Anda pertimbangkan saat membuat kampanye berbasis acara:

- Anda dapat membuat kampanye berbasis peristiwa hanya jika Anda memilih segmen dinamis (sebagai lawan dari segmen yang diimpor) di [Langkah 2](#).
- Jika Anda mengintegrasikan aplikasi dengan Amazon Pinpoint menggunakan AWS Mobile SDK, aplikasi Anda harus menggunakan versi SDK berikut agar dapat berfungsi dengan baik dengan kampanye berbasis peristiwa:
 - AWS Mobile SDK for Android versi 2.7.2 atau yang lebih baru
 - AWS Mobile SDK for iOS versi 2.6.30 atau yang lebih baru

Karena pembatasan ini, sebaiknya siapkan segmen agar hanya menyertakan pelanggan yang menggunakan versi aplikasi yang menjalankan versi SDK yang kompatibel.

- Pilih acara Anda dengan hati-hati. Misalnya, jika Anda mengirim kampanye berbasis acara setiap kali terjadi `session.start` peristiwa, Anda dapat dengan cepat membanjiri pengguna dengan pesan. Anda dapat membatasi jumlah pesan yang dikirimkan Amazon Pinpoint ke satu titik akhir dalam periode 24 jam. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Pengaturan umum](#).

Menjadwalkan kampanye dalam aplikasi

Bagian ini berisi informasi tentang pengaturan parameter pesan dalam aplikasi menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Parameter ini termasuk pengaturan berikut:

- **Peristiwa pemicu** — Peristiwa pemicu adalah tindakan yang dilakukan pelanggan yang membuat pesan dalam aplikasi Anda ditampilkan. Peristiwa pemicu mungkin termasuk membuka aplikasi, melakukan pembelian, atau membuka menu. Dengan peristiwa pemicu, Anda dapat melihat apa yang dilakukan pengguna di dalam aplikasi, dan menggunakan informasi tersebut untuk meningkatkan aplikasi.
- **Acara konversi** - Acara konversi membantu Anda membuat pengunjung situs web Anda menjadi pelanggan, dan dapat membantu Anda mempertahankan pelanggan saat ini. Gunakan peristiwa konversi saja, atau gunakan dengan peristiwa pemicu. Setelah menambahkan peristiwa konversi, Anda dapat melihat [kinerjanya di halaman analisis kampanye](#) konsol Amazon Pinpoint. Konversi direkam untuk analitik saat pengguna melihat pesan dalam aplikasi Anda dan melakukan tindakan yang ditetapkan oleh peristiwa konversi.

Topik di bagian ini:

- [Tentukan pemicu dan tetapkan tanggal mulai dan berakhir kampanye](#)
- [\(Opsional\) Ubah pengaturan global kampanye](#)

Tentukan pemicu dan tetapkan tanggal mulai dan berakhir kampanye

Untuk mengatur peristiwa pemicu

1. Tambahkan peristiwa Trigger yang memulai kampanye. Anda dapat memasukkan nama peristiwa pemicu secara manual, atau memilih pemicu yang ada dari daftar dropdown. Misalnya, untuk menampilkan pesan kepada pengguna yang membeli sesuatu dari toko online Anda, masukkan *Pembelian*.

Pada titik ini, Anda tidak perlu memasukkan informasi tambahan apa pun, seperti atribut atau konversi. Acara pemicu *Pembelian* menampilkan pesan kampanye dalam aplikasi Anda kepada siapa saja yang melakukan pembelian online.

2. (Opsional) Tambahkan atribut acara. Atribut event digunakan untuk memperbaiki pemicu. Ini terdiri dari nama atribut dan nilai. Misalnya, untuk mempersempit peristiwa pemicu *Pembelian*, Anda dapat menambahkan atribut yang menampilkan pesan dalam aplikasi kepada pelanggan

yang membeli item tertentu. Bayangkan item tersebut adalah sepasang sarung tangan berkebun yang harganya \$10 USD atau lebih. Untuk Atribut, pilih *item*, lalu untuk Nilai, pilih *sarung tangan berkebun*. (Anda mengatur Metrik acara untuk biaya di Langkah 3.)


Untuk lebih mempersempit siapa yang mendapatkan pesan dalam aplikasi Anda, pilih Tambahkan atribut baru dan tambahkan atribut dan nilai tambahan. Jika atribut memiliki beberapa nilai yang mungkin, Anda harus menambahkan setiap atribut dan pasangan nilai secara terpisah.

Bila Anda menggunakan atribut yang sama beberapa kali dengan nilai yang berbeda, Amazon Pinpoint akan memproses atribut kampanye menggunakan “atau” di antara nilai.

3. (Opsional) Pilih Metrik acara. Acara ini biasanya menggunakan berbagai angka, seperti durasi atau biaya. Setelah memasuki acara, pilih salah satu opsi Operator berikut:

- adalah sama dengan
- lebih besar dari
- kurang dari
- lebih besar dari atau sama dengan
- kurang dari atau sama dengan

Masukkan Nilai untuk operator. Hanya nilai numerik yang didukung. Misalnya, masukkan nilai berikut untuk pemicu *Pembelian*. Untuk Metrik, pilih *Harga*, dan untuk Operator, pilih yang lebih besar dari atau sama dengan. Untuk nilainya, pilih *10*. Pesan dalam aplikasi sekarang ditampilkan kepada setiap pengguna yang membeli sarung tangan berkebun seharga \$10 USD atau lebih.

 Note

Anda hanya dapat menggunakan satu metrik dalam pesan dalam aplikasi.

4. Di bawah Tanggal Kampanye, untuk tanggal dan waktu mulai, pilih tanggal mulai. Amazon Pinpoint mengirimkan kampanye hanya jika peristiwa yang Anda tentukan sebelumnya terjadi setelah tanggal mulai.

Note

Tanggal dan waktu mulai yang Anda pilih harus ditetapkan 15 menit atau lebih di masa depan.

5. Untuk Tanggal dan waktu berakhir, pilih tanggal akhir. Amazon Pinpoint mengirimkan kampanye hanya jika peristiwa yang Anda tentukan sebelumnya terjadi sebelum tanggal akhir.
6. Di bawah Zona waktu, pilih zona waktu untuk mendasarkan tanggal mulai dan berakhir.

(Opsional) Ubah pengaturan global kampanye

Pengaturan global kampanye menentukan seberapa sering pesan ditampilkan kepada pengguna. Pelanggan mungkin tidak ingin melihat pesan dalam aplikasi yang sama setiap kali mereka memulai peristiwa pemicu. Atau, Anda mungkin ingin mengatur berapa kali pelanggan melihat pesan dalam aplikasi Anda.

Untuk mengubah setelan global untuk kampanye

1. Untuk Jumlah maksimum pesan sesi yang dilihat per titik akhir, tentukan berapa kali pelanggan akan melihat pesan dalam aplikasi Anda selama sesi berlangsung. Sesi didefinisikan sebagai periode waktu ketika pelanggan berinteraksi dengan aplikasi Anda. Tetapkan level dari **0** hingga **10**, dengan **0** menampilkan pesan selama jumlah sesi yang tidak terbatas. Misalnya, jika Anda memasukkan nilai **2**, maka pelanggan Anda melihat pesan dalam aplikasi Anda selama dua sesi terpisah saja. Jika pelanggan berinteraksi dengan aplikasi Anda untuk sesi ketiga, pesan dalam aplikasi tidak akan ditampilkan.
2. Untuk Jumlah maksimum pesan harian yang dilihat per titik akhir, pilih Ganti setelan default. Kemudian, atur berapa kali dalam sehari pelanggan melihat pesan Anda. Tetapkan level dari **0** hingga **10**, dengan **0** menampilkan pesan dalam jumlah tak terbatas di siang hari. Misalnya, jika Anda memasukkan nilai **2**, maka pelanggan Anda melihat pesan dalam aplikasi Anda hanya dua kali selama periode 24 jam.
3. Untuk Jumlah maksimum pesan sesi yang dilihat per titik akhir, pilih Ganti setelan default. Kemudian, atur jumlah pesan dalam aplikasi yang dapat dilihat pelanggan. Jika Anda mengirim beberapa pesan dalam aplikasi, Anda mungkin ingin membatasi jumlah pesan yang ditampilkan titik akhir. Tetapkan level dari **0** hingga **10**, dengan **0** menampilkan jumlah pesan yang tidak terbatas. Misalnya, jika Anda memasukkan nilai **2**, maka pelanggan Anda hanya melihat dua pesan dalam aplikasi, terlepas dari berapa banyak yang Anda kirim.

Selanjutnya

[Langkah 5: Tinjau dan luncurkan kampanye](#)

Langkah 5: Tinjau dan luncurkan kampanye

Pada titik ini, Anda hampir siap untuk mengirim kampanye ke segmen audiens Anda. Sebelum meluncurkan kampanye, Anda harus meninjau pengaturan dan membuat perubahan jika diperlukan.

Prasyarat

Sebelum Anda mulai, selesaikan [Langkah 4: Pilih kapan harus mengirim kampanye](#).

Untuk meninjau dan meluncurkan kampanye

1. Pada halaman Tinjau dan peluncuran, tinjau pengaturan untuk kampanye. Jika Anda perlu melakukan perubahan, gunakan bagian navigasi di sisi kiri jendela untuk langsung menuju ke halaman yang berisi konten yang ingin Anda edit.
2. Jika semua pengaturan sudah benar, pilih Luncurkan kampanye.

Mengelola kampanye

Di konsol Amazon Pinpoint, Anda memperbarui setelan untuk kampanye, menghapus kampanye, atau menyalin kampanye yang ada ke kampanye baru.

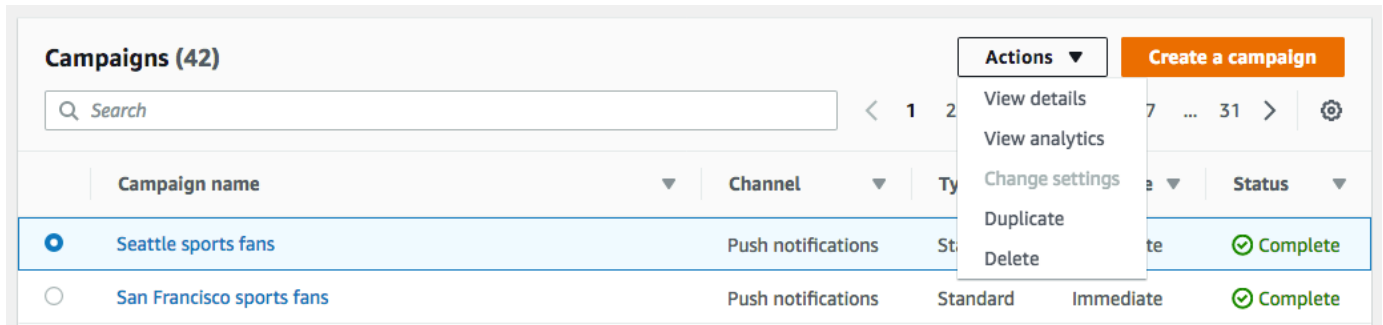
Note

Karena kampanye 10DLC ada di luar proyek tertentu, informasi tentang kampanye ini dapat ditemukan di tab kampanye 10DLC di halaman SMS dan suara konsol Amazon Pinpoint.

Untuk mengelola kampanye

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/).
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda kelola kampanyenya.
3. Di panel navigasi, pilih Kampanye.

4. Pada halaman Kampanye, pilih kampanye yang ingin Anda kelola. Kemudian, pada menu Tindakan, pilih tindakan yang ingin Anda ambil, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Pada menu Tindakan, Anda dapat melakukan hal berikut:

- Lihat detail - Menampilkan halaman detail untuk kampanye yang dipilih. Di halaman ini, Anda dapat melihat informasi tentang kampanye, seperti jenis kampanye, status kampanye, dan jumlah titik akhir yang ditargetkan oleh kampanye.
- Lihat analitik — Menampilkan halaman analitik untuk kampanye yang dipilih. Untuk informasi selengkapnya tentang analitik kampanye, lihat [Bagan kampanye](#).
- Ubah setelan — Ubah setelan kampanye, termasuk segmen target, konten pesan, dan waktu pengiriman. Anda dapat memilih opsi ini hanya untuk kampanye yang belum dikirim.
- Duplikat — Salin kampanye untuk menggunakan pengaturannya sebagai templat untuk kampanye baru, di mana Anda dapat mengubah atau menyimpan pengaturan asli apa pun.
- Hapus - Hapus kampanye dari Amazon Pinpoint dan hentikan pengiriman pesan melalui kampanye.

Perjalanan Amazon Pinpoint

Di Amazon Pinpoint, sebuah perjalanan adalah pengalaman keterlibatan multi-langkah yang disesuaikan. Saat Anda membuat perjalanan, Anda mulai dengan memilih segmen yang menentukan pelanggan mana yang akan berpartisipasi dalam perjalanan. Setelah itu, Anda menambahkan aktivitas yang dilewati pelanggan dalam perjalanan mereka. Aktivitas dapat mencakup pengiriman pesan atau membagi pelanggan menjadi beberapa kelompok berdasarkan atribut atau perilaku mereka.

Ada beberapa jenis kegiatan perjalanan, masing-masing dengan tujuan spesifiknya sendiri. Misalnya, Anda dapat menambahkan Kirim email aktivitas untuk perjalanan Anda. Ketika pelanggan tiba pada jenis kegiatan ini, mereka menerima pesan email. Jenis kegiatan perjalanan lainnya adalah Multivariat perpecahan aktivitas. Ketika pelanggan tiba pada jenis aktivitas ini, mereka dipisahkan menjadi beberapa jalur berdasarkan keanggotaan segmen mereka atau interaksi mereka dengan aktivitas perjalanan sebelumnya. Anda dapat mempelajari lebih lanjut tentang aktivitas perjalanan [dikuti tur perjalanan](#).

Bab ini berisi informasi konseptual tentang perjalanan di Amazon Pinpoint. Ini juga berisi informasi tentang membuat, mengelola, menguji, dan menerbitkan perjalanan Anda.

Topik di bagian ini:

- [Ikuti tur perjalanan](#)
- [Ciptakan perjalanan](#)
- [Menyiapkan aktivitas entri perjalanan](#)
- [Tambahkan aktivitas ke dalam perjalanan](#)
- [Tinjau dan uji perjalanan](#)
- [Memublikasikan perjalanan](#)
- [Menjeda, melanjutkan, atau menghentikan perjalanan](#)
- [Lihat metrik perjalanan](#)
- [Kiat dan praktik terbaik untuk perjalanan](#)

Ikuti tur perjalanan

Perjalanan mencakup beberapa konsep dan terminologi baru yang mungkin tidak Anda kenal. Topik ini mengeksplorasi konsep-konsep ini secara rinci.

Terminologi perjalanan

Ruang kerja perjalanan

Area halaman perjalanan tempat Anda membuat perjalanan Anda dengan menambahkan aktivitas.

Aktivitas

Sebuah langkah dalam perjalanan. Hal yang berbeda dapat terjadi ketika peserta tiba pada berbagai jenis kegiatan. Di Amazon Pinpoint, Anda dapat membuat jenis aktivitas berikut:

Kirim email

Ketika peserta tiba di Kirim email aktivitas, Amazon Pinpoint mengirimkan email kepada mereka. Saat Anda membuat Kirim email aktivitas, Anda menentukan [Templat email](#) untuk digunakan untuk email. Template email dapat mencakup variabel pesan, membantu Anda menciptakan pengalaman yang lebih personal.

Mengirim notifikasi push

Ketika peserta tiba di Mengirim notifikasi push aktivitas, Amazon Pinpoint segera mengirimkan pemberitahuan push ke perangkat pengguna. Saat Anda membuat Mengirim notifikasi push aktivitas, Anda akan memilih [Templat notifikasi push](#) digunakan. Templat notifikasi push dapat mencakup variabel pesan, membantu Anda menciptakan pengalaman yang lebih personal.

Mengirim pesan SMS

Ketika peserta tiba di Mengirim pesan SMS aktivitas, Amazon Pinpoint segera mengirimkan pemberitahuan SMS ke perangkat pengguna. Saat Anda membuat Kirim notifikasi SMS aktivitas, Anda akan memilih [Templat SMS](#) digunakan. Template SMS dapat mencakup variabel pesan, membantu Anda menciptakan pengalaman yang lebih personal.

Kirim melalui saluran khusus

Kirim pesan Anda melalui salah satu saluran kustom Anda. Misalnya, Anda dapat menggunakan saluran khusus untuk mengirim pesan melalui layanan pihak ketiga seperti WhatsApp atau Facebook Messenger. Amazon Pinpoint segera mengirimkan notifikasi menggunakan layanan tersebut ke perangkat pengguna menggunakan salah satu AWS Lambda fungsi atau webhook. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat saluran khusus, lihat [Saluran khusus di Amazon Pinpoint](#).

Tunggu

Ketika peserta tiba diTungguaktivitas, mereka tetap pada aktivitas itu sampai tanggal tertentu atau untuk jumlah waktu tertentu.

Ya/Tidak ada perpecahan

Mengirimkan peserta ke salah satu dari dua jalur berdasarkan kriteria yang Anda tentukan. Misalnya, Anda dapat mengirim semua peserta yang membaca email ke satu jalur, dan mengirim orang lain ke jalur lain.

Perpecahan multivariat

Mengirimkan peserta ke salah satu dari empat jalur, berdasarkan kriteria yang Anda tentukan. Peserta yang tidak memenuhi kriteria apa pun melanjutkan jalur “Else”.

Holdout

Mengakhiri perjalanan untuk persentase tertentu dari peserta.

Perpecahan acak

Secara acak mengirimkan peserta ke salah satu dari lima jalur.

Jalur

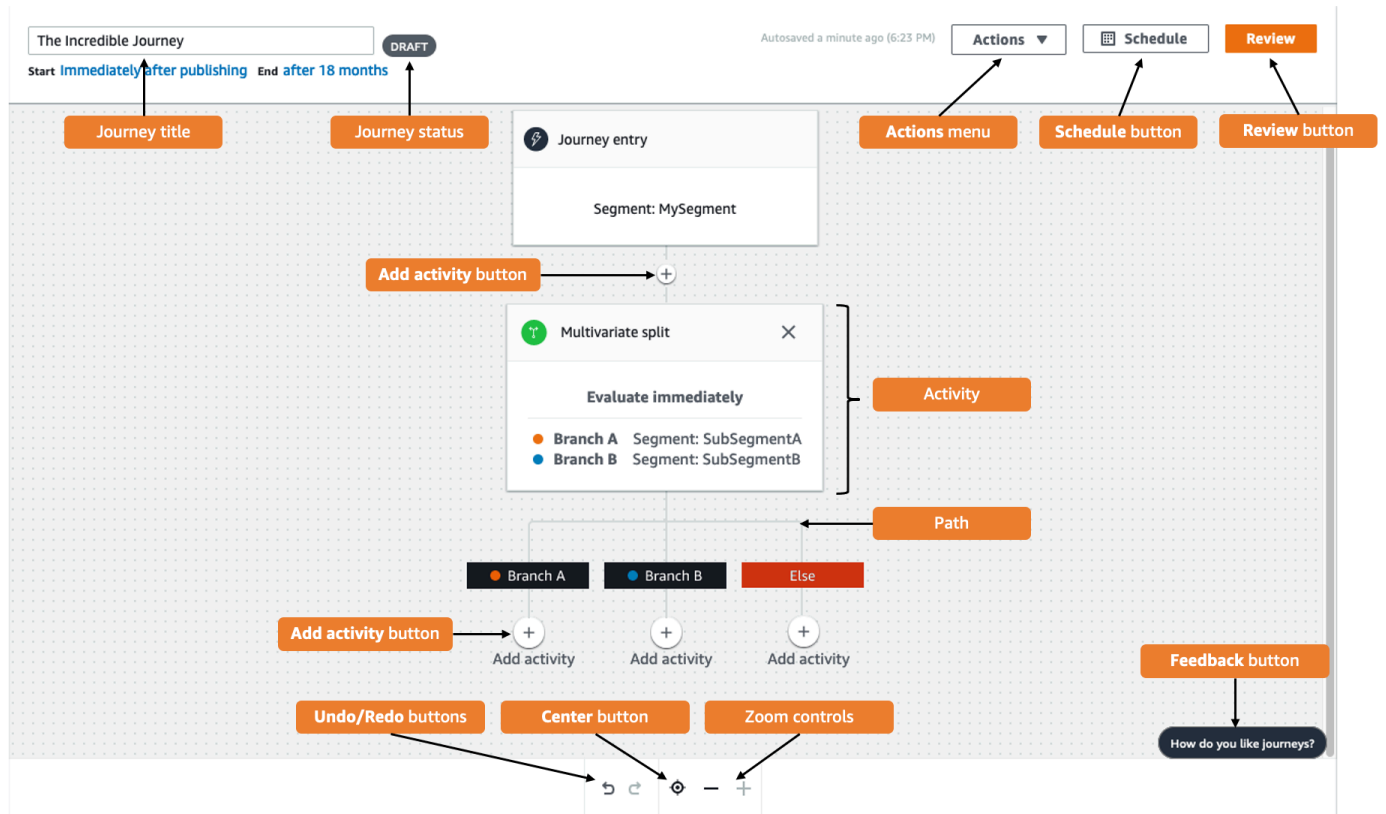
Konektor yang bergabung dengan satu aktivitas ke aktivitas lainnya. Aktivitas split mungkin memiliki beberapa jalur.

Peserta





Seseorang yang bepergian melalui kegiatan dalam perjalanan.





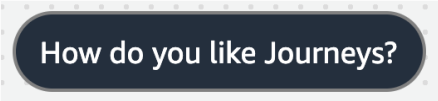
Bagian dari antarmuka perjalanan

Bagian ini memuat informasi tentang komponen antarmuka perjalanan. Saat Anda membuat atau mengedit perjalanan, Anda melihat ruang kerja perjalanan. Gambar berikut menunjukkan contoh ruang kerja perjalanan.



Tabel berikut mencakup deskripsi beberapa tombol yang muncul di ruang kerja perjalanan.

Penampilan	Nama tombol	Deskripsi
	INFO	Membuka panel bantuan, yang menunjukkan informasi tambahan tentang kegiatan perjalanan individu.
	Aktivitas	Menghapus aktivitas yang disorot.
	Urungkan	Mengembalikan tindakan terbaru.
	Pengulangan	Mengembalikan tindakan yang sebelumnya dibatalkan dengan menggunakan Urungkan tombol.

Penampilan	Nama tombol	Deskripsi
	Pusat	Bergerak ke puncak perjalanan dan pusatEntri perjalanan naktivitas di ruang kerja perjalanan.
	Perbesar	Mengurangi ukuran objek di ruang kerja perjalanan.
	Perbesar	Meningkatkan ukuran objek di ruang kerja perjalanan.
	Tambahkan aktivitas	Tombol ini muncul di setiap titik di mana Anda dapat memasukkan langkah lain dalam perjalanan. Bila memilih tombol ini, Anda akan melihat menu yang memungkinkan Anda memilih jenis aktivitas.
	Umpan Balik	Cara cepat dan mudah untuk memberikan umpan balik tentang pengalaman Anda menggunakan perjalanan. Kami meninjau semua umpan balik yang kami terima melalui tombol ini. Kami mungkin menghubungi Anda untuk informasi tambahan jika kami memiliki pertanyaan.


Ciptakan perjalanan

Konsol Amazon Pinpoint memungkinkan Anda membuat perjalanan yang hebat melalui editor easy-to-use grafis. Langkah pertama dalam membangun perjalanan Anda adalah membuat dan mengkonfigurasinya. Anda dapat mengonfigurasi perjalanan untuk segera memulai, atau pada

tanggal dan waktu tertentu. Anda juga dapat mengonfigurasinya untuk berakhir pada tanggal dan waktu tertentu.

Untuk mengkonfigurasi perjalanan

1. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek Amazon Pinpoint yang ingin Anda buat perjalanan.

 Note

Di Amazon Pinpoint, segmen dan titik akhir unik untuk setiap proyek. Proyek yang Anda pilih harus berisi segmen dan titik akhir yang ingin Anda libatkan dalam perjalanan ini.

2. Di panel navigasi, pilih Perjalanan.
3. Pilih Buat perjalanan. Ruang kerja perjalanan muncul.
4. Pada menu Tindakan, pilih Pengaturan. Kotak dialog Pengaturan Perjalanan muncul. Contoh kotak dialog ini ditunjukkan pada gambar berikut.

Journey Settings ✕

Journey title
Enter a name to help identify your journey

The journey name can contain up to 150 characters.

Journey schedule

Start date and time - *optional* End date and time - *optional*

<input type="text" value="YYYY/MM/DD"/>	<input type="text" value="hh:mm"/>	<input type="text" value="YYYY/MM/DD"/>	<input type="text" value="hh:mm"/>
---	------------------------------------	---	------------------------------------

Time zone

When to send
What time zone should the journey contact endpoints

Same time zone as journey start and end


Recipient's local time zone
Only endpoints with a time zone value will be included in the journey. Turn on time zone estimation to use a time zone based on endpoint attributes.

5. Di kotak dialog Pengaturan Perjalanan, lakukan hal berikut:
 - a. Untuk judul Perjalanan, masukkan nama yang menggambarkan perjalanan.
 - b. (Opsional) Untuk jadwal Perjalanan masukkan tanggal dan waktu Mulai dan tanggal dan waktu berakhir, masukkan tanggal dan waktu ketika perjalanan harus dimulai dan berakhir. Jika Anda tidak memasukkan tanggal mulai, pelanggan memasuki perjalanan 5 menit setelah Anda meluncurkannya. Jika Anda tidak memasukkan tanggal akhir, perjalanan berjalan terus menerus hingga 3600 hari (sekitar 120 bulan).
 - c. (Opsional) Untuk zona Waktu, pilih zona waktu yang harus didasarkan pada tanggal dan waktu mulai dan tanggal dan waktu berakhir. Secara default, Amazon Pinpoint memilih zona waktu dari daftar ini berdasarkan lokasi Anda. Anda hanya perlu menyelesaikan langkah ini jika Anda menetapkan tanggal mulai atau tanggal akhir.
 - d. Untuk Kapan mengirim pilih:
 - Gunakan zona waktu yang sama dengan awal dan akhir perjalanan — Untuk menggunakan zona Waktu perjalanan, Tanggal dan waktu mulai serta Tanggal dan waktu akhir saat mengirim pesan.

 Tip


Anda hanya boleh mengirim pesan ke penerima selama jam kerja, lihat [Kirim pada waktu yang tepat](#). Jika penerima beberapa zona waktu jauh dari zona Waktu Perjalanan, mereka dapat menerima pesan di luar jam kerja.

- Zona waktu lokal penerima - Untuk secara otomatis menyesuaikan waktu pengiriman ke nilai zona waktu di `Demographic.Timezone` atribut titik akhir.

 Important


- Titik akhir tanpa `Demographic.Timezone` atribut tidak termasuk dalam perjalanan. Gunakan estimasi zona waktu untuk titik akhir tanpa `Demographic.Timezone` atribut untuk memperkirakan zona waktu titik akhir dan memasukkannya ke dalam perjalanan.
- Zona waktu lokal penerima tidak didukung untuk perjalanan yang dipicu peristiwa. Untuk perjalanan yang dipicu peristiwa, estimasi zona waktu masih didukung untuk fitur terkait zona waktu seperti waktu tenang.

e. Di bawah Estimasi zona waktu pilih:

 Note

Estimasi zona waktu digunakan untuk memperkirakan zona waktu lokal penerima yang digunakan untuk penjadwalan perjalanan dan waktu tenang.

- i. Tidak ada estimasi zona waktu (default) — Estimasi zona waktu tidak dilakukan dan Amazon Pinpoint menggunakan nilai dalam atribut `Demographic.Timezone`
- ii. Estimasi dengan menggunakan nomor telepon (misalnya kode area) — Informasi geografis dari nomor telepon titik akhir dan negara digunakan untuk memperkirakan zona waktu. `Endpoint.Address` atribut harus berupa nomor telepon dan `Endpoint.Location.Country` atribut harus memiliki nilai. Untuk informasi selengkapnya tentang `Endpoint.Location.Country` atribut `Endpoint.Address` dan lihat [Titik Akhir di Referensi](#) API Amazon Pinpoint.
- iii. Estimasi dengan menggunakan wilayah (misalnya kode pos atau pos) — Titik akhir negara dan kode pos digunakan untuk memperkirakan zona waktu. Baik `Endpoint.Location.Country` atribut `Endpoint.Location.PostalCode` dan atribut harus memiliki nilai. Untuk informasi selengkapnya tentang `Endpoint.Location.PostalCode` atribut, lihat [Titik Akhir](#) di Referensi API Amazon Pinpoint.

 Note

Estimasi kode pos hanya didukung di Amerika Serikat, Inggris, Australia, Selandia Baru, Kanada, Prancis, Italia, Spanyol, Jerman, dan di Wilayah AWS mana Amazon Pinpoint tersedia. Estimasi estimasi zona waktu tidak didukung di AWS GovCloud (AS-Barat).

- iv. Perkirakan dengan menggunakan nomor telepon dan wilayah — Gunakan Estimasi dengan menggunakan nomor telepon (misalnya kode area) dan Perkirakan dengan menggunakan wilayah (misalnya kode pos atau pos) untuk memperkirakan zona waktu penerima.

Untuk informasi selengkapnya tentang aturan pemrosesan zona waktu, lihat [Estimasi zona waktu](#).

⚠ Important

Estimasi zona waktu hanya dilakukan pada titik akhir yang tidak memiliki nilai untuk atribut `Demographic.Timezone`. Jika estimasi zona waktu tidak dapat memperkirakan zona waktu atau perkiraan zona waktu bukan bagian dari `Endpoint.Location.Country` maka titik akhir tidak akan ditambahkan ke perjalanan. Untuk informasi lebih lanjut lihat [Estimasi zona waktu](#).

6. Di bawah batas Perjalanan (lanjutan), tetapkan opsi untuk pemrosesan pesan. Misalnya, ini mungkin mengubah jumlah pesan perjalanan per detik atau mengubah jumlah entri per titik akhir. Endpoint hanya akan masuk kembali ke perjalanan jika diizinkan oleh batas.

- Pesan harian maksimum per titik akhir — Pilih Ganti setelan default untuk mengganti setelan pesan harian maksimum untuk proyek yang berisi perjalanan ini. Jika Anda menentukan nilai di bagian ini, Amazon Pinpoint membatasi jumlah pesan yang dikirim ke setiap titik akhir individu.

Maximum daily messages per endpoint
The maximum number of messages that can be sent to an endpoint across all journeys in a 24-hour period. If you specify a maximum of 0, endpoints can receive an unlimited number of journey messages per day.

Specify a value of 0 or greater.

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of messages that a single endpoint can receive in a 24-hour period. The default value for this setting is 0 (no limit).

- Jumlah maksimum pesan yang dapat diterima titik akhir dari perjalanan ini — Pilih Ganti pengaturan default untuk mengganti pesan maksimum yang dapat diterima titik akhir dari perjalanan ini. Pengaturan default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah pesan yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan. Saat Anda mengaktifkan fitur ini, batasan lain (seperti pesan harian maksimum per titik akhir) masih berlaku.

Maximum number of messages an endpoint can receive from this journey
Maximum number of messages that can be sent to an endpoint by each journey. If you specify a maximum of 0, endpoints can receive an unlimited number of messages from each journey.

Specify a value between 0 and 100.

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of messages that a single endpoint can receive from this journey. The default value for this setting is 0 (no limit).

- Jumlah maksimum pesan perjalanan per detik — Pilih Ganti setelan default untuk mengganti setelan pesan maksimum per detik untuk proyek yang berisi perjalanan ini. Jika Anda menentukan nilai di bagian ini, Amazon Pinpoint membatasi jumlah pesan yang dapat dikirim oleh perjalanan setiap detik. Nilai yang Anda tentukan harus kurang dari atau sama dengan

tingkat pengiriman maksimum untuk akun Anda. Anda dapat menemukan tingkat pengiriman maksimum untuk akun Anda di halaman [Pengaturan Email](#) di konsol Amazon Pinpoint.

Maximum number of journey messages per second
The maximum number of messages that the journey can send each second. The number that you specify has to be less than or equal to the maximum sending rate for your account.

50

Specify a value between 50 and 20,000.

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of messages per second for this journey. By default, the maximum number of messages per second is 50.

- **Entri maksimum per titik akhir** — Pilih pengaturan ini untuk mengganti setelan entri maksimum untuk proyek yang berisi perjalanan ini. Jika Anda menentukan nilai di bagian ini, Amazon Pinpoint membatasi berapa kali peserta dapat memasuki perjalanan. Misalnya, jika Anda menentukan nilai yang lebih besar dari 1, peserta dapat memasuki perjalanan, menyelesaikan beberapa aktivitas dalam perjalanan, tiba di aktivitas Akhir, dan memulai perjalanan lagi. Jika seorang peserta memenuhi syarat untuk perjalanan, tetapi mereka sudah memasuki perjalanan jumlah maksimum kali, mereka dilarang memasuki perjalanan lagi. Misalnya, jika Anda memiliki batas titik akhir maksimum 2, dan peserta telah masuk dan keluar dari perjalanan dua kali, mereka tidak akan memasuki kembali perjalanan itu lagi.

Jika Anda memilih nilai yang lebih besar dari **1** default, Anda kemudian dapat memilih interval entri ulang Endpoint, mengatur berapa lama menunggu sebelum titik akhir memasuki kembali perjalanan. Misalnya, Anda dapat menetapkan interval entri ulang jika ingin memberi spasi pesan yang dikirim ke pengguna, sehingga mencegah pengguna Anda melakukan spam.

Maximum entries per endpoint
The maximum number of times an endpoint can enter the journey. If you specify a maximum of 0, endpoints can enter the journey an unlimited number of times.

7

Specify a value greater than or equal to 0.

Endpoint re-entry interval
The time to wait before re-entering an endpoint into a journey. The setting only applies if endpoint re-entry cap is not set to 1.

1 days

Override default setting
Enable this option to specify a maximum number of re-entries for this journey. By default, the maximum number of re-entries is 1.

- **Jumlah maksimum pesan di semua perjalanan dalam jangka waktu**

Gunakan pengaturan ini untuk menentukan jumlah maksimum kali pesan dapat dikirim ke satu titik akhir dalam Jangka Waktu yang ditentukan. Misalnya, jika Anda ingin mengirim maksimal 3 pesan dalam jangka waktu 7 hari ke setiap titik akhir. Pengaturan default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah pesan yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan.

- Jangka waktu

Jumlah hari yang diterapkan ke jumlah maksimum pesan di semua perjalanan dalam jangka waktu jika tidak disetel ke 0. Pengaturan default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah hari yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan.

Maximum number of messages across all journeys within a time frame.

Maximum number of messages an endpoint can receive across all journeys within a set period of days. If you specify a maximum of 0, endpoints can receive an unlimited number of messages. This setting is configured at the project level here.

0

This value can be a number from 0 to 100.

Time frame

The time in Maximum number of messages across all journeys within a time frame applies.

1

This value can be a number from 1 to 30.

Override project setting

Enable this option to specify a maximum number of messages across all journeys within a time frame from this journey.

7. Pilih Konfirmasi

(Opsional) Mengonfigurasi pengaturan jadwal perjalanan

Saat Anda membuat perjalanan, Anda dapat menentukan jadwal pengiriman untuk perjalanan itu. Ada dua pengaturan jadwal yang dapat Anda konfigurasi. Pengaturan pertama adalah jangan mengirim waktu, yang mengacu pada rentang jam di mana Amazon Pinpoint tidak akan mengirimkan pesan kepada peserta perjalanan. Pengaturan kedua adalah waktu pengiriman, yang mengacu pada rentang jam di mana Amazon Pinpoint akan mengirimkan pesan kepada peserta perjalanan. Pengaturan waktu pengiriman memungkinkan penyesuaian waktu dan saluran yang lebih terperinci daripada tidak mengirim waktu. Pengaturan ini menggunakan pengaturan zona waktu masing-masing titik akhir. Untuk menggunakan pengaturan jadwal perjalanan, setiap titik akhir dalam perjalanan Anda harus menyertakan `Demographic.Timezone` atribut.

⚠ Important

Untuk menggunakan pengaturan zona waktu lokal penerima Gunakan, setiap titik akhir dalam perjalanan Anda harus menyertakan `Demographic.Timezone` atribut. Peserta tidak akan disertakan dalam perjalanan jika Anda memilih opsi ini dan catatan titik akhir peserta tidak menentukan zona waktu.

Anda dapat mengonfigurasi pengaturan jadwal untuk perjalanan dengan memilih tombol Jadwal di bagian atas ruang kerja perjalanan. Kemudian, pada jendela Pengaturan jadwal, tentukan Waktu mulai dan Waktu akhir untuk Jangan kirim waktu. Anda juga dapat memilih untuk mengaktifkan pengaturan berikut:

- Lanjutkan pengiriman setelah waktu tenang — Saat Anda mengaktifkan fitur ini, Amazon Pinpoint menyimpan pesan apa pun yang akan dikirim selama Jangan mengirim waktu, dan kemudian mengirimkannya saat Jangan kirim waktu berakhir. Jika Anda tidak mengaktifkan opsi ini, pesan yang akan dikirim malah dijatuhkan dan tidak dikirim.
- Konfigurasi waktu pengiriman untuk menentukan setiap hari dalam seminggu - Aktifkan opsi ini untuk mengonfigurasi jam waktu pengiriman yang berbeda untuk hari yang berbeda dalam seminggu. Misalnya, jika waktu Jangan kirim Anda dijadwalkan antara pukul 8:00 dan 20:00 (20:00), Anda dapat mengatur waktu pengiriman untuk hari Minggu antara pukul 8:00 pagi dan berakhir pada pukul 18:00 (18:00), dan mengatur waktu pengiriman untuk semua hari lainnya mulai pukul 8:00 pagi dan berakhir pada pukul 20:00 (20:00). Anda dapat menambahkan hingga empat rentang waktu per hari.

Anda juga dapat menentukan pengecualian untuk hari-hari tertentu dalam setahun. Misalnya, jika Anda ingin memastikan bahwa Anda tidak mengirim pesan apa pun pada Hari Tahun Baru, Anda dapat membuat pengecualian yang dimulai pada tanggal 31 Desember pukul 20:00 dan berakhir pada 2 Januari pukul 8:00 pagi. Anda dapat menambahkan hingga 20 pengecualian.

Note

Jam yang Anda tentukan untuk hari dalam seminggu atau untuk pengecualian harus menghormati jam waktu tenang yang Anda tentukan untuk perjalanan. Dengan kata lain, jika Anda mengatur jam waktu tenang perjalanan ke 8:00 PM hingga 8:00 AM, Anda tidak dapat mengatur jam waktu tenang untuk Senin hingga 8:30 PM hingga 7:30 AM.

- Terapkan jadwal ini ke semua saluran - Aktifkan fitur ini untuk secara otomatis mengatur pengaturan waktu pengiriman untuk setiap saluran agar sama dengan Waktu mulai dan Waktu akhir yang Anda tentukan untuk pengaturan Jangan kirim waktu. Jika Anda tidak mengaktifkan fitur ini, Anda dapat menentukan jam waktu pengiriman yang berbeda untuk saluran yang berbeda. Misalnya, Anda dapat mengonfigurasi saluran email sehingga pesan dikirim dari pukul 6:00 pagi hingga 10:00 malam (22:00), dan mengkonfigurasi saluran SMS sehingga pesan dikirim dari pukul 08.00 hingga 20:00 (20:00).

Selanjutnya: [Menyiapkan aktivitas entri perjalanan](#)

Menyiapkan aktivitas entri perjalanan

Setelah Anda membuat dan mengkonfigurasi perjalanan, Anda harus mengkonfigurasi Entri perjalanan aktivitas. Kegiatan ini menentukan bagaimana peserta ditambahkan ke dalam perjalanan. Ada dua cara untuk menambahkan peserta dalam perjalanan:

- Ketika suatu peristiwa terjadi— Anda dapat mengkonfigurasi perjalanan sehingga peserta dimasukkan ke dalam perjalanan secara dinamis, ketika peristiwa tertentu terjadi. Misalnya, Anda dapat menggunakan opsi ini untuk menambahkan peserta ke perjalanan saat mereka menyelesaikan alur kerja pendaftaran. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan peserta saat mereka melakukan aktivitas](#).

Important

Aktivitas Pusat Kontak tidak didukung jika terjadi perjalanan yang dipicu.

- Berdasarkan keanggotaan segmen— Anda dapat memasukkan anggota segmen yang ada langsung ke dalam perjalanan. Perjalanan dapat dikonfigurasi untuk mengevaluasi ulang segmen secara berkala untuk menentukan apakah ada anggota segmen baru yang akan ditambahkan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan peserta dari segmen](#).

Note

Peserta mengacu pada pengguna dan titik akhir mereka atau titik akhir individu, tergantung pada data. Jika segmen entri perjalanan terdiri dari data tingkat pengguna (`user_id`), maka peserta adalah pengguna dan semua titik akhir yang terkait dengan kemajuan pengguna melalui perjalanan bersama. Jika segmen entri perjalanan terdiri dari data tingkat titik akhir (tidak ada `user_id`), maka peserta adalah titik akhir individu.

Menambahkan peserta saat mereka melakukan aktivitas

Jenis perjalanan yang dipicu peristiwa ini menambahkan peserta berdasarkan peristiwa yang dipilih. Anda memilih acara, seperti unduhan musik, dan kemudian memilih atribut acara untuk menentukan lebih lanjut acara perjalanan. Ini mungkin mengunduh musik dari artis tertentu. Ketika

pengguna melakukan salah satu aktivitas yang dijelaskan oleh acara, mereka menjadi peserta dalam perjalanan.

Untuk menambahkan peserta saat mereka melakukan aktivitas

1. Pilih Menambahkan peserta saat mereka melakukan aktivitas jika belum dipilih.

Journey entry [Info](#)

Choose how to start the journey:

Add participants when they perform an activity

Add participants from a segment

Events

Event attributes - *optional*

Attribute	Value	
<input type="text" value="Attribute"/>	<input type="text" value="Value"/>	<input type="button" value="Remove"/>
<input type="button" value="Add new attribute"/>		

Event metrics - *optional*

Metric	Operator	Value	
<input type="text"/>	<input type="text" value="▼"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Remove"/>
<input type="button" value="Add new metric"/>			

Segment - *optional*

Reset

This list only includes the most recently modified segments for the current project.

[Build a segment](#)

Description - *optional*


Total endpoints in segment

-

2. Untuk `Event`, pilih acara dari daftar acara atau ketik acara baru untuk menambahkannya. Misalnya, Anda mungkin ingin memicu perjalanan ketika pengguna mengunduh artis tertentu dari layanan musik Anda. Mari kita sebut acara ini `seniman.download`. Perjalanan hanya dapat mencakup satu acara.

Acara dapat disampaikan dengan menggunakan salah satu dari berikut ini:

- `YangPutEventsAPI`. Lihat [Event](#) dalam Referensi API Amazon Pinpoint
- AWS Mobile SDK untuk Android: versi 2.7.2 atau yang lebih baru
- AWS Mobile SDK untuk iOS: versi 2.6.30 atau yang lebih baru

 Note

Jika Anda menggunakan salah satu AWS SDK seluler Anda akan dibatasi pada serangkaian acara. Untuk daftar peristiwa yang didukung, lihat [Acara aplikasi](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.


3. (Opsional) Atribut acara adalah bagian tertentu dari informasi yang digunakan untuk memperbaiki suatu peristiwa. Ini terdiri dari nama atribut dan nilai. Kami akan mempersempit `seniman.download` dengan menambahkan `ArtistName` atribut. Untuk atribut, pilih atribut dari daftar. Karena Anda ingin menambahkan peserta berdasarkan artis tertentu, Anda akan memilih `ArtistName` sebagai atribut, dan kemudian memilih artis tertentu untuk Nilai—misalnya, `Bruce`. Acara perjalanan Anda sekarang menambahkan setiap peserta dari `seniman.download` acara dan `ArtistName` adalah `Bruce`.

Jika Anda ingin menyempurnakan perjalanan lebih jauh, tambahkan atribut dan nilai tambahan dengan memilih `Tambahkan atribut baru` untuk setiap atribut yang ingin Anda tambahkan. Jika atribut memiliki beberapa nilai yang mungkin, Anda harus menambahkan setiap atribut dan pasangan nilai secara terpisah. Untuk `seniman.download` acara yang sekarang Anda tambahkan dalam `Tambahkan atribut baru`, pilih `Kunci Alicia`. Pilih `Tambahkan atribut baru`, lagi pilih `ArtistName` sebagai atribut, dan kemudian pilih `Kunci Alicia` untuk Nilai. Saat Anda menggunakan atribut yang sama beberapa kali dengan nilai yang berbeda, Amazon Pinpoint memproses atribut perjalanan menggunakan “atau” di antara nilai. Acara perjalanan Anda sekarang menambahkan setiap peserta dari `seniman.download` acara, dan `ArtistName` adalah baik `Bruce` atau `Kunci Alicia`.

Anda dapat menambahkan kombinasi atribut dengan beberapa nilai selain atribut dengan hanya satu nilai.


4. (Opsional) Pilih **acaraMetrik**. Ini adalah peristiwa yang biasanya menggunakan rentang angka, seperti durasi atau biaya. Setelah memasuki acara, pilih **Operator**:
 - sama dengan
 - lebih besar dari
 - kurang dari
 - lebih besar dari atau sama dengan
 - kurang dari atau sama dengan

Masukkan **Nilai** untuk operator. Hanya nilai numerik yang didukung. Peserta ditambahkan berdasarkan metrik, operator, dan nilai. Untuk *seniman.download* acara yang mungkin Anda tambahkan *Panjang Lagu* metrik tempat Anda menambahkan peserta saat mereka mengunduh lagu apa pun *Bruce* atau *Kunci Alicia* dan di mana *Panjang Lagu* lebih besar dari atau sama dengan *500 detik*.

 Note

Anda tidak dapat menggunakan metrik yang sama dengan beberapa nilai.

5. (Opsional) Pilih segmen dinamis yang akan digunakan untuk perjalanan. Anda hanya dapat memiliki satu segmen yang ditentukan sebelumnya per entri perjalanan. Selain itu, untuk setiap titik akhir untuk masuk ke dalam perjalanan, titik akhir itu harus menjadi bagian dari segmen yang dipilih. Jika Anda ingin membangun segmen baru untuk perjalanan ini, Anda dapat membangun segmen tersebut melalui konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya tentang segmen, lihat [Segmen bangunan](#).

 Note

Segmen impor dan segmen dinamis berdasarkan segmen yang diimpor tidak didukung. Daftar dropdown menunjukkan jenis segmen. Sementara segmen yang ditampilkan dalam daftar dropdown mungkin menunjukkan bahwa itu dinamis, jika didasarkan pada segmen yang diimpor, Anda akan mendapatkan kesalahan

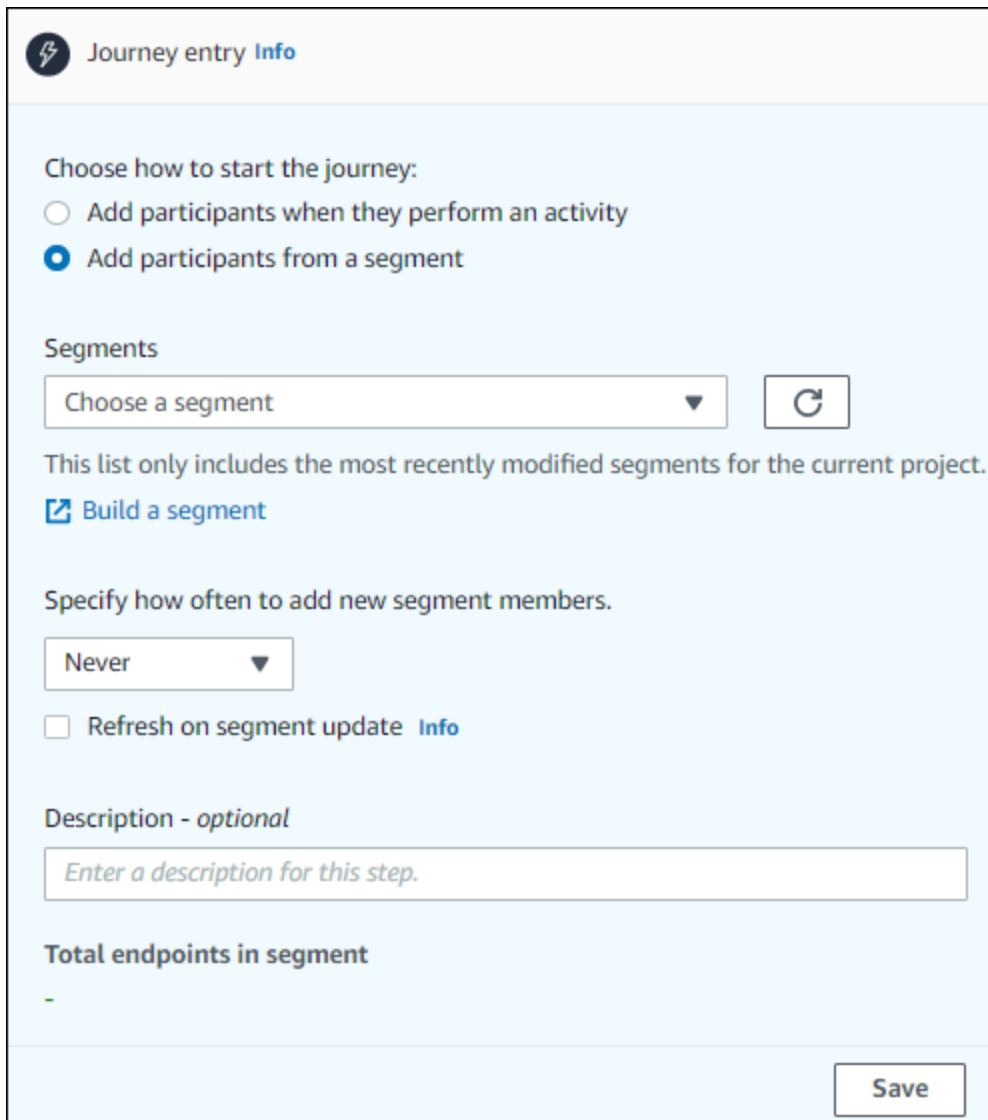
6. (Opsional) Untuk **Deskripsi**, masukkan teks yang menggambarkan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
7. Pilih **Save (Simpan)**.

Menambahkan peserta dari segmen

Untuk jenis perjalanan ini, Anda memilih segmen untuk berpartisipasi dalam perjalanan. Anda dapat mengonfigurasi aktivitas entri Perjalanan secara opsional untuk menambahkan peserta perjalanan baru dengan mencari anggota segmen baru secara berkala.

Untuk menambahkan peserta dari segmen

1. PilihMenambahkan peserta dari segmen.



Journey entry [Info](#)

Choose how to start the journey:

- Add participants when they perform an activity
- Add participants from a segment

Segments

Choose a segment

This list only includes the most recently modified segments for the current project.

[Build a segment](#)

Specify how often to add new segment members.

Refresh on segment update [Info](#)

Description - optional

Total endpoints in segment

-

2. UntukSegmen, pilih segmen yang ingin Anda tambahkan ke perjalanan.

Tip

Anda hanya dapat menyertakan satu segmen diEntri perjalananaktivitas. Jika Anda perlu menambahkan lebih banyak segmen, Anda dapat membuat segmen baru yang mencakup semua segmen yang ingin Anda tambahkan ke perjalanan. Kemudian, nanti dalam perjalanan, Anda dapat menggunakan aktivitas split multivariat untuk membagi peserta perjalanan menjadi kelompok terpisah berdasarkan keanggotaan segmen mereka.

3. (Opsional) Untuk Tentukan seberapa sering menambahkan anggota segmen baru, pilih seberapa sering keanggotaan segmen harus dievaluasi dan disegarkan. Anda dapat memilih Tidak pernah, atau Anda dapat memilih untuk memeriksa jadwal. Misalnya, jika Anda memilih Setiap 12 jam sekali, Amazon Pinpoint memeriksa anggota segmen baru setiap 12 jam. Jika anggota segmen baru ditemukan selama salah satu pemeriksaan ini, mereka ditambahkan ke perjalanan. Endpoint yang ada juga dievaluasi ulang. Jika Entri maksimum per interval Lebih besar dari 1, maka titik akhir yang ada juga masuk kembali dalam perjalanan.

Specify how often to add new segment members.

Once every hours


Refresh on segment update [Info](#)

Anda juga dapat memilih secara opsional Segarkan pada pembaruan segmen. Jika Anda mengaktifkan fitur ini, titik akhir baru ditambahkan ke perjalanan saat segmen diperbarui. Agar fitur ini berfungsi seperti yang diharapkan, Anda juga harus memilih interval penyegaran.

Tabel berikut menjelaskan bagaimana perubahan pada keanggotaan segmen ditangani dalam berbagai situasi.

Interval penyegaran	Status Segarkan pada pembaruan segmen pilihan	Perilaku
Atur ke Tidak pernah	Tidak diaktifkan	Hanya titik akhir yang merupakan anggota segmen asli yang diproses. Setiap titik akhir yang ditambahkan sebelum perjalanan

Interval penyegaran	StatusSegarkan pada pembaruan segmenpilihan	Perilaku
		dimulai disertakan. Titik akhir yang ditambahkan atau dihapus dari segmen setelah perjalanan dimulai tidak diproses.
Atur keTidak pernah	Enabled	Jika perjalanan saat ini memproses titik akhir, setiap perubahan pada segmen akan dievaluasi. Namun, jika perjalanan telah selesai memproses titik akhir, titik akhir apa pun yang ditambahkan atau dihapus setelah perjalanan dimulai tidak disertakan.

Interval penyegaran	StatusSegarkan pada pembaruan segmenpilihan	Perilaku
Atur ke periode waktu	Tidak diaktifkan	<p>Setiap titik akhir yang ditambahkan ke segmen dinamis, atau yang umum di seluruh pembaruan segmen, diproses batas perjalanan lainnya memungkinkannya. Titik akhir yang dihapus tidak diproses oleh perjalanan.</p> <div data-bbox="1089 684 1507 1713"><p> Note</p><p>Perjalanan ini mengevaluasi kembali keanggotaan segmen berdasarkan kriteria segmen yang hadir saat perjalanan pertama kali diluncurkan. Jika Anda mengubah kriteria segmen setelah meluncurkan perjalanan yang menggunakan opsi ini, perjalanan tidak akan mempertimbangkan kriteria baru saat mengevaluasi ulang segmen tersebut.</p></div>

Interval penyegaran	StatusSegarkan pada pembaruan segmenpilihan	Perilaku
Atur ke periode waktu	Enabled	Perubahan pada segmen dinamis dan impor dievaluasi dan diperbarui berdasarkan interval penyegaran. Perubahan juga dievaluasi ketika segmen diubah. Setiap titik akhir segmen yang ditambahkan, atau yang umum di seluruh pembaruan segmen, diproses jika diizinkan oleh batas perjalanan lainnya. Titik akhir yang dihapus tidak diproses oleh perjalanan.

4. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menggambarkan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
5. Pilih Save (Simpan). Ketika Anda selesai menyiapkan aktivitas entri perjalanan, Anda dapat mulai [menambahkan aktivitas lain ke dalam perjalanan](#).

Selanjutnya: [Tambahkan aktivitas ke dalam perjalanan](#)

Tambahkan aktivitas ke dalam perjalanan

Kegiatan adalah bagian terpenting dari setiap perjalanan. Kegiatan mewakili langkah-langkah yang diterapkan pada peserta perjalanan. Anda dapat menggunakan aktivitas untuk mengirim pesan ke peserta perjalanan di berbagai saluran, atau membaginya menjadi grup yang lebih kecil, atau menunggu selama jangka waktu tertentu. Ada beberapa jenis kegiatan yang dapat Anda tambahkan ke perjalanan. Bagian ini memberikan informasi dasar tentang menambahkan aktivitas ke dalam perjalanan. Untuk informasi rinci tentang pengaturan setiap jenis aktivitas, lihat [Menyiapkan kegiatan perjalanan](#).

Note

Elemen perjalanan keluar ditambahkan ke alur perjalanan setelah meninjau dan mempublikasikan perjalanan Anda.

Menyiapkan kegiatan perjalanan

Setiap jenis aktivitas perjalanan memiliki komponen terpisah yang harus Anda konfigurasi. Bagian berikut memberikan informasi tambahan tentang pengaturan setiap jenis kegiatan.

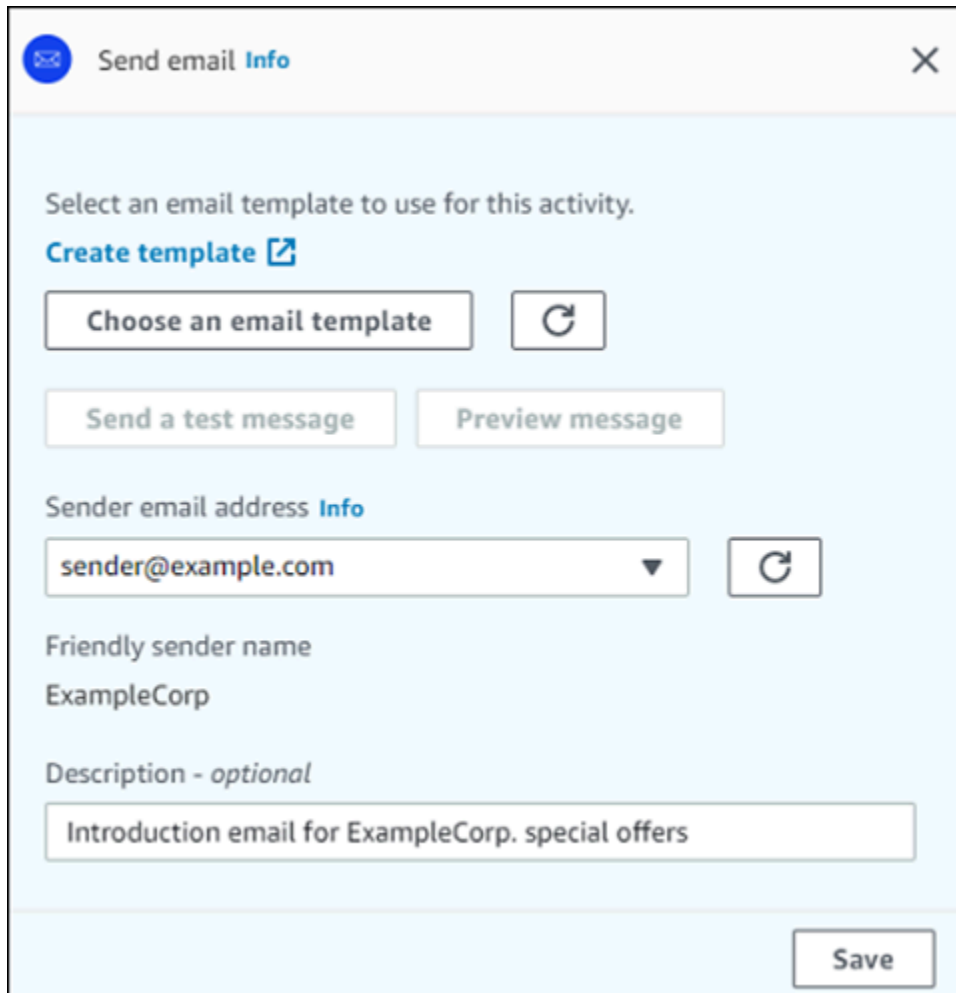
Topik di bagian ini:

- [Menyiapkan aktivitas email](#)
- [Menyiapkan aktivitas notifikasi push](#)
- [Mengatur aktivitas pesan SMS](#)
- [Menyiapkan aktivitas pusat kontak](#)
- [Menyiapkan aktivitas saluran pesan khusus](#)
- [Menyiapkan aktivitas menunggu](#)
- [Siapkan aktivitas split ya/tidak](#)
- [Mengatur aktivitas split multivariat](#)
- [Menyiapkan aktivitas penahanan](#)
- [Menyiapkan aktivitas split acak](#)

Menyiapkan aktivitas email

Ketika peserta perjalanan tiba di aktivitas Kirim email, Amazon Pinpoint segera mengirimi mereka email. Sebelum Anda dapat mengkonfigurasi aktivitas email, Anda harus membuat template email. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat templat email, lihat [Membuat templat email](#).

Untuk mengatur aktivitas email



The screenshot shows a configuration window titled "Send email" with an "Info" icon and a close button. The main instruction is "Select an email template to use for this activity." Below this, there is a "Create template" link with an external icon. A "Choose an email template" button is followed by a refresh icon. Below these are "Send a test message" and "Preview message" buttons. The "Sender email address" field is set to "sender@example.com" with a dropdown arrow and a refresh icon. The "Friendly sender name" is "ExampleCorp". The "Description - optional" field contains "Introduction email for ExampleCorp. special offers". A "Save" button is at the bottom right.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Kirim email.
3. Di bawah Pilih templat email yang akan digunakan untuk aktivitas ini, pilih Pilih templat email, lalu pilih templat email untuk pesan yang ingin diterima peserta. Kemudian, di bawah Perilaku versi Templat, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint memperbarui pesan secara otomatis untuk menyertakan perubahan apa pun yang mungkin Anda buat pada templat sebelum pesan dikirim. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

i Tip

Anda dapat mengirim sendiri pratinjau pesan, bahkan jika akun Amazon Pinpoint Anda tidak berisi catatan titik akhir untuk alamat email Anda. Untuk mengirim pratinjau, pilih Kirim pesan pengujian.

4. Untuk alamat email Pengirim, pilih alamat email yang ingin Anda kirim pesan. Daftar ini berisi semua alamat email terverifikasi untuk akun Amazon Pinpoint Anda di Wilayah saat ini AWS . Untuk informasi tentang memverifikasi alamat email atau domain tambahan, lihat [Memverifikasi identitas email](#).

i Tip

Untuk menampilkan nama pengirim yang ramah untuk pesan, pilih alamat email default untuk proyek. Nama pengirim yang ramah adalah nama yang muncul di klien email peserta saat mereka menerima pesan. Untuk mengubah alamat email default untuk proyek atau nama pengirim ramah untuk alamat tersebut, perbarui pengaturan proyek untuk saluran email. Untuk melakukannya, pilih Pengaturan di panel navigasi kiri, lalu pilih Email. Kemudian, masukkan pengaturan yang Anda inginkan.

5. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
6. Setelah selesai, pilih Simpan.

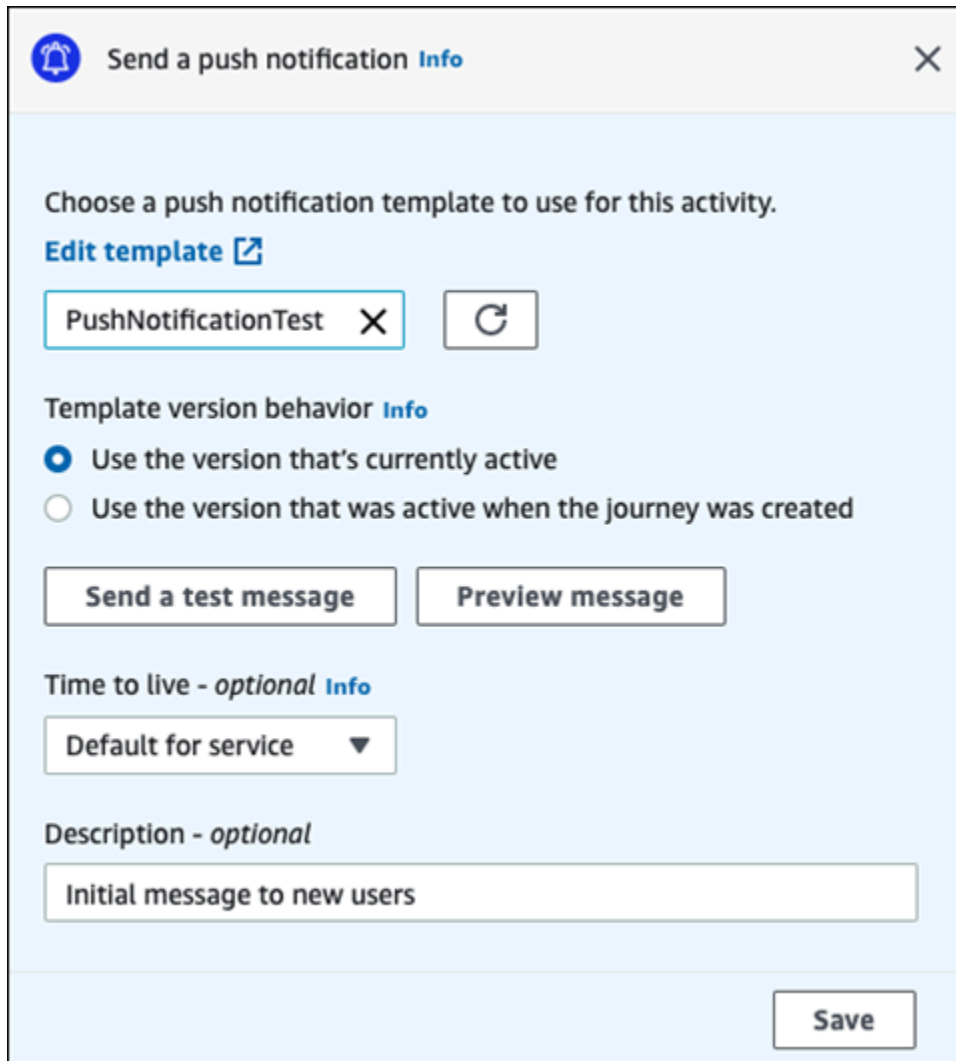
Menyiapkan aktivitas notifikasi push

Saat peserta perjalanan tiba di aktivitas Kirim pemberitahuan push, Amazon Pinpoint segera mengirimkan pemberitahuan push kepada mereka. Sebelum Anda dapat mengonfigurasi aktivitas pemberitahuan push, Anda harus membuat template notifikasi push. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat templat pemberitahuan push, lihat [Membuat templat notifikasi push](#).

i Note

Untuk mengirim pemberitahuan push ke peserta perjalanan, aplikasi Anda harus diintegrasikan dengan AWS SDK. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menangani Pemberitahuan Push](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Untuk mengatur aktivitas notifikasi push



The screenshot shows a dialog box titled "Send a push notification" with a close button (X) in the top right corner. The dialog contains the following elements:

- A header bar with a bell icon and the text "Send a push notification Info".
- Instructional text: "Choose a push notification template to use for this activity."
- A link: "Edit template" with an external link icon.
- A template selection box containing "PushNotificationTest" and a close button (X), next to a refresh button (circular arrow).
- Section: "Template version behavior Info" with two radio button options:
 - Use the version that's currently active
 - Use the version that was active when the journey was created
- Two buttons: "Send a test message" and "Preview message".
- Section: "Time to live - optional Info" with a dropdown menu set to "Default for service".
- Section: "Description - optional" with a text input field containing "Initial message to new users".
- A "Save" button at the bottom right.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Kirim pemberitahuan push.
3. Di bawah Pilih templat pemberitahuan push untuk aktivitas ini, pilih Pilih templat pemberitahuan push, lalu pilih templat pemberitahuan push untuk pesan yang ingin diterima peserta. Kemudian, di bawah Perilaku versi Templat, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint menggunakan versi templat yang saat ini ditetapkan sebagai aktif atau versi templat yang aktif saat perjalanan dibuat. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Tip


Anda dapat mengirim sendiri pratinjau pesan, meskipun akun Amazon Pinpoint Anda tidak berisi ID titik akhir atau token perangkat yang Anda tentukan. Untuk mengirim pratinjau, pilih Kirim pesan pengujian.

4. (Opsional) Agar Waktu aktif, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint menggunakan nilai default time to live (TTL) atau nilai kustom untuk setiap layanan pemberitahuan push. Secara default, Amazon Pinpoint menggunakan nilai TTL maksimum dari setiap layanan notifikasi push masing-masing. Anda juga dapat menentukan nilai TTL khusus untuk semua layanan pemberitahuan push. Jika pengiriman pesan gagal, layanan pemberitahuan push mencoba mengirimkan pesan untuk jumlah waktu yang Anda tentukan dalam pengaturan ini. Untuk informasi tentang waktu tertentu untuk nilai live, lihat [Pesan](#) di Referensi API Amazon Pinpoint.
5. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
6. Setelah selesai, pilih Simpan.


Mengatur aktivitas pesan SMS


Ketika peserta perjalanan tiba di aktivitas Kirim pesan SMS, Amazon Pinpoint segera mengirimi mereka pesan SMS. Sebelum Anda dapat mengkonfigurasi aktivitas SMS, Anda harus membuat template SMS. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat template SMS, lihat [Membuat templat SMS](#).

Untuk mengatur aktivitas pesan SMS

 Send an SMS message [Info](#) ✕

Choose an SMS template to use for this activity.

[Edit template](#) 

MyTemplate ✕ 

Template version behavior [Info](#)

Use the version that's currently active
Active Version: 1

Use the version that was active when the journey was created

Send a test message Preview message

Message type

Choose the type of message that you want to send. [Info](#)

Transactional
Critical or time-sensitive messages

Promotional
Non-critical messages, including marketing messages


▶ **Additional settings – optional**

Description - *optional*

Save

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Kirim pesan SMS.

3. Di bawah Pilih templat pesan SMS untuk aktivitas ini, pilih Pilih templat pesan SMS, lalu pilih templat pesan SMS untuk pesan yang ingin diterima peserta. Kemudian, di bawah Perilaku versi Templat, tentukan apakah Anda ingin Amazon Pinpoint menggunakan versi templat yang saat ini ditetapkan sebagai aktif atau versi templat yang aktif saat perjalanan dibuat. Untuk mempelajari selengkapnya tentang opsi ini, lihat [Mengelola versi template pesan](#).
4. Pilih Kirim pesan pengujian jika Anda ingin menguji aktivitas ini terlebih dahulu. Pesan uji tidak dihitung terhadap batas pengiriman harian Anda, tetapi Anda dikenakan biaya untuk setiap pesan. Saat mengirim pesan pengujian, Anda diminta untuk memilih nomor originasi secara opsional tetapi harus memilih nomor tujuan.

 Note

Jika akun Anda ada di kotak pasir SMS, Anda hanya dapat mengirim pesan tes ke salah satu nomor tujuan terverifikasi Anda. Jika nomor tujuan tidak muncul dalam daftar, pilih Kelola nomor untuk menambahkan nomor baru tersebut. Untuk informasi selengkapnya tentang memverifikasi nomor tujuan, lihat [Tentang kotak pasir SMS Amazon Pinpoint](#).

5. Untuk Message type (Jenis pesan), pilih salah satu jenis berikut:
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting, seperti pesan pemasaran.
 - Transaksional — Pesan penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti kata sandi satu kali untuk otentikasi multi-faktor.
6. (Opsional) Jika perlu, perluas bagian Pengaturan tambahan untuk mengonfigurasi pengaturan terkait SMS opsional. Bagian Pengaturan tambahan berisi dua tab:
 - Pada tab Pengaturan SMS Anda dapat mengonfigurasi pengaturan berikut:
 - Nomor telepon Originasi — Nomor telepon tempat pesan akan dikirim. Daftar ini berisi semua nomor telepon khusus yang ada di akun Amazon Pinpoint Anda.
 - ID Pengirim — ID alfanumerik yang mengidentifikasi pengirim pesan SMS. ID Pengirim muncul di perangkat penerima hanya jika penerima berada di negara tempat ID Pengirim didukung. Jika Anda menentukan ID Pengirim dalam aktivitas perjalanan, ID Pengirim akan mengganti nilai default untuk akun Anda. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang negara mana yang mendukung ID Pengirim, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

Note

Anda hanya perlu menetapkan salah satu dari nilai-nilai ini. Jika Anda menentukan kedua nilai, Amazon Pinpoint mencoba mengirim pesan menggunakan nomor telepon originasi khusus.

- Pada tab Pengaturan Peraturan, Anda dapat mengonfigurasi pengaturan yang berlaku khusus untuk mengirim pesan ke penerima di India. Jika Anda mengirim pesan ke penerima di India, Anda harus menentukan ID Pengirim, serta kedua nilai berikut:
 - Entity ID — ID yang terkait dengan perusahaan atau merek Anda, yang disediakan oleh TRAI selama proses pendaftaran ID Pengirim.
 - ID Template - ID yang terkait dengan template pesan Anda. Nilai ini juga diberikan oleh TRAI selama proses pendaftaran ID Pengirim.

Note

Jika Anda tidak mengirim pesan ke penerima di India, atau jika Anda mengirim pesan ke India menggunakan rute Operator Jarak Jauh Internasional, Anda tidak perlu menentukan nilai ID Entitas dan ID Templat.

Untuk informasi selengkapnya tentang persyaratan peraturan untuk mengirim pesan SMS ke India, lihat [Persyaratan khusus untuk mengirim pesan SMS ke penerima di India](#).

7. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
8. Setelah selesai, pilih Simpan.

Menyiapkan aktivitas pusat kontak

Saat peserta perjalanan tiba di aktivitas Kirim melalui pusat kontak, Amazon Pinpoint menempatkannya ke kampanye keluar Amazon Connect (disebut dalam Amazon Pinpoint sebagai kampanye Amazon Connect). Anda dapat mengonfigurasi jenis aktivitas ini untuk menghubungi nomor telepon peserta perjalanan dan menghubungkannya ke agen, atau memutar pesan suara.


Kegiatan contact center berperilaku sedikit berbeda jika dibandingkan dengan jenis kegiatan perjalanan lainnya. Ketika peserta perjalanan tiba di aktivitas Kirim melalui pusat kontak, semua

aktivitas sebelumnya antara aktivitas pusat kontak dan aktivitas pesan sebelumnya yang melibatkan aktivitas split Multivariat atau Ya/Tidak split dievaluasi kembali segera sebelum nomor telepon peserta dimasukkan ke dalam antrian Amazon Connect untuk dihubungi. Jika tidak ada aktivitas pesan sebelum aktivitas pusat kontak, maka kriteria entri perjalanan juga dievaluasi ulang.

Tujuan dari proses evaluasi ulang ini adalah untuk memastikan bahwa peserta perjalanan masih memenuhi syarat untuk menerima panggilan telepon pada saat panggilan telepon antri. Perilaku ini berguna karena atribut peserta dapat berubah antara waktu ketika mereka tiba di aktivitas pusat kontak dan waktu ketika agen tersedia untuk memanggil mereka. Ini adalah perilaku default dan tidak dapat dimatikan.

Evaluasi ulang perjalanan menyimpan hasil evaluasi peserta untuk dihubungi dengan timer 10 detik. Seorang peserta akan dievaluasi ulang setiap 10 detik sekali dan hasilnya disimpan hingga evaluasi ulang berikutnya. Ini berarti bahwa jika waktu antara pembaruan dan panggilan kurang dari 10 detik, evaluasi mungkin tidak terjadi dengan versi terbaru peserta.

Misalnya, asumsikan perjalanan berisi langkah masuk yang menambahkan anggota segmen tertentu ke dalam perjalanan, dan aktivitas split ya/tidak yang memeriksa untuk melihat apakah peserta perjalanan telah menyelesaikan jenis transaksi tertentu. Dalam skenario ini, cabang “ya” dari perpecahan ya/tidak (untuk peserta yang menyelesaikan transaksi) mengirimkan email tindak lanjut, sedangkan cabang “tidak” (untuk peserta yang tidak menyelesaikan transaksi) mengarah ke aktivitas pusat kontak. Peserta yang tiba di aktivitas pusat kontak tetap berada di sana hingga panggilan berhasil diantri ke Amazon Connect. Ketika agen tersedia, perjalanan mengevaluasi kembali atribut peserta terhadap kriteria dalam langkah entri perjalanan dan aktivitas split ya/tidak.

 Important


Aktivitas Contact Center tidak didukung dalam perjalanan yang dipicu peristiwa.

Prasyarat

Sebelum Anda dapat menambahkan aktivitas pusat kontak ke perjalanan, Anda harus melakukan hal berikut:

- Buat akun dan instans Amazon Connect.
- Gunakan Amazon AppIntegrations untuk mengaktifkan kampanye keluar volume tinggi untuk instans Amazon Connect Anda.
- Aktifkan instans Amazon Connect Anda untuk panggilan keluar.

- Buat antrian komunikasi keluar khusus untuk menangani kontak apa pun yang akan diarahkan ke agen sebagai hasil dari kampanye. Antrian harus ditetapkan ke profil perutean agen.
- Membuat dan memublikasikan alur kontak yang menyertakan blok kemajuan panggilan Periksa. Blok ini memungkinkan Anda untuk melakukan cabang berdasarkan apakah seseorang menjawab telepon, misalnya, atau pesan suara terdeteksi.
- Pastikan antrian Amazon Connect yang ingin Anda gunakan memiliki nomor keluar yang ditentukan dalam antrian.
- Di IAM, buat kebijakan dan peran yang memungkinkan Amazon Connect mengirim pesan melalui Amazon Pinpoint.

 Note

[Peran ResourceID yang ditentukan ConnectCampaignExecutionRoleArn untuk mendukung peran layanan IAM dan `service-linked-roles`](#) Untuk informasi selengkapnya, lihat [pengidentifikasi IAM](#) di AWS Identity and Access Management Panduan Pengguna.

Anda dapat menemukan prosedur untuk menyelesaikan tugas ini dalam langkah 1—5 dari [Lakukan panggilan prediktif dan progresif menggunakan Amazon Connect outbound](#) di blog Pusat AWS Kontak.

Menyiapkan aktivitas pusat kontak

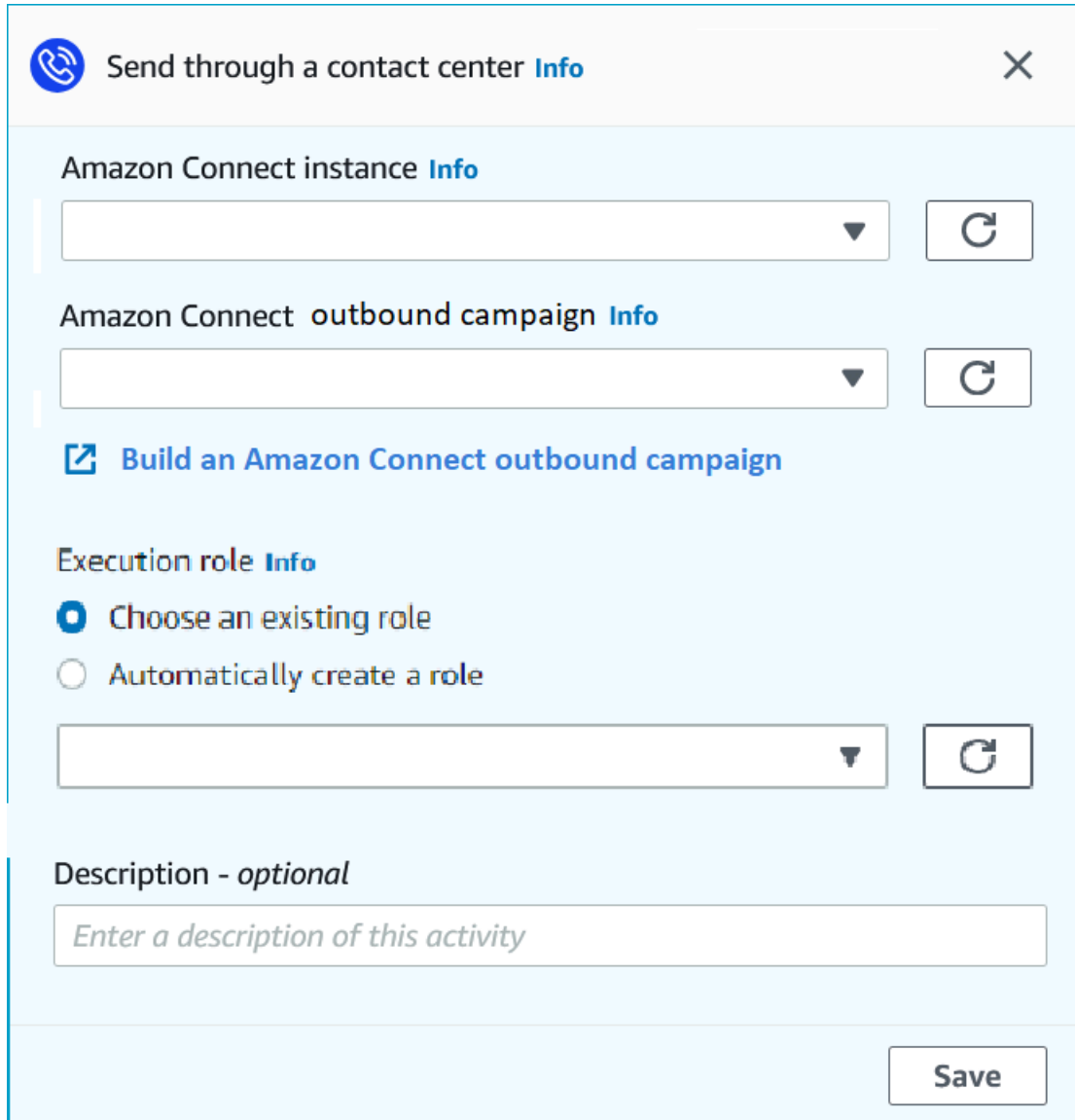
Anda dapat menghubungkan perjalanan Anda ke kampanye keluar Amazon Connect yang ada, atau klik untuk membuat kampanye keluar Amazon Connect.

Perhatikan pertimbangan berikut saat menggunakan aktivitas pusat kontak di Amazon Pinpoint:

- Anda hanya dapat menggunakan 3 aktivitas contact center dalam satu Perjalanan.
- Anda hanya dapat menggunakan satu kampanye Amazon Connect per perjalanan. Jika perjalanan berisi beberapa aktivitas pusat kontak, dan Anda mengubah kampanye Amazon Connect untuk satu aktivitas, perubahan tersebut tercermin dalam semua aktivitas pusat kontak lainnya dalam perjalanan yang sama.
- Anda dapat menggunakan satu kampanye Amazon Connect dalam beberapa perjalanan. Amazon Pinpoint menampilkan peringatan jika kampanye Amazon Connect sudah digunakan saat Anda memublikasikan perjalanan.
- Nomor telepon pelanggan Anda harus ada di Amazon Pinpoint sebagai titik akhir suara.

- Nomor telepon titik akhir harus dalam format E.164. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [E.164: Rencana penomoran telekomunikasi publik internasional di situs web International Telecommunications Union](#).

Menggunakan kampanye Amazon Connect yang sudah ada



The screenshot shows a configuration window titled "Send through a contact center" with a close button (X) in the top right corner. The window contains several sections:

- Amazon Connect instance**: A dropdown menu with a refresh button (G) to its right.
- Amazon Connect outbound campaign**: A dropdown menu with a refresh button (G) to its right.
- Build an Amazon Connect outbound campaign**: A blue link with an external link icon.
- Execution role**: Two radio buttons: "Choose an existing role" (selected) and "Automatically create a role". Below them is a dropdown menu with a refresh button (G).
- Description - optional**: A text input field with the placeholder text "Enter a description of this activity".
- Save**: A button at the bottom right of the window.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Kirim melalui pusat kontak.
3. Pilih instans Amazon Connect yang ingin Anda gunakan.
4. Pilih kampanye keluar Amazon Connect dari daftar dropdown.

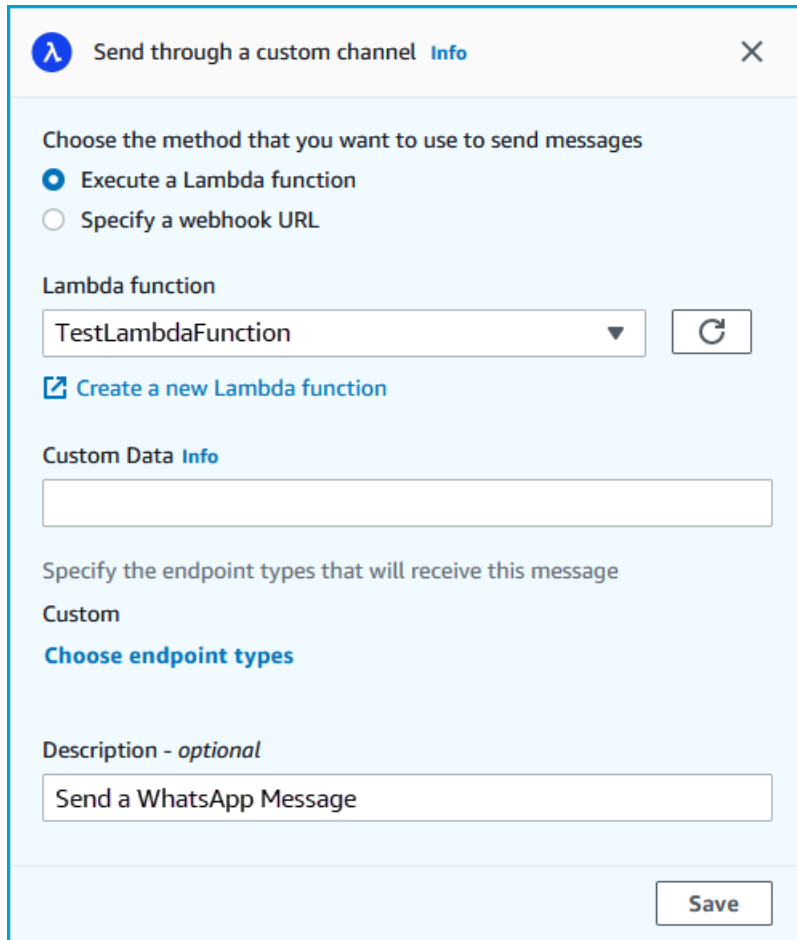
5. (Opsional) Anda dapat memilih Membangun kampanye keluar Amazon Connect, yang mengarahkan Anda ke Amazon Connect.
6. Untuk peran IAM, selesaikan salah satu langkah berikut:
 - a. Jika Anda ingin Amazon Pinpoint membuat peran yang memungkinkannya meneruskan nomor telepon ke Amazon Connect, pilih Buat peran secara otomatis. Kemudian, untuk peran IAM, masukkan nama unik untuk peran baru yang Anda buat.
 - b. Jika Anda telah membuat peran IAM yang memungkinkan Amazon Pinpoint meneruskan nomor telepon ke Amazon Connect, pilih Pilih peran yang ada. Kemudian, untuk peran IAM, pilih peran yang berisi izin yang sesuai.
7. (Opsional) Dalam Deskripsi, jelaskan tujuan kegiatan. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai label aktivitas.
8. Setelah selesai, pilih Simpan.

Menyiapkan aktivitas saluran pesan khusus

Saat peserta perjalanan tiba di aktivitas Kirim melalui saluran khusus, Amazon Pinpoint mengirimkan informasi tentang peserta ke fungsi AWS Lambda atau webhook. Saluran khusus memungkinkan Anda mengirim pesan ke pelanggan Anda melalui layanan apa pun yang memiliki API, termasuk AWS non-layanan.

Sebelum Anda dapat mengonfigurasi aktivitas saluran khusus, Anda harus memutuskan apakah akan menggunakan fungsi Lambda atau URL webhook untuk mengirim pesan Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat saluran pesan khusus, lihat [Membuat saluran khusus di Amazon Pinpoint di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.

Untuk mengatur aktivitas saluran pesan kustom yang memanggil fungsi Lambda



The screenshot shows a configuration window titled "Send through a custom channel" with a close button (X) in the top right corner. The window contains the following sections:

- Choose the method that you want to use to send messages:** Two radio buttons are present: "Execute a Lambda function" (which is selected) and "Specify a webhook URL".
- Lambda function:** A dropdown menu currently displays "TestLambdaFunction" with a downward arrow, and a refresh button (circular arrow icon) to its right.
- Create a new Lambda function:** A blue link with an external link icon.
- Custom Data:** A text input field with an "Info" link to its right.
- Specify the endpoint types that will receive this message:** A section header "Custom" is followed by a link "Choose endpoint types".
- Description - optional:** A text input field containing the text "Send a WhatsApp Message".
- Save:** A button located at the bottom right of the dialog.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Kirim melalui saluran khusus.
3. Untuk Pilih metode yang ingin Anda gunakan untuk mengirim pesan, pilih Jalankan fungsi Lambda.
4. Untuk fungsi Lambda, pilih fungsi yang ingin Anda jalankan.
5. (Opsional) Data Kustom adalah ketika titik akhir dikirim ke saluran khusus, data kustom juga ada di payload. Bidang ini dapat berisi hingga 5000 karakter alfanumerik.
6. Untuk Menentukan jenis titik akhir yang akan menerima pesan ini, pilih jenis titik akhir yang diterapkan saluran kustom. Secara default, hanya tipe titik akhir Kustom yang dipilih. Untuk menambahkan jenis titik akhir tambahan, pilih Pilih jenis titik akhir.
 - a. Fungsi lambda dapat digunakan untuk mengevaluasi titik akhir mana yang akan disertakan dalam segmen. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menyesuaikan segmen dengan AWS Lambda](#).

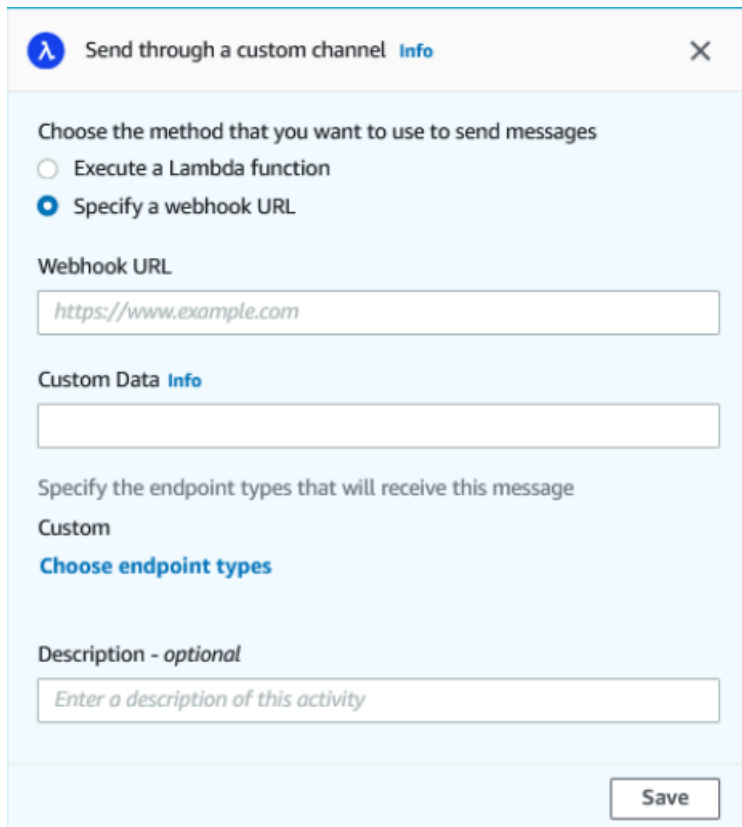
- b. Data Kustom adalah ketika titik akhir dikirim ke saluran khusus, data kustom juga ada di payload.

Note

Tipe endpoint lain yang tiba di aktivitas ini dikirim melaluinya, tetapi hanya tipe titik akhir yang Anda tentukan yang dikirim ke fungsi Lambda atau webhook.

7. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
8. Setelah selesai, pilih Simpan.

Untuk mengatur aktivitas saluran pesan kustom yang menggunakan URL webhook




The screenshot shows a configuration dialog titled "Send through a custom channel" with a close button (X) in the top right corner. The dialog is divided into several sections:

- Choose the method that you want to use to send messages:** Two radio buttons are present: "Execute a Lambda function" (unselected) and "Specify a webhook URL" (selected).
- Webhook URL:** A text input field containing the placeholder text "https://www.example.com".
- Custom Data:** A text input field with the label "Custom Data" and an "Info" link.
- Specify the endpoint types that will receive this message:** A section with the heading "Custom" and a link "Choose endpoint types".
- Description - optional:** A text input field with the placeholder text "Enter a description of this activity".

A "Save" button is located at the bottom right of the dialog.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Kirim melalui saluran khusus.

3. Untuk Pilih metode yang ingin Anda gunakan untuk mengirim pesan, pilih Tentukan URL webhook.
4. Untuk URL Webhook, masukkan alamat webhook yang ingin Anda jalankan. Untuk informasi selengkapnya tentang mengonfigurasi webhook, lihat [Membuat saluran khusus di Amazon Pinpoint di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#).
5. (Opsional) Data Kustom adalah ketika titik akhir dikirim ke saluran khusus, data kustom juga ada di payload. Bidang ini dapat berisi hingga 5000 karakter alfanumerik.
6. Untuk Menentukan jenis titik akhir yang akan menerima pesan ini, pilih jenis titik akhir yang diterapkan saluran kustom. Secara default, hanya tipe titik akhir Kustom yang dipilih. Untuk menambahkan jenis titik akhir tambahan, pilih Pilih jenis titik akhir.

 Note

Tipe endpoint lain yang tiba di aktivitas ini dikirim melaluinya, tetapi hanya tipe titik akhir yang Anda tentukan yang dikirim ke fungsi Lambda atau webhook.

7. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
8. Setelah selesai, pilih Simpan.

Menyiapkan aktivitas menunggu

Ketika peserta perjalanan tiba pada aktivitas Tunggu, mereka tetap pada aktivitas itu untuk jangka waktu tertentu atau sampai tanggal dan waktu tertentu. Jenis aktivitas ini adalah cara yang berguna untuk menjadwalkan pengiriman komunikasi yang sensitif terhadap waktu, atau memberi pelanggan waktu untuk berinteraksi dengan pesan yang Anda kirim sebelumnya dalam perjalanan.

Untuk mengatur aktivitas menunggu

The screenshot shows the configuration interface for a 'Wait' activity. At the top left is a green circular icon with a white hourglass and the word 'Wait'. To the right are icons for a trash can and an information symbol. Below this is a light blue header area with the text 'Participants should wait on this activity:'. There are two radio button options: 'For a period of time' (unselected) and 'Until a specific date' (selected). Below the options is the instruction 'Specify the date and time when participants should proceed to the next activity.' This is followed by four input fields: a date field containing '01/20/2021' with a calendar icon, a time field containing '9:00' with a clock icon, and two empty fields. Below these is a section titled 'Description - optional' with a text input field containing 'Wait until the campaign begins'. At the bottom right is a 'Save' button.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Tunggu.
3. Pilih salah satu opsi berikut:
 - Untuk jangka waktu tertentu — Pilih opsi ini jika Anda ingin peserta perjalanan tetap mengikuti aktivitas ini untuk jangka waktu tertentu. Kemudian, masukkan jumlah waktu yang Anda inginkan peserta perjalanan untuk menunggu aktivitas ini sebelum mereka melanjutkan ke aktivitas berikutnya. Anda dapat menentukan nilai yang sesingkat 1 jam atau selama 365 hari.
 - Hingga tanggal tertentu — Pilih opsi ini jika Anda ingin peserta perjalanan tetap mengikuti aktivitas ini hingga tanggal dan waktu tertentu. Kemudian, masukkan tanggal dan waktu kapan peserta perjalanan harus pindah ke aktivitas berikutnya. Anda dapat memilih tanggal dan waktu yang mendahului tanggal akhir perjalanan.
4. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
5. Setelah selesai, pilih Simpan.

Siapkan aktivitas split ya/tidak


Ketika peserta perjalanan tiba pada aktivitas split ya/tidak, mereka dikirim ke salah satu dari dua jalur berdasarkan atribut atau perilaku mereka. Anda dapat menggunakan jenis aktivitas terpisah ini untuk mengirim peserta perjalanan ke jalur terpisah berdasarkan keanggotaan mereka di segmen. Anda juga dapat mengirim peserta ke jalur terpisah berdasarkan interaksi mereka dengan aktivitas perjalanan lainnya. Misalnya, Anda dapat membagi peserta perjalanan berdasarkan apakah mereka membuka email yang dikirim sebelumnya dalam perjalanan.

Note

Untuk membuat aktivitas terpisah yang mengirim peserta ke jalur berbeda berdasarkan peristiwa pemberitahuan push (seperti peristiwa Terbuka atau Diterima), aplikasi seluler Anda harus menentukan nilai ID Pengguna dan ID Titik Akhir. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengintegrasikan Amazon Pinpoint dengan aplikasi Anda](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Jika segmen Journey berada di tingkat pengguna, dengan `user_id` dalam data dan kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi pemisahan bersyarat adalah atribut endpoint, Amazon Pinpoint memproses atribut journey menggunakan OR logis antara nilai atribut untuk titik akhir pengguna yang berbeda. Misalnya, jika satu pengguna memiliki beberapa titik akhir, dan jika salah satu dari titik akhir ini memenuhi kriteria, semua titik akhir yang ditautkan ke pengguna tersebut akan dikelompokkan bersama dan dievaluasi sebagai 'Ya', dan akan turun cabang 'Ya' dari aktivitas pemisahan Ya/Tidak.

Untuk mengatur aktivitas split ya/tidak

 Yes/no split [Info](#) ✕

Select a condition type

Event ▼

Choose a journey message activity and event

Unconfigured message (Custom) ▼

Call to function or webhook ▼

Response

Attribute	Value
<input type="text"/>	<input type="text"/>

ANY ▼ ✕

Select a condition type

Event ▼

Choose a journey message activity and event

Unconfigured message (Custom) ▼

Call to function or webhook failed ▼

Response

Attribute	Value
<input type="text"/>	<input type="text"/>

+ Add condition


Condition evaluation

The amount of time that Amazon Pinpoint waits before it evaluates the conditions.

Evaluate immediately ▼


Description - optional

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Tambahkan aktivitas, pilih Ya/tidak split.
3. Untuk Pilih jenis kondisi, pilih salah satu opsi berikut:
 - Segmen - Pilih opsi ini untuk mengirim semua anggota segmen yang dipilih ke jalur “Ya”. Kemudian, untuk Segmen, pilih segmen.
 - Acara — Pilih opsi ini untuk mengirim pengguna ke jalur “Ya” berdasarkan interaksi mereka dengan langkah sebelumnya dalam perjalanan ini. Kemudian, selesaikan langkah-langkah berikut:
 1. Untuk Acara, pilih aktivitas pesan yang ingin Anda bagi:
 2. Untuk Pilih aktivitas, pilih aktivitas pesan tempat pemisahan harus diterapkan. Bergantung pada jenis saluran aktivitas pesan yang Anda pilih, Anda akan memiliki opsi berikut untuk dibagi:
 - Untuk Email berikut adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Kirim — Amazon Pinpoint menerima pesan tersebut dan akan mencoba mengirimkannya.
 - Terkirim — Pesan berhasil dikirim ke penerima.
 - Ditolak - Amazon Pinpoint menolak pesan karena mengandung virus atau malware.
 - Hard bounce — Email tidak dikirim ke penerima karena masalah permanen. Misalnya, alamat email penerima mungkin tidak ada lagi. Saat pesan menghasilkan pantulan keras, Amazon Pinpoint tidak mencoba mengirimkannya kembali.
 - Soft bounce — Email tidak dikirim ke penerima karena masalah sementara. Misalnya, kotak masuk penerima bisa penuh, atau penyedia email mereka mungkin mengalami masalah sementara. Ketika soft bounce terjadi, Amazon Pinpoint mencoba untuk mengirimkan kembali pesan untuk jangka waktu tertentu. Jika pesan masih tidak dapat disampaikan, pesan menjadi hard bounce.
 - Keluhan — Penerima menerima email, tetapi menggunakan “Laporkan spam” atau tombol serupa di klien email mereka untuk melaporkan pesan sebagai tidak diinginkan.

 Note

Amazon Pinpoint mengandalkan laporan keluhan dari penyedia email untuk menghasilkan peristiwa keluhan. Beberapa penyedia email memberi kami laporan ini secara teratur, sementara yang lain jarang mengirimkannya.

- Buka — Penerima menerima email dan membukanya.


 Note

Agar Amazon Pinpoint menangkap acara terbuka Email, klien email penerima harus mengunduh gambar yang terdapat dalam pesan. Banyak klien email umum, seperti Microsoft Outlook, tidak mengunduh gambar email secara default.

- Klik — Penerima menerima email dan mengikuti salah satu tautan yang terdapat di badan pesan.
- Berhenti berlangganan — Penerima menerima email dan menggunakan tautan “Berhenti Berlangganan” untuk memilih keluar dari pesan future.
- Untuk SMS di sini adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Kirim - Amazon Pinpoint mencoba mengirim pesan.
 - Terkirim - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa pesan telah dikirimkan.
 - Gagal - Terjadi kesalahan saat mengirimkan pesan ke alamat titik akhir.
 - Opt-out — Pengguna yang terkait dengan alamat titik akhir telah memilih untuk tidak menerima pesan dari Anda.
- Untuk Push di sini adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Kirim - Amazon Pinpoint mencoba mengirim pesan.
 - Pemberitahuan terbuka - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa pesan dibuka oleh pengguna.
 - Diterima latar depan - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi pesan diterima oleh perangkat pengguna dan ditampilkan di latar depan.
 - Latar belakang yang diterima - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa pesan diterima oleh perangkat pengguna dan ditampilkan di latar belakang.
- Untuk Contact Center berikut adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Terhubung - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa panggilan terhubung ke agen.
 - Nada SIT - Amazon Pinpoint menerima respons yang diberikan panggilan kembali dengan nada sibuk.
 - Faks - Amazon Pinpoint menerima tanggapan, panggilan itu mengembalikan nada faks.

- Bunyi bip suara - Amazon Pinpoint menerima tanggapan, panggilan tersebut mengembalikan pesan suara dengan bunyi bip.
- Pesan suara tanpa bunyi bip - Amazon Pinpoint menerima tanggapan, panggilan tersebut mengembalikan pesan suara tanpa bunyi bip.
- Tidak dijawab - Amazon Pinpoint menerima tanggapan bahwa panggilan tidak dijawab dan berdering tanpa pesan suara.
- Saluran khusus - Untuk aktivitas saluran kustom, Anda dapat menentukan atribut respons dan nilai yang ingin Anda pisahkan. Anda harus memastikan atribut dan nilai ini diteruskan kembali ke perjalanan Amazon Pinpoint dengan cara yang dapat dibaca. Untuk informasi selengkapnya tentang bagaimana respons ini harus disusun, lihat [Membuat saluran khusus](#) di Amazon Pinpoint di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

3.

 Note

(Opsional) Untuk aktivitas saluran khusus, Anda dapat membagi berdasarkan panggilan ke fungsi atau respons webhook. Untuk mengonfigurasi ini, Anda dapat menentukan:

- Atribut — Nama atribut untuk mengevaluasi.
- Nilai — Nilai yang digunakan untuk menentukan cara membagi.

4. Untuk evaluasi Kondisi, pilih kapan Amazon Pinpoint harus mengevaluasi kondisinya. Anda dapat memilih dari opsi berikut:
 - Evaluasi segera — Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint memeriksa untuk melihat apakah kondisi acara yang Anda tentukan telah terpenuhi saat peserta perjalanan tiba pada aktivitas.
 - Evaluasi setelah - Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint menunggu untuk jangka waktu tertentu. Setelah periode waktu yang ditentukan telah berlalu, Amazon Pinpoint memeriksa untuk melihat apakah kondisi peristiwa yang Anda tentukan telah terpenuhi.
 - Evaluasi — Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint menunggu hingga tanggal dan waktu tertentu. Ketika tanggal dan waktu tersebut tiba, Amazon Pinpoint memeriksa untuk melihat apakah kondisi acara yang Anda tentukan telah terpenuhi.
5. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
6. Setelah selesai, pilih Simpan.

Mengatur aktivitas split multivariat

Ketika peserta perjalanan tiba pada aktivitas split Multivariat, mereka dikirim ke salah satu dari beberapa jalur berdasarkan atribut atau perilaku mereka. Jenis split ini mirip dengan perpecahan ya/tidak. Keuntungan menggunakan aktivitas split multivariat adalah dapat mengevaluasi lebih dari satu kondisi. Selain itu, setiap aktivitas split multivariat berisi jalur “Lain”. Peserta perjalanan yang tidak memenuhi salah satu kondisi yang Anda tentukan di jalur lain secara otomatis dikirim ke jalur “Lain”.

Anda dapat menggunakan jenis split ini untuk mengirim peserta perjalanan ke jalur terpisah berdasarkan keanggotaan mereka di segmen. Anda juga dapat mengirim peserta ke jalur terpisah berdasarkan interaksi mereka dengan aktivitas perjalanan lainnya. Misalnya, Anda dapat membagi peserta perjalanan berdasarkan apakah mereka membuka email yang dikirim sebelumnya dalam perjalanan.

Note

Jika peserta perjalanan memenuhi lebih dari satu syarat dalam pemisahan bersyarat, mereka diturunkan syarat pertama yang mereka temui, dalam urutan abjad. Misalnya, jika peserta memenuhi persyaratan di Cabang A dan Cabang D, mereka dikirim ke jalur yang sesuai dengan Cabang A.

Untuk membuat aktivitas terpisah yang mengirim peserta ke jalur berbeda berdasarkan peristiwa pemberitahuan push (seperti peristiwa Terbuka atau Diterima), aplikasi seluler Anda harus menentukan nilai ID Pengguna dan ID Titik Akhir. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengintegrasikan Amazon Pinpoint dengan aplikasi Anda](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.


Jika segmen Journey berada di tingkat pengguna, dengan `user_id` dalam data dan kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi pemisahan bersyarat adalah atribut endpoint, Amazon Pinpoint memproses atribut journey menggunakan OR logis antara nilai atribut untuk titik akhir pengguna yang berbeda. Misalnya, jika satu pengguna memiliki beberapa titik akhir, dan jika salah satu dari titik akhir ini memenuhi kriteria, semua titik akhir yang ditautkan ke pengguna tersebut akan dikelompokkan bersama dan dievaluasi sebagai 'Ya', dan akan turun cabang 'Ya' dari aktivitas pemisahan Ya/Tidak.

Untuk mengatur aktivitas split multivariat

The screenshot shows the 'Multivariate split' configuration window. At the top, there is a title bar with a green circle icon, the text 'Multivariate split', and an 'Info' link. Below this, there is a section for 'Branch A' which is currently selected. Under 'Branch A', there are three dropdown menus: 'Choose a condition type' (set to 'Event'), 'Choose a journey message activity and event' (set to 'Unconfigured message (Custom)'), and 'Call to function or webhook response'. Below these is a 'Response' section with 'Attribute' and 'Value' input fields. To the right of 'Branch A' is a 'Remove' button. Below 'Branch A' is a '+ Add another branch' link. At the bottom of the 'Branch A' section, there is a 'Condition evaluation' section with a dropdown set to 'Evaluate immediately' and a 'Description - optional' text area with the placeholder 'Enter a description of this activity'. A 'Save' button is located at the bottom right of the configuration window.


1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Tambahkan aktivitas, pilih Multivariate split.
3. Tentukan berapa banyak jalur berbeda (cabang) yang ingin Anda buat. Pilih Tambahkan cabang lain untuk membuat jalur tambahan.
4. Di setiap cabang, untuk Pilih jenis kondisi, pilih salah satu opsi berikut:

- Segmen - Pilih opsi ini untuk mengirim semua anggota segmen yang dipilih ke jalur. Kemudian, untuk Segmen, pilih segmen.
- Acara — Pilih opsi ini untuk mengirim pengguna ke jalur berdasarkan interaksi mereka dengan langkah sebelumnya dalam perjalanan ini. Kemudian, selesaikan langkah-langkah berikut:
 1. Untuk Acara, pilih aktivitas pesan yang ingin Anda pisahkan.
 2. Untuk Pilih aktivitas, pilih aktivitas pesan tempat pemisahan harus diterapkan. Bergantung pada jenis saluran aktivitas pesan yang Anda pilih, Anda akan memiliki opsi berikut untuk dibagi:
 - Untuk Email berikut adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Kirim — Amazon Pinpoint menerima pesan tersebut dan akan mencoba mengirimkannya.
 - Terkirim — Pesan berhasil dikirim ke penerima.
 - Ditolak - Amazon Pinpoint menolak pesan karena mengandung virus atau malware.
 - Hard bounce — Email tidak dikirim ke penerima karena masalah permanen. Misalnya, alamat email penerima mungkin tidak ada lagi. Saat pesan menghasilkan pantulan keras, Amazon Pinpoint tidak mencoba mengirimkannya kembali.
 - Soft bounce — Email tidak dikirim ke penerima karena masalah sementara. Misalnya, kotak masuk penerima bisa penuh, atau penyedia email mereka mungkin mengalami masalah sementara. Ketika soft bounce terjadi, Amazon Pinpoint mencoba untuk mengirimkan kembali pesan untuk jangka waktu tertentu. Jika pesan masih tidak dapat disampaikan, pesan menjadi hard bounce.
 - Keluhan — Penerima menerima email, tetapi menggunakan “Laporkan spam” atau tombol serupa di klien email mereka untuk melaporkan pesan sebagai tidak diinginkan.

 Note

Amazon Pinpoint mengandalkan laporan keluhan dari penyedia email untuk menghasilkan peristiwa keluhan. Beberapa penyedia email memberi kami laporan ini secara teratur, sementara yang lain jarang mengirimkannya.

- Buka — Penerima menerima email dan membukanya.

 Note

Agar Amazon Pinpoint menangkap acara terbuka Email, klien email penerima harus mengunduh gambar yang terdapat dalam pesan. Banyak klien email umum, seperti Microsoft Outlook, tidak mengunduh gambar email secara default.

- Klik — Penerima menerima email dan mengikuti salah satu tautan yang terdapat di badan pesan.
- Berhenti berlangganan — Penerima menerima email dan menggunakan tautan “Berhenti Berlangganan” untuk memilih keluar dari pesan future.
- Untuk SMS di sini adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Kirim - Amazon Pinpoint mencoba mengirim pesan.
 - Terkirim - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa pesan telah dikirimkan.
 - Gagal - Terjadi kesalahan saat mengirimkan pesan ke alamat titik akhir.
 - Opt-out — Pengguna yang terkait dengan alamat titik akhir telah memilih untuk tidak menerima pesan dari Anda.
- Untuk Push di sini adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Kirim - Amazon Pinpoint mencoba mengirim pesan.
 - Pemberitahuan terbuka - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa pesan dibuka oleh pengguna.
 - Diterima latar depan - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi pesan diterima oleh perangkat pengguna dan ditampilkan di latar depan.
 - Latar belakang yang diterima - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa pesan diterima oleh perangkat pengguna dan ditampilkan di latar belakang.
- Untuk Contact Center berikut adalah acara yang dapat Anda pilih.
 - Terhubung - Amazon Pinpoint menerima konfirmasi bahwa panggilan terhubung ke agen.
 - Nada SIT - Amazon Pinpoint menerima respons yang diberikan panggilan kembali dengan nada sibuk.
 - Faks - Amazon Pinpoint menerima tanggapan, panggilan itu mengembalikan nada faks.
 - Bunyi bip suara - Amazon Pinpoint menerima tanggapan, panggilan tersebut mengembalikan pesan suara dengan bunyi bip.

- Pesan suara tanpa bunyi bip - Amazon Pinpoint menerima tanggapan, panggilan tersebut mengembalikan pesan suara tanpa bunyi bip.
 - Tidak dijawab - Amazon Pinpoint menerima tanggapan bahwa panggilan tidak dijawab dan berdering tanpa pesan suara.
 - Saluran khusus - Untuk aktivitas saluran kustom, Anda dapat menentukan atribut respons dan nilai yang ingin Anda pisahkan. Anda harus memastikan atribut dan nilai ini diteruskan kembali ke perjalanan Amazon Pinpoint dengan cara yang dapat dibaca. Untuk informasi selengkapnya tentang bagaimana respons ini harus disusun, lihat [Membuat saluran khusus](#) di Amazon Pinpoint di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.
3. Untuk Pilih aktivitas dan acara pesan perjalanan, pilih Panggilan ke fungsi atau respons webhook.
- Atribut — Nama atribut untuk mengevaluasi.
 - Nilai — Nilai yang digunakan untuk menentukan cabang mana yang akan dilintasi untuk jalur.

Ulangi langkah ini untuk setiap jalur dalam aktivitas.

5. Untuk evaluasi Kondisi, pilih kapan Amazon Pinpoint harus mengevaluasi kondisinya. Anda dapat memilih dari opsi berikut:
- Evaluasi segera — Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint memeriksa untuk melihat apakah kondisi acara yang Anda tentukan telah terpenuhi pada saat peserta perjalanan tiba di aktivitas.
 - Evaluasi setelah - Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint menunggu untuk jangka waktu tertentu. Setelah periode waktu yang ditentukan telah berlalu, Amazon Pinpoint memeriksa untuk melihat apakah kondisi peristiwa yang Anda tentukan telah terpenuhi.
 - Evaluasi — Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint menunggu hingga tanggal dan waktu tertentu. Ketika tanggal dan waktu tersebut tiba, Amazon Pinpoint memeriksa untuk melihat apakah kondisi acara yang Anda tentukan telah terpenuhi.
6. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
7. Setelah selesai, pilih Simpan.

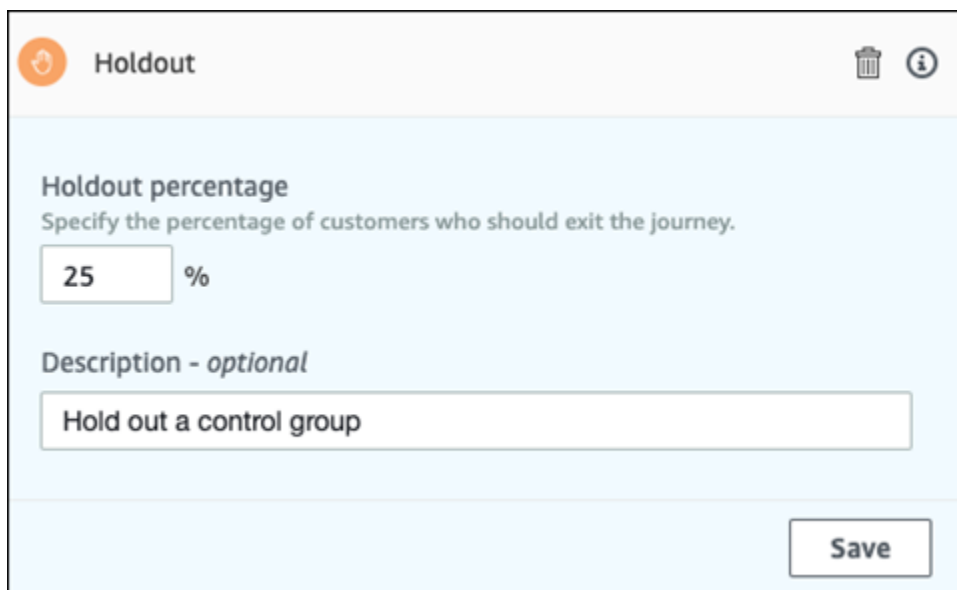
Menyiapkan aktivitas penahanan

Ketika peserta perjalanan tiba pada aktivitas Holdout, perjalanan berakhir untuk pemilihan peserta secara acak. Anda dapat menentukan persentase total peserta perjalanan yang ditahan. Aktivitas penahanan dapat membantu Anda mengukur dampak perjalanan dengan membuat grup kontrol yang tidak menerima pesan Anda. Ketika perjalanan selesai berjalan, Anda dapat membandingkan perilaku pengguna yang berpartisipasi dalam perjalanan dengan mereka yang merupakan bagian dari kelompok kontrol.

Note

Amazon Pinpoint menggunakan algoritma berbasis probabilitas untuk menentukan peserta perjalanan mana yang ditahan. Persentase peserta perjalanan yang ditahan akan sangat dekat dengan persentase yang Anda tentukan, tetapi mungkin tidak sepenuhnya sama.

Untuk mengatur aktivitas penahanan



The screenshot shows the configuration interface for a 'Holdout' activity. At the top left, there is an orange circular icon with a white arrow and the text 'Holdout'. To the right are a trash can icon and an information icon. Below this is a light blue header area with the text 'Holdout percentage' and a sub-instruction 'Specify the percentage of customers who should exit the journey.' A text input field contains the number '25' followed by a '%' symbol. Below that is a section titled 'Description - optional' with a text input field containing the text 'Hold out a control group'. At the bottom right of the form is a 'Save' button.

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Holdout.
3. Untuk persentase Holdout, masukkan persentase peserta perjalanan yang harus dicegah untuk melanjutkan ke aktivitas berikutnya dalam perjalanan.
4. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.

5. Setelah selesai, pilih Simpan.

Menyiapkan aktivitas split acak

Ketika peserta perjalanan tiba pada aktivitas split acak, mereka secara acak dikirim ke salah satu dari hingga lima jalur. Anda dapat membuat dua hingga lima jalur terpisah untuk jenis aktivitas ini. Jenis aktivitas ini berguna ketika Anda ingin mengukur efektivitas varian pesan yang berbeda.

Note

Amazon Pinpoint menggunakan algoritma berbasis probabilitas untuk menentukan peserta perjalanan mana yang dikirim ke setiap jalur dalam aktivitas split acak. Persentase peserta perjalanan yang dikirim ke setiap jalur akan sangat dekat dengan persentase yang Anda tentukan, tetapi mereka mungkin tidak sama sempurna.

Untuk mengatur aktivitas split acak

The screenshot shows the configuration for a 'Random split' activity. It features a header with a green icon and the text 'Random split', along with trash and info icons. Below the header, there are four branches listed: Branch A (orange), Branch B (blue), Branch C (green), and Branch D (yellow). Each branch has a text input field containing '25', followed by a '%' symbol and a close icon (X). A horizontal line separates the branches from a section containing a blue link '+ Add another branch' and the text 'Total: 100%'. Below this is a section for a 'Description - optional' with a text input field containing 'Split participants into 4 groups to compare message effectiveness'. At the bottom right, there is a 'Save' button.

Branch	Percentage
Branch A	25 %
Branch B	25 %
Branch C	25 %
Branch D	25 %

+ Add another branch Total: 100%

Description - optional

Split participants into 4 groups to compare message effectiveness

Save

1. Pilih Menambahkan aktivitas.
2. Untuk Menambahkan aktivitas, pilih Pemisahan acak.
3. Tentukan berapa banyak jalur berbeda (cabang) yang ingin Anda buat. Pilih Tambahkan cabang lain untuk membuat setiap jalur tambahan.
4. Di lapangan di sebelah masing-masing cabang, masukkan persentase peserta perjalanan yang harus diturunkan cabang tersebut. Nilai yang Anda tentukan harus berupa angka positif, dan nilai tersebut tidak dapat berisi desimal. Jumlah nilai yang Anda masukkan di semua cabang harus sama persis 100%.
5. (Opsional) Untuk Deskripsi, masukkan teks yang menjelaskan tujuan aktivitas. Saat Anda menyimpan aktivitas, teks ini muncul sebagai labelnya.
6. Setelah selesai, pilih Simpan.

Selanjutnya: [Tinjau dan uji perjalanan](#)

Tinjau dan uji perjalanan

Sebelum Anda dapat mempublikasikan perjalanan Anda, Anda harus memeriksanya untuk memastikan bahwa semua aktivitas yang dikandungnya dikonfigurasi dengan benar. Ini juga merupakan ide yang baik untuk mendaftarkan pengguna pengujian dalam salinan perjalanan sebelum Anda mempublikasikannya, untuk mengonfirmasi bahwa itu berperilaku seperti yang Anda harapkan untuk berperilaku. Bagian ini berisi informasi dan prosedur yang terkait dengan meninjau dan menguji perjalanan Anda.

Meninjau perjalanan

Fitur ulasan memberikan informasi tentang kesalahan konfigurasi dalam perjalanan Anda, dan juga memberikan beberapa rekomendasi.

Untuk meninjau perjalanan

1. Di sudut kanan atas ruang kerja perjalanan, pilih Tinjau. Panel Tinjau perjalanan Anda muncul di ruang kerja perjalanan. Gambar berikut menunjukkan ruang kerja perjalanan dengan panel Tinjau perjalanan Anda dibuka.

The screenshot shows the Amazon Pinpoint Journey Designer interface. At the top, it displays 'The Incredible Journey' in a 'DRAFT' state, with start and end conditions set to 'Immediately after publishing' and 'after 18 months' respectively. The interface is divided into two main panels:

- Review your journey (Left Panel):** This panel contains two error messages:
 - Multivariate split error:** One or more branches contains validation errors.
 - Email activity error:** The email template wasn't specified.
 A 'Next' button is located at the bottom of this panel.
- Send email Info (Right Panel):** This panel is used to configure an email activity. It includes:
 - A 'Choose an email template' button, which is currently disabled with a red error message: 'This field is required'.
 - Buttons for 'Send a test message' and 'Preview message'.
 - Fields for 'Sender email address' (set to 'sender@example.com'), 'Friendly sender name' (set to 'ExampleCorp'), and an optional 'Description' (set to 'Introduction email for ExampleCorp. special offers').
 - A 'Save' button at the bottom right.

The background shows a flowchart with a 'Branch A' and an 'Else' branch, with 'Add activity' buttons and a 'How do you like journeys?' feedback button.

2. Tinjau pesan galat yang ditampilkan di halaman pertama panel Tinjau perjalanan Anda. Anda tidak dapat mempublikasikan perjalanan Anda sampai Anda menyelesaikan semua masalah yang ditampilkan di halaman ini. Jika tidak ada masalah dengan perjalanan Anda, Anda melihat pesan yang menyatakan bahwa perjalanan Anda tidak mengandung kesalahan. Ketika Anda siap untuk melanjutkan, pilih Berikutnya.

Tip

Pilih kesalahan untuk langsung menuju aktivitas yang berlaku.

3. Halaman kedua panel Tinjau perjalanan Anda berisi rekomendasi dan praktik terbaik yang relevan dengan perjalanan Anda. Anda dapat melanjutkan tanpa menyelesaikan masalah yang ditampilkan di halaman ini. Saat Anda siap untuk melanjutkan, pilih Tandai sebagai ditinjau.
4. Di halaman ketiga panel Tinjau perjalanan Anda, Anda dapat mempublikasikan perjalanan Anda. Jika Anda siap untuk pelanggan untuk memasuki perjalanan, pilih Publikasikan. Namun, jika Anda ingin menguji perjalanan Anda terlebih dahulu, tutup panel Tinjau perjalanan Anda, lalu selesaikan langkah-langkahnya. [Menguji perjalanan](#)

Menguji perjalanan

Salah satu langkah terpenting dalam menciptakan perjalanan adalah mengujinya untuk memastikan bahwa itu berperilaku sebagaimana dimaksud. Perjalanan mencakup fitur pengujian yang membuatnya mudah untuk mengirim sekelompok peserta tes melalui perjalanan. Ini termasuk fitur yang memungkinkan Anda mengurangi atau menghilangkan jumlah waktu yang dihabiskan peserta untuk menunggu atau aktivitas split multivariat, sehingga Anda dapat menguji setiap perjalanan secara menyeluruh dan cepat.

Untuk menguji perjalanan

1. Buat segmen baru yang hanya berisi peserta tes yang ingin Anda ikuti dalam perjalanan tes. Atau, jika Anda sudah memiliki segmen peserta tes, lanjutkan ke langkah berikutnya.

Untuk informasi selengkapnya tentang membuat segmen, lihat [Membangun segmen](#).

Tip

Salah satu cara termudah untuk membuat segmen pengujian adalah dengan mengimpor spreadsheet. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengimpor segmen](#).

Hanya segmen dinamis yang didukung untuk menguji perjalanan dengan kondisi entri berbasis peristiwa.

2. Pada menu Tindakan, pilih Uji.
3. Untuk segmen Uji, pilih segmen yang berisi peserta tes.
4. Pilih cara menangani keterlambatan dalam perjalanan. Anda dapat memilih salah satu opsi berikut:
 - Lewati semua penantian dan penundaan — Pilih opsi ini agar peserta tes melanjutkan dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya tanpa ada penundaan intervensi.
 - Waktu tunggu khusus - Pilih opsi ini agar peserta tes menunggu jumlah waktu yang telah ditentukan sebelumnya di setiap aktivitas yang mencakup penundaan. Opsi ini berguna jika perjalanan Anda berisi aktivitas menunggu, atau aktivitas split ya/tidak atau multivariat yang didasarkan pada interaksi pelanggan.
5. Pilih Kirim tes. Amazon Pinpoint menciptakan perjalanan baru dengan Test - ditambahkan ke awal nama perjalanan. Peserta tes ditambahkan ke perjalanan.

6. Saat Anda selesai menguji, pilih Hentikan perjalanan untuk mengakhiri perjalanan pengujian secara permanen.

 Tip

Selama proses pengujian, jika Anda menemukan bahwa Anda perlu membuat perubahan pada perjalanan asli (yaitu, perjalanan yang menjadi dasar perjalanan uji), kembalilah ke halaman Perjalanan. Dalam daftar perjalanan, pilih perjalanan asli, lalu buat perubahan Anda. Perubahan yang Anda buat pada perjalanan pengujian tidak secara otomatis diterapkan pada perjalanan yang menjadi dasar pengujian.

Praktik terbaik untuk menguji perjalanan Anda

- Sertakan beberapa peserta tes di segmen yang Anda gunakan untuk menguji perjalanan Anda.
- Sertakan peserta tes yang alamat emailnya ada di domain selain milik Anda.
- Gunakan berbagai klien email dan sistem operasi untuk menguji pesan yang dikirim dari perjalanan Anda.
- Jika perjalanan Anda mencakup aktivitas split ya/tidak atau split multivariat yang didasarkan pada interaksi dengan email Anda, uji interaksi tersebut. Misalnya, jika Anda memiliki aktivitas terpisah yang memeriksa untuk melihat apakah email dibuka, maka beberapa peserta tes Anda harus membuka email tersebut. Kemudian, periksa panel metrik Journey untuk memastikan bahwa jumlah pengguna yang benar turun di setiap jalur.
- Jika template email Anda menyertakan variabel pesan yang merujuk ke atribut endpoint, pastikan peserta tes Anda memiliki atribut yang sama. Misalnya, jika template email Anda mengacu pada `User.UserAttributes.FirstName` atribut, titik akhir di segmen pengujian Anda juga harus memiliki atribut tersebut.

Selanjutnya: [Memublikasikan perjalanan](#)

Memublikasikan perjalanan

Setelah Anda [menguji perjalanan Anda](#) dan Anda siap untuk pelanggan untuk memasukkannya, Anda dapat memublikasikan perjalanan. Proses penerbitan mengharuskan Anda menyelesaikan proses peninjauan sekali lagi.

Memublikasikan perjalanan

1. Di sudut kanan atas ruang kerja perjalanan, pilih **Tinjau**. Parameter **Tinjau** perjalanan Andapanel muncul di ruang kerja perjalanan.
2. Tinjau pesan kesalahan yang ditampilkan di halaman pertama **Tinjau** perjalanan Andapanel. Anda tidak dapat memublikasikan perjalanan hingga menyelesaikan semua masalah yang ditampilkan di halaman ini. Jika tidak ada masalah dalam perjalanan Anda, Anda akan melihat pesan yang menyatakan bahwa perjalanan Anda tidak mengandung kesalahan. Saat Anda siap melanjutkan, pilih **Selanjutnya**.
3. Halaman kedua dari **Tinjau** perjalanan Andapanel berisi rekomendasi dan praktik terbaik yang relevan dengan perjalanan Anda. Anda dapat melanjutkan tanpa menyelesaikan masalah yang ditampilkan di halaman ini. Saat Anda siap melanjutkan, pilih **Tandai ditinjau**.
4. Pada halaman ketiga **Tinjau** perjalanan Andapane, pilih **Publikasikan**.

Note

Bahkan jika Anda mengkonfigurasi perjalanan untuk memulai segera, ada penundaan lima menit sebelum peserta benar-benar memasuki perjalanan. Selama waktu ini, Amazon Pinpoint menghitung semua anggota segmen, dan bersiap untuk mulai menangkap data analitik. Penundaan ini juga memberi Anda kesempatan terakhir untuk menghentikan perjalanan jika perlu.

5. Meninjau dan menerbitkan perjalanan menambahkan elemen perjalanan keluar ke aliran perjalanan, menunjukkan bahwa perjalanan ditinjau dan dipublikasikan dengan sukses.

Selanjutnya: [Menjeda, melanjutkan, atau menghentikan perjalanan](#)

Menjeda, melanjutkan, atau menghentikan perjalanan

Menjeda perjalanan

Setelah menerbitkan perjalanan Anda dapat menjeda perjalanan itu. Selama perjalanan yang dijeda, pesan tidak dikirim dan data analitik tidak dibuat. Anda dapat menjeda perjalanan selama liburan atau jika Anda perlu mengevaluasi kembali perjalanan itu sendiri untuk perubahan. Setiap titik akhir yang memasuki perjalanan sebelum jeda selesai dan kemudian dijeda. Setiap titik akhir yang menunggu untuk memasuki perjalanan tidak memasuki perjalanan selama jeda. Jika perjalanan

dalamTungguaktivitas, timer padaTunggudijeda. Setelah perjalanan dilanjutkan,Tungguaktivitas berlanjut dari titik di mana ia dihentikan sementara. Perjalanan yang dijeda tidak dapat diedit.

Untuk menjeda perjalanan

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. UntukSemua Proyek, pilih proyek yang ada.
3. Di panel navigasi, pilihPerjalanan.
4. Pilih perjalanan yang sedang dipublikasikan.
5. Di sudut kanan atas ruang kerja perjalanan yang dipublikasikan, pilihTindakan.
6. PilihJeda.
7. Saat diminta untuk mengonfirmasi menjeda perjalanan, pilihJeda.

Perjalanan yang dijeda tetap dijeda tanpa batas waktu sampai Anda melanjutkannya.

Melanjutkan Perjalanan

Perjalanan yang dijeda hanya bisa dilanjutkan setelah lima menit berlalu. Ketika Anda melanjutkan perjalanan yang berhenti, peserta melanjutkan perjalanan melalui perjalanan dari titik mereka berada di ketika perjalanan dijeda. Jika ada perjalanan berada diTungguaktivitas,Tungguaktivitas dilanjutkan dari titik tempat perjalanan dijeda.

Untuk melanjutkan perjalanan

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. UntukSemua Proyek, pilih proyek yang ada.
3. Di panel navigasi, pilihPerjalanan.
4. Pilih perjalanan yang saat ini dijeda.
5. Di sudut kanan atas ruang kerja perjalanan yang dijeda, pilihTindakan.
6. PilihLanjutkan.
7. Ketika diminta untuk mengkonfirmasi melanjutkan perjalanan, pilihLanjutkan.

Perjalanan dilanjutkan.

Menghentikan perjalanan

Menghentikan perjalanan secara permanen mengakhiri perjalanan dan semua kegiatan yang terkait dengannya. Setiap kegiatan yang saat ini sedang dalam proses berakhir. Namun, Anda masih dapat melihat data analitik.

Tip

Jika Anda tidak yakin apakah akan menghentikan perjalanan, pertimbangkan untuk berhenti sejenak. Karena perjalanan yang dihentikan dihentikan secara permanen, Anda harus menciptakan kembali perjalanan jika Anda ingin menggunakannya lagi.

Untuk menghentikan perjalanan

1. Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Untuk Semua Proyek, pilih proyek yang ada.
3. Di panel navigasi, pilih Perjalanan.
4. Pilih perjalanan yang sedang dipublikasikan.
5. Di sudut kanan atas ruang kerja perjalanan, pilih Tindakan.
6. Pilih Berhenti.
7. Saat diminta untuk mengkonfirmasi menghentikan perjalanan, pilih Hentikan perjalanan.

Perjalanan berhenti secara permanen.

Selanjutnya: [Lihat metrik perjalanan](#)

Lihat metrik perjalanan

Setelah Anda memublikasikan perjalanan, panel metrik Perjalanan akan muncul di ruang kerja perjalanan, dan Amazon Pinpoint mulai menangkap metrik yang terkait dengan perjalanan.

Topik

- [Metrik Eksekusi Tingkat Perjalanan](#)

- [Metrik Eksekusi Tingkat Aktivitas](#)
- [Metrik Keterlibatan Tingkat Perjalanan](#)
- [Metrik Keterlibatan Tingkat Aktivitas](#)

Metrik Eksekusi Tingkat Perjalanan

Metrik eksekusi tingkat perjalanan mencakup informasi tentang titik akhir yang masuk (atau dicegah masuk) perjalanan Anda. Untuk melihat metrik keterlibatan, pilih Metrik keterlibatan di panel metrik Perjalanan.

Metrik ini dibagi menjadi beberapa bagian, yang dibahas secara rinci di bagian berikut.

Metrik Entri

Bagian pertama dalam daftar metrik eksekusi perjalanan menunjukkan berapa banyak peserta yang memasuki perjalanan Anda. Contoh bagian ini ditunjukkan pada gambar berikut.



Bagian ini berisi informasi berikut:

- Saat ini dalam perjalanan — Jumlah peserta yang aktif melanjutkan kegiatan dalam perjalanan.
- Selesai perjalanan — Jumlah peserta yang telah mencapai aktivitas akhir dalam perjalanan.
- Entri perjalanan seumur hidup — Jumlah peserta yang telah memasuki perjalanan sejak tanggal dimulainya perjalanan. Bagian ini juga berisi bagan yang menunjukkan persentase peserta yang menyelesaikan perjalanan (ditampilkan dengan warna biru) dan persentase peserta yang masih dalam perjalanan (ditampilkan dalam warna oranye).

Metrik penyegaran perjalanan

Bagian ini menunjukkan metrik penyegaran untuk perjalanan. Ini mencakup informasi tentang jumlah segmen yang disegarkan, berapa kali segmen telah disegarkan, dan apakah segmen disetel untuk disegarkan pada pembaruan atau tidak. Contoh bagian ini ditunjukkan pada gambar berikut.

Journey metrics Info	
Details for	
🔍 Viewing details for Entry	
Total journey entries	3
Next entry group - <i>estimate</i>	N/A
ⓘ Does not refresh on segment update	
Number of times entry segment will be refreshed	N/A
Number of times entry segment has been refreshed since start	N/A

Bagian ini berisi informasi berikut:

- Total entri perjalanan — Jumlah total entri perjalanan.
- Grup entri berikutnya - estimasi - Jumlah titik akhir yang akan ditambahkan pada pembaruan berikutnya. Jika interval penyegaran segmen tidak disetel, tidak akan ada titik akhir untuk ditambahkan. Nilai ditampilkan sebagai N/A.
- Tidak menyegarkan pada pembaruan segmen/Menyegarkan saat pembaruan — Menunjukkan apakah Refresh pada pembaruan segmen dipilih saat menambahkan titik akhir untuk aktivitas entri perjalanan.
- Berapa kali segmen entri akan di-refresh — Jumlah maksimum kali segmen akan disegarkan selama perjalanan.
- Berapa kali segmen entri telah diperbarui sejak awal — Jumlah saat ini segmen telah diperbarui sejak perjalanan dimulai.

- Dihapus karena evaluasi ulang — Jumlah titik akhir yang dihapus dari perjalanan sebagai hasil dari proses evaluasi ulang yang terjadi ketika peserta mencapai aktivitas pusat kontak Kirim. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menyiapkan aktivitas pusat kontak](#).

Metrik Pesan Tidak Terkirim

Bagian selanjutnya dalam daftar metrik eksekusi perjalanan mencakup informasi tentang alasan mengapa pesan tidak dikirim ke peserta perjalanan. Contoh bagian ini ditunjukkan pada gambar berikut.

Bagian ini berisi informasi berikut:

- Entri maksimum per titik akhir/Melebihi entri maksimum per titik akhir - Menampilkan jumlah maksimum entri per titik akhir dan jumlah peserta yang dicegah untuk berpartisipasi dalam perjalanan karena mereka akan melebihi jumlah maksimum kali satu titik akhir dapat berpartisipasi dalam perjalanan.
- Pesan harian maksimum per titik akhir/Melebihi pesan harian maks per titik akhir — Menampilkan jumlah maksimum pesan harian per titik akhir, dan jumlah pesan yang tidak dikirim karena mengirimnya akan melebihi jumlah maksimum pesan yang dapat diterima oleh satu peserta selama periode 24 jam.
- Waktu tenang/Tidak dikirim selama waktu tenang - Menampilkan jam waktu tenang saat ini yang ditetapkan untuk perjalanan, dan jumlah pesan yang tidak dikirim karena
 - Jika Lanjutkan pengiriman setelah waktu tenang tidak dihidupkan dan pengiriman diblokir karena menghadapi jendela waktu tenang
 - Jika estimasi zona waktu diaktifkan dan pengiriman diblokir karena titik akhir tidak memiliki zona waktu (hasil dari `Demographic.Timezone` atribut yang hilang dan estimasi zona waktu yang tidak berhasil)

Metrik Eksekusi Tingkat Aktivitas

Metrik eksekusi tingkat aktivitas mencakup informasi tentang titik akhir yang dimasukkan (atau dicegah masuk) aktivitas Anda. Pilih aktivitas individual untuk melihat metrik pelaksanaannya. Untuk melihat metrik keterlibatan, pilih Metrik keterlibatan di panel metrik Perjalanan.

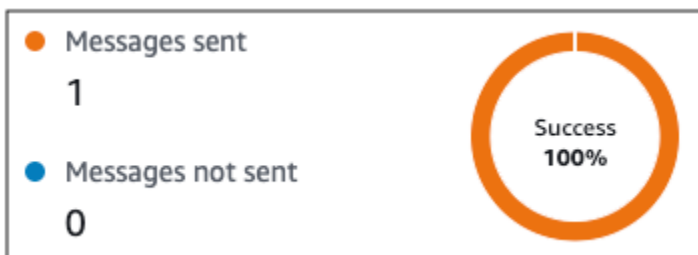
⚠ Important

Jumlah titik akhir yang bergerak melalui setiap aktivitas dalam perjalanan Anda dicatat di sudut kanan atas setiap modal aktivitas.

Metrik ini dibagi menjadi beberapa bagian, yang dibahas secara rinci di bagian berikut.

Metrik Pesan Terkirim

Bagian pertama dalam daftar metrik eksekusi aktivitas menunjukkan jumlah titik akhir yang masuk ke aktivitas Anda. Contoh bagian ini ditunjukkan pada gambar berikut.



Bagian ini berisi informasi berikut:

- Pesan terkirim — Jumlah pesan yang dikirim.
- Pesan tidak terkirim — Jumlah pesan yang tidak terkirim.


Metrik Pesan Tidak Terkirim

Setiap aktivitas dalam perjalanan Anda menyertakan daftar metrik eksekusi yang menunjukkan informasi tentang jumlah pesan yang tidak dapat dikirimkan karena masalah sistem, konfigurasi akun Amazon Pinpoint, atau preferensi pengguna akhir seperti opt-out. Contoh bagian ini ditunjukkan pada gambar berikut.

Not sent during quiet time	0
Exceeded endpoint message limit	0
Throttled	0
Temporary failure	0
Service failure	0
Permanent failure	0
Unknown failure	0
Unsupported channel	0
Custom delivery failure	0

Bagian ini berisi informasi berikut:

- Tidak dikirim selama waktu tenang — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena akan dikirim selama waktu tenang di zona waktu penerima.
- Melebihi batas pesan titik akhir — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena mengirimnya akan melebihi jumlah maksimum pesan yang dapat diterima oleh satu peserta selama periode 24 jam.
- Dibatasi — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena mengirimnya akan melebihi kuota pengiriman untuk akun Amazon Pinpoint Anda.
- Kegagalan sementara — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena kegagalan sementara.
- Kegagalan layanan — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena masalah dengan layanan Amazon Pinpoint.
- Kegagalan permanen — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena kegagalan permanen.
- Saluran tidak didukung — Jumlah titik akhir yang tidak dikirim melalui aktivitas karena titik akhir tidak cocok dengan jenis aktivitas.
- Kegagalan tidak diketahui — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena alasan yang tidak diketahui.
- Kegagalan pengiriman kustom — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena fungsi Lambda atau kegagalan webhook.

 Note

Metrik ini hanya muncul di aktivitas Kirim melalui saluran khusus.

- Kegagalan panggilan — Jumlah pesan yang tidak dapat dikirimkan melalui aktivitas Kirim melalui pusat kontak karena masalah mencegah nomor tersebut dihubungi. Jenis kegagalan ini dapat terjadi jika ada masalah izin yang mencegah panggilan dilakukan, jika kuota layanan Amazon Connect telah terlampaui, atau jika terjadi masalah layanan sementara.
- Dihapus karena evaluasi ulang — Jumlah titik akhir yang dihapus dari perjalanan sebagai hasil dari proses evaluasi ulang yang terjadi ketika peserta mencapai aktivitas Kirim melalui pusat kontak. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menyiapkan aktivitas pusat kontak](#).

Note

Kegagalan Dial dan Dihapus karena metrik evaluasi ulang hanya muncul di aktivitas Kirim melalui pusat kontak.

- Waktu tenang/Tidak dikirim selama waktu tenang - Menampilkan jam waktu tenang saat ini yang ditetapkan untuk perjalanan, dan jumlah pesan yang tidak dikirim karena
 - Jika Lanjutkan pengiriman setelah waktu tenang tidak dihidupkan dan pengiriman diblokir karena menghadapi jendela waktu tenang
 - Jika estimasi zona waktu diaktifkan dan pengiriman diblokir karena titik akhir tidak memiliki zona waktu (hasil dari `Demographic.Timezone` atribut yang hilang dan estimasi zona waktu yang tidak berhasil)

Metrik Keterlibatan Tingkat Perjalanan

Metrik keterlibatan tingkat perjalanan mencakup informasi tentang cara peserta dalam perjalanan Anda berinteraksi dengan pesan yang dikirim dari perjalanan.

Metrik ini dibagi menjadi beberapa bagian, yang dibahas secara rinci di bagian berikut.

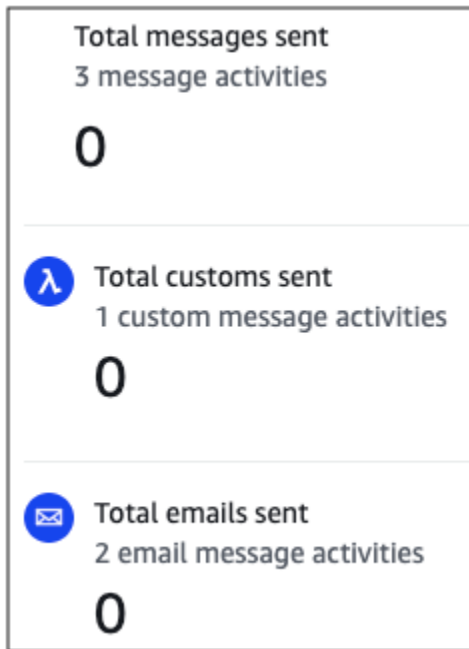
Important

Beberapa metrik keterlibatan didasarkan pada informasi yang kami terima dari penyedia email penerima atau operator ponsel atau dari layanan pemberitahuan push, seperti layanan Pemberitahuan Push Apple atau Firebase Cloud Messaging. Setelah kami menerima data ini dari sumber-sumber ini, ada penundaan hingga dua jam saat kami memproses metrik yang masuk.

Jumlah Aktivitas Pesan

Metrik keterlibatan untuk setiap perjalanan memberikan jumlah aktivitas pesan dalam perjalanan itu.

Jika ada beberapa jenis aktivitas dalam perjalanan, metrik keterlibatan dipecah berdasarkan jenis, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



Metrik Keterlibatan Tingkat Aktivitas

Metrik keterlibatan tingkat aktivitas mencakup informasi tentang cara peserta dalam perjalanan Anda berinteraksi dengan pesan yang dikirim dari perjalanan.

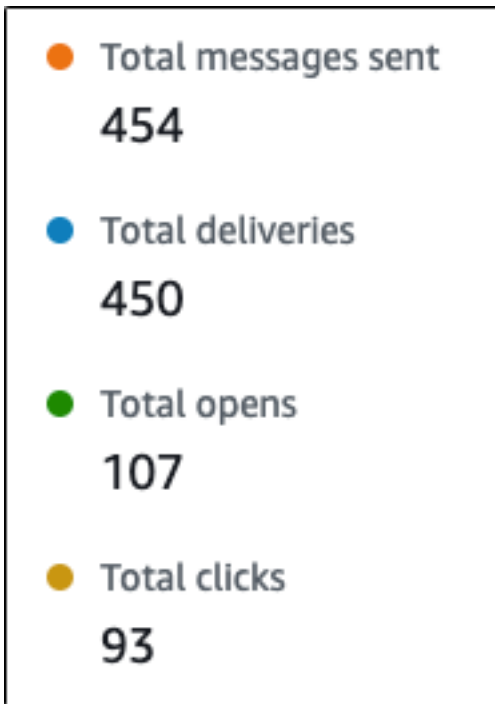
Metrik ini dibagi menjadi beberapa bagian, yang dibahas secara rinci di bagian berikut.

Aktivitas Email

Aktivitas email menyediakan metrik keterlibatan berikut.

Metrik Respon

Metrik ini memberikan informasi tentang interaksi peserta dengan pesan yang dikirim dari aktivitas pesan email.



Bagian ini berisi informasi berikut:

- Total pesan yang dikirim — Jumlah email yang dikirim dari aktivitas ini, baik pesan berhasil dikirim ke kotak masuk penerima atau tidak.
- Total pengiriman — Jumlah pesan yang dikirim ke penyedia email penerima.
- Total terbuka — Jumlah pesan yang dibuka oleh penerima.

Note

Agar Amazon Pinpoint menghitung acara terbuka email, penerima harus memuat gambar dalam pesan Anda. Beberapa klien email, seperti beberapa versi Microsoft Outlook, mencegah gambar dimuat secara default.

Jika pesan dibuka sekali atau dibuka beberapa kali dalam jam yang sama, pesan tersebut akan dihitung sebagai satu terbuka. Beberapa pembukaan yang berlangsung pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai pembukaan terpisah. Misalnya, sebuah pesan dibuka pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu terbuka tetapi jika pesan dibuka pada pukul 8:30 dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua terbuka karena jam telah berubah. Untuk alasan ini, mungkin (tetapi tidak mungkin) jumlah pembukaan melebihi jumlah pengiriman atau pengiriman.

- Klik total — Berapa kali penerima mengklik tautan dalam pesan.

Note

Jika penerima pesan mengklik beberapa tautan dalam pesan atau mengklik tautan yang sama lebih dari sekali, klik tersebut akan dihitung sebagai satu klik jika terjadi dalam jam yang sama. Beberapa klik yang terjadi pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai klik terpisah. Misalnya, tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu klik tetapi jika tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua klik karena jamnya telah berubah. Untuk alasan ini, dimungkinkan jumlah klik melebihi jumlah pembukaan atau pengiriman.

Metrik Keterlibatan Pesan

Bagian terakhir dalam daftar metrik keterlibatan menyediakan metrik respons email tambahan. Contoh bagian ini ditunjukkan pada gambar berikut.

Emails soft bounced	6
Emails hard bounced	2
Emails unsubscribed	3
Emails complained	1
Emails rejected	0

Bagian ini berisi informasi berikut:

- **Email soft bounce** — Jumlah pesan yang menghasilkan soft bounce. Sebuah soft bounce terjadi ketika pesan tidak dapat dikirimkan karena masalah sementara (misalnya, ketika kotak masuk penerima penuh).

Note

Amazon Pinpoint mencoba untuk mengirimkan kembali pesan yang menghasilkan soft bounce untuk jangka waktu tertentu. Jika pesan dikirimkan selama salah satu upaya pengiriman ulang ini, maka pesan dihitung dalam metrik Total pengiriman dan dihapus dari metrik email yang dipantulkan lunak.

- **Email hard bounce** — Jumlah pesan yang menghasilkan hard bounce. Hard bounce terjadi ketika pesan tidak dapat dikirim karena masalah permanen (misalnya, ketika alamat email tujuan tidak ada lagi).

Note

Pantulan lunak yang tidak dapat dikirim setelah jangka waktu tertentu diubah menjadi pantulan keras. Untuk alasan ini, Anda mungkin melihat jumlah pantulan lunak berkurang dan jumlah pantulan keras meningkat.

- **Email berhenti berlangganan** — Jumlah pesan yang mendorong penerima untuk berhenti berlangganan.

Note

Agar Amazon Pinpoint menghitung peristiwa berhenti berlangganan, tautan berhenti berlangganan di email harus berisi tag tautan khusus (tag yang disebut `unsubscribeLinkTag`, seperti pada contoh berikut): `<a ses:tags="unsubscribeLinkTag:click;" href="http://www.example.com/unsubscribe">` Hanya tautan yang berisi tag ini yang dihitung sebagai berhenti berlangganan.

- **Email mengeluh** — Jumlah pesan yang dilaporkan oleh penerima sebagai surat yang tidak diminta.

Note

Metrik ini didasarkan pada data laporan keluhan yang kami terima dari penyedia email penerima. Beberapa penyedia email segera mengirimkan data keluhan kepada kami, sementara yang lain mengirimkan intisari mingguan atau bulanan.

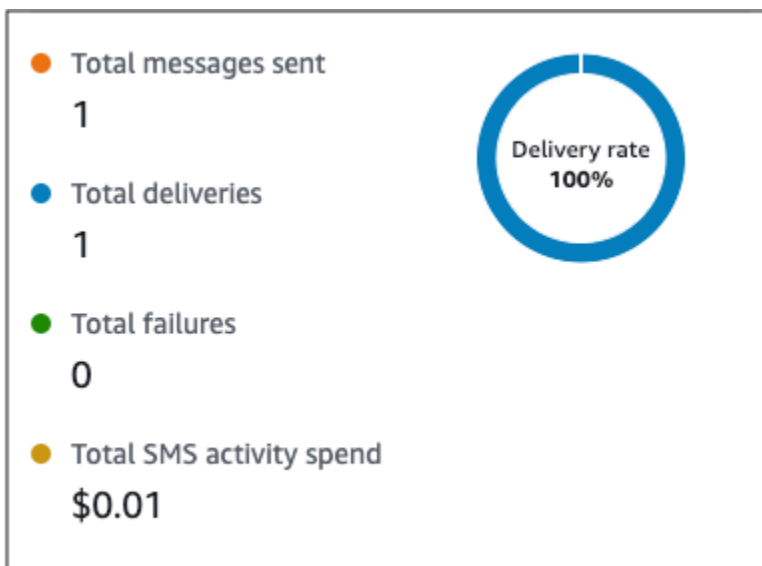
- Email ditolak — Jumlah pesan yang tidak dikirim karena ditolak. Pesan ditolak jika Amazon Pinpoint menentukan bahwa pesan tersebut berisi malware. Amazon Pinpoint tidak mencoba mengirim pesan yang ditolak.

Aktivitas Pesan SMS

Aktivitas pesan SMS menyediakan metrik keterlibatan berikut.

Metrik Pengiriman

Metrik ini memberikan informasi tentang interaksi peserta dengan pesan yang dikirim dari aktivitas pesan SMS.



Bagian ini berisi informasi berikut:

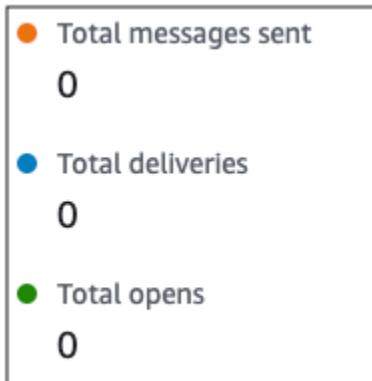
- Total pesan yang dikirim — Jumlah pesan SMS yang dikirim dari aktivitas ini, baik pesan berhasil dikirim ke perangkat penerima atau tidak.
- Total pengiriman — Jumlah pesan SMS yang dikirim dari penyedia ke perangkat penerima.
- Kegagalan total — Jumlah pesan SMS yang gagal dikirim ke penerima.
- Total pengeluaran aktivitas SMS — Perkiraan jumlah uang yang Anda habiskan untuk mengirim pesan SMS melalui aktivitas ini.

Aktivitas Pemberitahuan Dorong

Aktivitas pemberitahuan push menyediakan metrik keterlibatan berikut.

Metrik Respon

Metrik ini memberikan informasi tentang interaksi peserta dengan pesan yang dikirim dari aktivitas pemberitahuan push.



Bagian ini berisi informasi berikut:

- Total pesan yang dikirim — Jumlah pemberitahuan push yang dikirim dari aktivitas ini, baik pesan berhasil dikirim ke perangkat penerima atau tidak.
- Total pengiriman — Jumlah pemberitahuan push yang dikirimkan dari layanan pemberitahuan push ke perangkat penerima. Metrik ini hanya mencerminkan pengiriman yang dibuat saat aplikasi berjalan di latar depan atau latar belakang perangkat penerima. Karena perbedaan dalam cara sistem operasi seluler memprioritaskan notifikasi latar belakang, pengiriman pemberitahuan push tidak dijamin.
- Total terbuka — Jumlah pemberitahuan push yang dibuka oleh penerima.

Waktu untuk Live Metrics

Metrik keterlibatan pemberitahuan push juga memberikan nilai time to live (TTL) untuk aktivitas notifikasi push. TTL adalah jumlah waktu, dalam hitungan detik, di mana Amazon Pinpoint dapat menyampaikan pesan. Setelah waktu ini berlalu, Amazon Pinpoint menghapus pesan dan tidak mencoba mengirimkannya kembali.



Ketika nilai TTL default digunakan, metrik menampilkan “-”. Untuk nilai TTL kustom, metrik menampilkan jumlah dan satuan waktu yang tepat yang Anda pilih.

Aktivitas Saluran Kustom

Aktivitas saluran khusus menyediakan metrik keterlibatan berikut.

Hubungi Metrik Sukses

Metrik ini memberikan informasi tentang interaksi peserta dengan pesan yang dikirim dari aktivitas saluran khusus.



Bagian ini berisi informasi berikut:

- Panggilan ke fungsi atau webhook berhasil — Berapa kali fungsi Lambda atau webhook berhasil dipanggil sebagai hasil dari aktivitas ini.

Note

Ini tidak menunjukkan bahwa pesan dikirim ke tujuan, itu hanya menunjukkan bahwa fungsi Lambda atau webhook dipanggil.

- Panggilan ke webhook atau fungsi gagal — Berapa kali fungsi Lambda atau webhook tidak berhasil dipanggil sebagai akibat dari aktivitas ini.

Kegiatan Contact Center

Anda dapat menggunakan metrik aktivitas pusat kontak untuk menganalisis interaksi peserta dengan panggilan Anda.

Metrik pusat kontak

Metrik panggilan berikut tersedia:

- Total panggilan yang berhasil — Jumlah total panggilan yang berhasil dihubungi.

- **Terhubung** — Jumlah panggilan yang terhubung ke agen. Jika deteksi mesin penjawab diaktifkan maka panggilan yang diterima oleh mesin penjawab tidak akan disertakan dalam metrik **Terhubung**; Jika tidak, jika deteksi mesin penjawab dinonaktifkan, mereka disertakan. Untuk informasi selengkapnya tentang deteksi mesin penjawab, lihat [AnswerMachineDetectionConfig](#) di Referensi API Amazon Connect Outbound Campaigns.
- **Nada SIT** — Jumlah panggilan yang menerima nada sibuk.
- **Faks** — Jumlah panggilan yang menerima nada faks.
- **Voicemail beep** — Jumlah panggilan yang mencapai pesan suara dengan suara bip.
- **Voicemail no beep** — Jumlah panggilan yang mencapai pesan suara tanpa suara bip.
- **Tidak dijawab** — Jumlah panggilan yang menerima tanggapan, tetapi panggilan terus berdering tanpa mencapai pesan suara.
- **Kesalahan koneksi** — Jumlah panggilan yang menerima respons, tetapi panggilan tidak dapat mencapai pesan suara.
- **Tingkat koneksi** — Tingkat panggilan yang berhasil terhubung ke agen dibandingkan dengan semua panggilan yang berhasil.
- **Total panggilan gagal** — Jumlah panggilan yang gagal karena masalah sistem, masalah telekomunikasi, atau kesalahan izin.
- **Total panggilan kedaluwarsa** — Jumlah panggilan yang kedaluwarsa karena dialer menghadapi kesalahan atau tidak ada agen yang tersedia.

Metrik aktivitas

Selain melihat metrik untuk jenis aktivitas khusus saluran (email, SMS, push, dan saluran khusus), Anda juga dapat melihat metrik untuk jenis aktivitas lain yang meliputi: Aktivitas tunggu, Aktivitas split ya/Tidak, Aktivitas split Multivariat, dan Aktivitas split acak.

Tunggu metrik aktivitas

Metrik perjalanan untuk aktivitas menunggu mencakup informasi berikut:

- **Tunggu selesai** — Jumlah peserta perjalanan yang menyelesaikan kegiatan.
- **Tanggal tunggu berlalu** — Jumlah peserta perjalanan yang tiba pada kegiatan dan langsung pindah ke aktivitas berikutnya karena tanggal tunggu terjadi di masa lalu.
- **Saat ini menunggu** — Jumlah peserta yang sedang menunggu (dalam kegiatan).

Metrik aktivitas split ya/tidak

Metrik perjalanan untuk aktivitas split ya/tidak mencakup informasi berikut:

- Jumlah peserta — Jumlah peserta perjalanan yang melewati kegiatan.
- Detail untuk jalur — Jumlah peserta perjalanan yang dikirim ke setiap jalur kegiatan.

Metrik aktivitas split multivariat

Metrik perjalanan untuk aktivitas split multivariat mencakup informasi berikut:

- Jumlah peserta — Jumlah peserta perjalanan yang melewati aktivitas.
- Detail untuk jalur — Jumlah peserta perjalanan yang dikirim ke setiap jalur kegiatan.

Metrik aktivitas penahanan

Metrik perjalanan untuk aktivitas penahanan mencakup informasi berikut:

- Total masuk — Jumlah peserta perjalanan yang melewati aktivitas.
- Peserta digelar — Jumlah peserta yang keluar dari perjalanan sebagai akibat dari ditahan oleh kegiatan.

Metrik aktivitas split acak

Metrik perjalanan untuk aktivitas split acak mencakup informasi berikut:

- Jumlah peserta — Jumlah peserta perjalanan yang melewati kegiatan.
- Detail untuk jalur — Jumlah peserta perjalanan yang dikirim ke setiap jalur kegiatan.

Kiat dan praktik terbaik untuk perjalanan

Meskipun perjalanan dirancang agar fleksibel dan dapat disesuaikan sepenuhnya, ada beberapa strategi dan praktik mendasar yang dapat membantu Anda merencanakan, merancang, dan mengelola perjalanan apa pun. Pertimbangkan tips dan praktik terbaik berikut untuk merancang dan mengelola perjalanan yang sukses.

Topik

- [Lingkup dan pengaturan](#)

- [Segmen](#)
- [Aktivitas](#)
- [Pesan email](#)
- [Meninjau dan menguji](#)
- [Analitik](#)
- [Manajemen siklus hidup](#)

Lingkup dan pengaturan

Karena perjalanan dapat melakukan berbagai tugas yang berbeda dan saling terkait, ada baiknya untuk membuat skenario yang terdefinisi dengan baik untuk sebuah perjalanan. Selain itu, Anda harus memilih pengaturan perjalanan yang mendukung skenario dan tujuan Anda. Dengan menggunakan pengaturan perjalanan, Anda dapat menetapkan batasan yang menentukan waktu, volume, dan frekuensi perjalanan yang dapat melibatkan peserta.

Saat Anda mendefinisikan skenario, pertimbangkan untuk membatasi ruang lingkungannya pada aspek kecil dari pengalaman pelanggan yang lebih besar. Meskipun Amazon Pinpoint mendukung perjalanan skala besar yang memiliki alur kerja yang luas, Anda memiliki lebih banyak kesempatan untuk memantau, menyempurnakan, dan mengelola pengalaman pelanggan jika Anda merancang perjalanan untuk menjadi bagian dari urutan perjalanan terkait.

Misalnya, Anda dapat merancang perjalanan yang berfokus pada menyambut pelanggan baru dan memberi mereka langkah pertama yang direkomendasikan selama tujuh hari pertama mereka sebagai pelanggan. Berdasarkan tindakan setiap pelanggan selama perjalanan pertama, Anda kemudian dapat menambahkannya ke perjalanan berikutnya yang disesuaikan dengan tingkat keterlibatan awal mereka. Satu perjalanan berikutnya mungkin memberikan langkah berikutnya bagi pelanggan yang sangat terlibat dalam perjalanan pertama. Perjalanan berikutnya mungkin mempromosikan produk atau layanan yang berbeda kepada pelanggan yang kurang terlibat dalam perjalanan pertama. Dengan membuat urutan perjalanan lingkup yang lebih kecil, Anda dapat terus menyempurnakan dan mengelola pengalaman pelanggan di seluruh siklus hidup pelanggan.

Setelah Anda menentukan skenario, pilih pengaturan perjalanan yang mendukung tujuan Anda untuk skenario tersebut. Pengaturan ini menentukan waktu, volume, dan frekuensi yang dengannya setiap bagian dari perjalanan dapat melibatkan peserta. Untuk memilih pengaturan ini, buat atau buka perjalanan. Kemudian pilih Pengaturan dari menu Tindakan, dan perluas bagian Pengaturan lanjutan.

Beberapa tujuan utama dan pengaturan terkait adalah:

Simpan dan gunakan zona waktu lokal peserta

Untuk mengoptimalkan keterlibatan peserta dalam perjalanan yang memiliki waktu mulai dan berakhir yang dijadwalkan, konfigurasi perjalanan untuk menggunakan zona waktu lokal masing-masing peserta. Ini membantu untuk memastikan bahwa kegiatan perjalanan terjadi ketika seorang peserta paling mungkin untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

Namun, perhatikan bahwa kegunaan setelan ini bergantung pada apakah Anda menyimpan nilai zona waktu lokal dalam definisi titik akhir untuk peserta. Jika Anda menggunakan setelan ini dan definisi titik akhir untuk peserta tidak menentukan zona waktu, Amazon Pinpoint tidak menyertakan peserta dalam perjalanan. Untuk menghindari masalah ini, gunakan `Demographic.Timezone` atribut untuk menyimpan informasi zona waktu bagi peserta. Ini adalah atribut standar yang disediakan Amazon Pinpoint.

Mengatasi konflik waktu tenang

Jika Anda mengonfigurasi aktivitas untuk mengirim pesan pada waktu yang bertentangan dengan pengaturan waktu tenang untuk perjalanan, Amazon Pinpoint tidak akan mengirim pesan. Setelah waktu tenang berakhir, pesan baru dikirim. Jika Anda memilih untuk melanjutkan pengiriman pesan setelah waktu tenang berakhir, pesan apa pun yang disimpan selama waktu tenang juga akan dikirim. Jika tidak, maka pesan-pesan yang disimpan akan dijatuhkan.

Estimasi zona waktu

Estimasi zona waktu membantu memperkirakan zona waktu titik akhir berdasarkan `Endpoint.Location.Country` dan tergantung dari metode estimasi yang dipilih salah satu atau keduanya `Endpoint.AddressEndpoint.Location.PostalCode`. Zona waktu titik akhir digunakan untuk menghindari pengiriman pesan pada waktu yang tidak tepat dalam sehari ketika waktu tenang dikonfigurasi dan juga ketika perjalanan mengirim pesan berdasarkan zona waktu setempat. Estimasi zona waktu hanya dilakukan pada titik akhir yang tidak memiliki nilai untuk atribut `Demographic.Timezone`

Note

Estimasi zona waktu tidak didukung di AWS GovCloud (AS-Barat)

Jika sebuah perjalanan berisi titik akhir dengan beberapa zona waktu:

- Perjalanan akan mulai mengirim pesan sesuai dengan zona waktu terbaru untuk titik akhir, ketika zona waktu lokal Penerima diaktifkan

- Perjalanan akan berhenti mengirim pesan ketika semua pesan telah dikirim atau sesuai dengan zona waktu paling awal untuk titik akhir, ketika zona waktu lokal Penerima diaktifkan
- Perjalanan tidak mengirim pesan ke titik akhir ketika dalam waktu tenang dari zona waktu mana pun, saat Waktu tenang diaktifkan

Perjalanan hanya akan mengirim pesan ketika semua titik akhir dalam perjalanan diizinkan untuk menerima pesan berdasarkan semua aturan pengiriman perjalanan yang dikonfigurasi.

Perjalanan dengan titik akhir di beberapa zona waktu dan waktu tenang

Misalnya, jika Anda mengatur waktu tenang perjalanan Anda antara pukul 20:00 (8:00 PM) hingga 08:00 (8:00 AM) dan ada titik akhir di UTC-8 dan UTC-5 America/New_York maka perjalanan mulai mengirim pesan pada pukul 08:00 America/Los_Angeles (11:00 America/New_York) America/Los_Angeles dan berhenti mengirim pesan pada pukul 17:00 (20:00). America/Los_Angeles America/New_York

Batasi jumlah pesan yang dapat diterima peserta

Untuk membantu memastikan bahwa peserta tidak menerima terlalu banyak pesan dari perjalanan atau proyek, batasi jumlah pesan yang dapat dikirim ke peserta selama periode 24 jam. Ini bisa sangat membantu jika perjalanan menggunakan segmen yang juga digunakan oleh kampanye atau perjalanan lainnya. Anda juga dapat membuat dan menggunakan segmen yang dirancang secara eksplisit untuk digunakan hanya dengan perjalanan tertentu.

Optimalkan jumlah pesan yang dapat dikirim

Jika sebuah perjalanan memiliki sejumlah besar peserta dan mengirimkan sejumlah besar pesan, pertimbangkan jumlah waktu yang dibutuhkan Amazon Pinpoint untuk memproses dan mengirim semua pesan tersebut.

Misalnya, pertimbangkan situasi di mana Anda memiliki aktivitas perjalanan yang mengirim pesan ke 1.000.000 peserta, dan tingkat pengiriman maksimum untuk akun Amazon Pinpoint Anda adalah 200 pesan per detik. Beberapa peserta tidak akan menerima pesan sampai sekitar 80 menit setelah aktivitas dimulai. Ini sangat relevan jika perjalanan mencakup aktivitas menunggu yang mengikuti aktivitas email. Jika Amazon Pinpoint belum selesai mengirim semua pesan pada saat aktivitas tunggu berakhir, peserta mungkin akan dipindahkan ke aktivitas yang mengikuti aktivitas tunggu, sebelum mereka menerima pesan.

Untuk mengurangi risiko ini, pertimbangkan untuk meningkatkan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim perjalanan per detik, dan mungkin meningkatkannya ke tingkat pengiriman

maksimum untuk akun Anda. Juga pertimbangkan untuk [meningkatkan kuota pengiriman untuk akun Anda](#).

Batasi berapa kali peserta dapat memasuki perjalanan

Tergantung pada sifat dan desain perjalanan, batasi berapa kali satu peserta dapat memasuki perjalanan yang sama. Jika Anda tidak menetapkan batas ini, peserta dapat memasuki perjalanan, menyelesaikan beberapa kegiatan dalam perjalanan, tiba di aktivitas akhir, dan kemudian memulai perjalanan lagi. Anda mungkin lebih suka agar setiap peserta memulai dan menyelesaikan perjalanan hanya sekali.

Perhatikan bahwa Amazon Pinpoint tidak mengizinkan peserta untuk memasuki perjalanan jika mereka sudah menjadi peserta aktif dalam perjalanan. Misalnya, Amazon Pinpoint tidak menambahkan peserta sebagai peserta baru jika peserta memulai perjalanan dan Anda kemudian memperbarui definisi titik akhir peserta dengan cara yang memengaruhi penyertaan mereka dalam segmen (berdasarkan kriteria segmen) atau perjalanan (berdasarkan kondisi aktivitas).

Memaksimalkan kesempatan bagi peserta untuk memulai perjalanan

Kegiatan entri perjalanan, yang merupakan aktivitas pertama dalam sebuah perjalanan, menentukan seberapa sering peserta baru ditambahkan ke dalam perjalanan. Karena pelanggan baru atau yang sudah ada dapat menjadi peserta kapan saja, ada baiknya untuk mengonfigurasi aktivitas entri untuk sering menambahkan anggota baru ke segmen tersebut. Anda juga dapat mengonfigurasi segmen untuk menambahkan peserta baru secara otomatis berdasarkan atribut atau peristiwa pengguna tertentu. Untuk contoh cara mengonfigurasi segmen dengan cara ini, lihat [Membangun Perjalanan Pertama Anda di Amazon Pinpoint di](#) Blog AWS Pesan dan Penargetan.

Segmen

Segmen adalah kuncinya. Mereka menentukan siapa yang dapat berpartisipasi dalam perjalanan keseluruhan dan kegiatan perjalanan tertentu. Saat Anda membuat segmen untuk perjalanan, pertimbangkan praktik terbaik berikut:

Buat segmen pengujian khusus

Jika Anda memiliki sekelompok orang biasa yang menguji perjalanan dan pesan Anda, buat segmen yang hanya berisi titik akhir mereka. Anda kemudian dapat menggunakan segmen tersebut sebagai kerangka pengujian yang konsisten, terutama jika Anda menggunakan fitur

pengujian perjalanan yang disediakan Amazon Pinpoint. Untuk tips tentang cara membangun segmen ini, lihat [Tinjau dan uji perjalanan](#).

Gunakan beberapa segmen

Meskipun Anda hanya dapat memilih satu segmen untuk aktivitas entri perjalanan, segmen tersebut dapat mencakup beberapa segmen yang lebih kecil. Kemudian dalam perjalanan, Anda kemudian dapat menggunakan aktivitas split multivariat untuk membagi peserta menjadi kelompok terpisah berdasarkan keanggotaan segmen mereka. Pendekatan ini dapat membantu Anda memberikan pengalaman yang lebih disesuaikan untuk setiap peserta. Ini juga dapat membantu mengurangi waktu pemrosesan untuk aktivitas email, karena aktivitas tersebut akan mengirim pesan ke audiens yang lebih kecil dan lebih bertarget.

Ini juga merupakan ide yang baik untuk mengelompokkan peserta berdasarkan tindakan yang secara eksplisit mereka lakukan atau tidak lakukan. Anda dapat melakukan ini dengan menggunakan aktivitas terpisah. Misalnya, Anda dapat menggunakan aktivitas split ya/tidak untuk mengirim peserta ke jalur Ya jika mereka mengklik tautan dalam pesan, dan jalur Tidak jika tidak. Tidak adanya tindakan dapat menjadi kesempatan untuk melibatkan kembali peserta melalui kegiatan tindak lanjut.

Jangan hapus segmen dan titik akhir

Kami mendorong Anda untuk mempertahankan segmen yang merupakan bagian dari perjalanan aktif. Jika Anda menghapus segmen yang digunakan oleh perjalanan aktif, perjalanan bisa gagal dan berhenti berjalan. Jika perjalanan terus berjalan, setiap peserta yang merupakan bagian dari segmen dapat dikeluarkan dari perjalanan sebelum waktunya. Selain itu, para peserta tersebut akan dilaporkan sebagai “dijatuhkan” dalam data analitik untuk aktivitas terakhir yang menjadi bagian dari mereka. Ini membahayakan kegunaan data analitik Anda—Anda tidak akan dapat membedakan antara peserta yang meninggalkan perjalanan secara mandiri dan peserta yang Anda hapus.

Memanfaatkan atribut khusus

Untuk mengidentifikasi dan menambahkan peserta perjalanan ke segmen dengan lebih mudah, pertimbangkan untuk menambahkan atribut khusus perjalanan khusus ke titik akhir saat aplikasi Anda membuat atau memperbarui titik akhir. Anda kemudian dapat menggunakan atribut ini untuk mengidentifikasi pengguna atau titik akhir sebagai seseorang yang harus berpartisipasi dalam perjalanan.

Aktivitas

Kegiatan adalah blok bangunan dari setiap perjalanan. Oleh karena itu, ketika Anda memilih jenis dan pengaturan untuk setiap aktivitas, dan hubungan antar aktivitas, pertimbangkan pedoman berikut:

Optimalkan aktivitas entri

Aktivitas entri, yang merupakan aktivitas pertama dalam sebuah perjalanan, menentukan seberapa sering peserta baru ditambahkan ke dalam perjalanan. Anda dapat menambahkan peserta berdasarkan aktivitas — misalnya, menambahkan pengguna yang mengunduh musik tertentu — atau menambahkan peserta dari segmen yang ada. Karena pelanggan baru atau yang sudah ada dapat menjadi peserta kapan saja, ada baiknya untuk mengonfigurasi aktivitas entri untuk memperbarui (menambahkan peserta ke) segmen terkait secara teratur. Dengan melakukan ini, Anda memaksimalkan peluang bagi peserta untuk memulai perjalanan.

Mempersiapkan perubahan data segmen dan peserta

Evaluasi aktivitas terhadap kondisi segmen didasarkan pada data terbaru untuk setiap peserta (titik akhir) di segmen, dan data ini dapat berubah seiring waktu. Misalnya, makanan favorit peserta bisa berupa pizza ketika mereka memulai suatu kegiatan. Peserta itu kemudian dapat mengubah preferensi mereka menjadi hot dog. Jika ini terjadi, kegiatan selanjutnya akan mengevaluasi peserta berdasarkan preferensi peserta untuk hot dog, bukan pizza. Salah satu cara untuk mempersiapkan perubahan semacam ini adalah dengan menggunakan aktivitas terpisah yang memprediksi perubahan dan mengirim peserta ke jalur yang sesuai.

Jika titik akhir adalah **ACTIVE**, Amazon Pinpoint akan mengirim pesan melalui kampanye dan perjalanan. Jika **ACTIVE** titik akhir memasuki perjalanan dan menjadi **INACTIVE** sebelum menyelesaikan perjalanan, Amazon Pinpoint akan terus mengirim pesan ke titik akhir.

Manfaatkan Jalur Lain

Aktivitas split multivariat dapat berisi sebanyak empat jalur (masing-masing dengan kriterianya sendiri), selain jalur **Else**. Jalur **Else** adalah untuk peserta yang tidak memenuhi kriteria untuk jalur lain. Oleh karena itu, ini memberikan kesempatan bagus untuk menangani kasus-kasus tak terduga atau tidak biasa yang mungkin tidak Anda pertimbangkan ketika Anda merancang perjalanan.

Pertimbangkan keterlambatan dalam menerima data acara

Beberapa data acara, seperti email terbuka, didasarkan pada informasi yang kami terima dari penyedia email peserta. Beberapa penyedia mengirimkan informasi ini kepada kami segera, sementara yang lain mengirimkannya lebih jarang. Penundaan tersebut dapat memengaruhi

pengalaman peserta. Saat Amazon Pinpoint mengevaluasi peristiwa sebagai kondisi aktivitas, Amazon Pinpoint akan memindahkan peserta ke jalur Tidak jika tidak memiliki data peristiwa untuk peserta. Untuk mengurangi risiko ini, tambahkan buffer time ke jadwal evaluasi untuk kegiatan yang segera mengikuti aktivitas email.

Hindari aktivitas email berturut-turut

Kami menyarankan Anda memasukkan menunggu atau jenis aktivitas lain di antara dua atau lebih aktivitas email. Ini dapat membantu memperhitungkan jumlah waktu yang dibutuhkan Amazon Pinpoint untuk memproses dan mengirim pesan, dan setiap penundaan peserta yang menerima pesan.

Gunakan interval masuk ulang

Tetapkan interval masuk ulang saat titik akhir memasuki kembali perjalanan. Dengan menetapkan interval masuk ulang, Anda akan memberi ruang antara saat pengguna menerima pesan Anda, menciptakan keterlibatan pengguna yang lebih baik, dan juga mengurangi kemungkinan pesan Anda diproses sebagai spam.

Pesan email

Selain [tips umum dan praktik terbaik untuk mengirim email](#), pertimbangkan untuk melakukan hal berikut sebelum Anda membuat perjalanan:

Buat alamat "Dari" khusus

Pertimbangkan untuk menggunakan alamat email atau domain khusus untuk semua pesan yang Anda kirim dari perjalanan. Ini memberikan pengalaman yang konsisten di semua pesan yang diterima peserta dari perjalanan. Ini juga memberi setiap peserta kesempatan untuk menyesuaikan pengaturan aplikasi email mereka untuk memastikan bahwa semua pesan perjalanan tiba di kotak masuk mereka. Selain itu, jika Anda berlangganan [Deliverability Dashboard](#), menggunakan alamat atau domain khusus dapat memudahkan Anda mengakses data analitik lanjutan untuk perjalanan tertentu. Untuk mempelajari cara menyiapkan alamat atau domain khusus untuk mengirim pesan, lihat [the section called "Memverifikasi identitas email"](#).

Verifikasi bahwa Anda mengatur saluran email dengan benar

Sebelum Anda mempublikasikan perjalanan, pastikan akun Amazon Pinpoint Anda memiliki [akses produksi untuk email](#). Jika tidak, akun Anda berada di lingkungan kotak pasir, yang berarti peserta mungkin tidak menerima pesan dari perjalanan. (Di lingkungan kotak pasir, Anda hanya dapat mengirim pesan dalam jumlah terbatas dan Anda dapat mengirim pesan hanya ke alamat

email tertentu.) Juga, pastikan kuota pengiriman dan tarif pengiriman untuk akun Anda dapat mendukung jumlah pesan yang Anda rencanakan untuk dikirim dari perjalanan. Untuk memeriksa kuota pengiriman dan tarif akun Anda, Anda dapat menggunakan halaman Pengaturan Email di konsol Amazon Pinpoint.

Desain koleksi template pesan terkait

Selama tahap awal proses perencanaan, ada baiknya merancang dan membuat template pesan untuk setiap aktivitas email yang Anda harapkan untuk disertakan dalam perjalanan. Jika Anda melakukan ini, Anda dapat memastikan bahwa semua pesan memiliki desain yang konsisten. Ini juga memastikan bahwa setiap pesan spesifik dan dioptimalkan untuk fase perjalanan yang sesuai. Misalnya, dalam perjalanan yang menyambut pelanggan baru, Anda mungkin memiliki tiga templat email. Ada satu templat dengan informasi pengantar, yang lain dengan informasi perantara untuk pengguna yang mengklik tautan di pesan pertama, dan yang lain dengan informasi pengantar yang direvisi untuk pengguna yang tidak mengklik tautan di pesan pertama.

Meninjau dan menguji

Amazon Pinpoint menyertakan fitur peninjauan yang memeriksa dan memperingatkan Anda tentang kesalahan konfigurasi dalam perjalanan. Ini juga menyederhanakan proses menemukan dan memperbaiki kesalahan apa pun. Untuk menemukan aktivitas atau pengaturan yang memiliki kesalahan, klik deskripsi kesalahan.

Untuk memperbaiki kesalahan, ikuti rekomendasi yang disediakan di panel Tinjau perjalanan Anda. Kami mendorong Anda untuk menggunakan fitur ini untuk meninjau dan memperbaiki kesalahan sebelum Anda mempublikasikan perjalanan. Sebagai praktik terbaik, kami juga mendorong Anda untuk menyelesaikan proses peninjauan ini beberapa kali sebelum Anda mempublikasikan perjalanan.

Amazon Pinpoint juga menyertakan fitur pengujian yang merampingkan proses pengujian. Setelah Anda menyelesaikan proses peninjauan untuk perjalanan, Anda dapat menggunakan fitur ini untuk mengirim sekelompok peserta tes melalui perjalanan.

Untuk memastikan bahwa hanya peserta tes yang dapat memasuki perjalanan, Anda dapat membuat dan menggunakan segmen pengujian khusus dengan fitur ini. Untuk mempercepat pengujian, Anda dapat mengonfigurasi fitur ini untuk mengurangi atau menghilangkan waktu tunggu untuk dan di antara aktivitas. Kami sangat menyarankan Anda menggunakan fitur ini untuk menguji semua aspek perjalanan, termasuk setiap pesan yang dikirim oleh perjalanan, sebelum Anda mempublikasikan perjalanan.

Untuk mempelajari lebih lanjut tentang meninjau dan menguji perjalanan, lihat [the section called “Tinjau dan uji perjalanan”](#).

Analitik

Setelah Anda mempublikasikan perjalanan, Amazon Pinpoint secara otomatis mulai mengumpulkan dan menggabungkan data analitik untuk beberapa jenis metrik standar yang berlaku untuk keseluruhan perjalanan dan aktivitas perjalanan individu. Kami sangat menyarankan agar Anda meninjau metrik ini secara teratur dan sering.

Antara lain, metrik ini memberikan wawasan kunci tentang masalah yang harus diatasi, seperti kegagalan dan kesalahan yang mungkin terjadi saat Amazon Pinpoint mencoba mengevaluasi atau melakukan suatu aktivitas. Secara keseluruhan, metrik ini dapat membantu Anda menentukan apa yang berfungsi dengan baik atau tidak dalam suatu perjalanan, yang dapat membantu Anda merancang perjalanan yang lebih efektif di masa depan. Untuk informasi mendetail tentang metrik yang tersedia dan cara melihatnya, lihat [the section called “Lihat metrik perjalanan”](#).

Amazon Pinpoint secara otomatis menyimpan data analitik Anda selama 90 hari. Bergantung pada durasi perjalanan yang diproyeksikan atau kebutuhan penyimpanan dan pelaporan jangka panjang organisasi Anda, Anda mungkin ingin menyimpan data peristiwa yang mendasarinya selama lebih dari 90 hari. Untuk melakukannya, sebaiknya Anda mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengeksport data ke Amazon Kinesis Data Streams atau Amazon Kinesis Data Firehose. Jika Anda mengeksport data ke Amazon Kinesis, Anda juga dapat menggunakan layanan dan aplikasi lain untuk melakukan analisis atau pelaporan yang lebih dalam. Untuk informasi selengkapnya, lihat [the section called “Streaming data acara”](#).

Manajemen siklus hidup

Saat Anda melakukan perjalanan melalui berbagai fase pengembangan dan eksekusi, ingatlah hal berikut untuk setiap fase siklus hidup perjalanan. Perhatikan juga bahwa Anda dapat menghentikan (membatalkan) perjalanan kapan saja jika ada masalah yang muncul.

Fase	Deskripsi
Draf	<p>Perjalanan sedang dikembangkan dan belum dipublikasikan.</p> <p>Pada fase ini, Anda dapat mengubah aspek perjalanan apa pun, termasuk segmen,</p>

Fase	Deskripsi
	<p>aktivitas, dan pengaturan perjalanan. Anda juga dapat memanfaatkan fitur Amazon Pinpoint untuk meninjau dan menguji perjalanan. Anda dapat mengulangi proses peninjauan dan pengujian sebanyak yang Anda inginkan.</p>
Aktif	<p>Perjalanan telah dikembangkan, ditinjau, diuji, dan diterbitkan. Tergantung pada jadwal perjalanan, mungkin saat ini sedang berjalan atau dijadwalkan untuk mulai berjalan di lain waktu.</p> <p>Pada fase ini, Anda tidak dapat menambahkan, mengubah, atau menghapus aktivitas dari perjalanan.</p>
Tutup	<p>Perjalanan telah dikembangkan, ditinjau, diuji, dan diterbitkan. Ini sudah mulai berjalan dan tertutup untuk peserta baru.</p> <p>Tergantung pada jadwal dan pengaturan perjalanan, mungkin juga telah melewati waktu akhir yang dijadwalkan. Atau perjalanan mungkin telah melewati waktu mulai yang dijadwalkan, dan memiliki aktivitas entri yang diatur untuk tidak pernah menambahkan anggota segmen baru.</p> <p>Pada fase ini, Anda tidak dapat menambahkan peserta baru ke dalam perjalanan, dan tidak ada peserta yang ada yang dapat memasuki perjalanan untuk pertama kalinya. Namun, setiap peserta yang ada yang saat ini menunggu untuk memulai suatu kegiatan dapat melanjutkan perjalanan.</p>

Fase	Deskripsi
Dihentikan	<p>Perjalanan dikembangkan, ditinjau, diuji, dan diterbitkan, dan kemudian dihentikan. Anda tidak dapat memulai kembali perjalanan setelah Anda menghentikannya. Anda harus membuat ulang perjalanan lagi.</p> <p>Jika Anda menghentikan perjalanan, Amazon Pinpoint terus melakukan aktivitas yang sedang berlangsung hingga aktivitas tersebut selesai. Amazon Pinpoint juga terus mengumpulkan dan mengumpulkan data analitik untuk aktivitas tersebut hingga aktivitas selesai. Hal ini juga dilakukan untuk setiap kegiatan yang lengkap ketika Anda menghentikan perjalanan.</p> <p>Pada fase ini, Anda tidak dapat menambahkan, mengubah, atau menghapus aktivitas apa pun dari perjalanan. Selain itu, Amazon Pinpoint berhenti mengevaluasi perjalanan dan tidak melakukan aktivitas apa pun yang belum dimulai.</p>

Kirim pesan pengujian dengan Amazon Pinpoint

Dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat mengirim pesan pengujian, yang merupakan pesan satu kali yang Anda kirim langsung ke kumpulan penerima tertentu. Mengirim pesan pengujian berguna jika Anda ingin menguji kemampuan pengiriman pesan, atau melihat bagaimana pesan muncul kepada penerima. Anda dapat mengirim pesan pengujian dengan menggunakan saluran apa pun yang didukung Amazon Pinpoint.

Kami menagih Anda untuk setiap pesan tes yang Anda kirim. Namun, kami tidak menagih Anda berdasarkan target audiens bulanan (MTA) Anda saat Anda mengirim pesan pengujian. Untuk informasi selengkapnya, lihat [harga Amazon Pinpoint](#).

Saat Anda menggunakan konsol Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan pengujian, Anda dapat mengirim pesan ke sebanyak 15 penerima, tergantung pada jenis pesan. Anda tidak dapat mengirim pesan pengujian ke segmen—Anda harus mengirimkannya ke pengguna individual. Selain itu, Amazon Pinpoint segera mengirimkan pesan pengujian. Anda tidak dapat menjadwalkan pengiriman pesan tes. Terakhir, pesan pengujian tidak menghasilkan metrik pesan, seperti rasio buka, klik, atau bouncing. Jika ingin mengirim pesan ke segmen, menjadwalkan pengiriman pesan, atau mendapatkan data metrik untuk pesan, Anda harus [membuat kampanye](#) alih-alih mengirim pesan pengujian.

Untuk mengirim pesan pengujian dari konsol Amazon Pinpoint, gunakan halaman Uji pesan di konsol.

Untuk membuka halaman pesan uji

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda kirim pesan uji.
3. Di panel navigasi, pilih Uji pesan.

Mengirim pesan email pengujian

Untuk mengirim pesan email pengujian, Anda harus menggunakan proyek yang mengaktifkan saluran email. Untuk mempelajari cara membuat proyek baru dan mengaktifkan saluran email untuk itu, lihat [Menyiapkan saluran email Amazon Pinpoint](#). Untuk mempelajari cara mengaktifkan saluran email untuk proyek yang sudah ada, lihat [Mengelola saluran email Amazon Pinpoint](#).

Untuk mengirim pesan email pengujian

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda kirim pesan uji.
3. Di panel navigasi, pilih Uji pesan.
4. Pada halaman Uji pesan, di bawah Saluran, pilih Email.
5. Untuk jenis Tujuan, pilih salah satu tujuan berikut untuk pesan Anda:
 - Alamat email — Setiap tujuan adalah alamat email penerima.
 - Endpoint ID — Setiap tujuan adalah ID unik yang ditetapkan ke endpoint untuk proyek.
6. Bergantung pada pilihan Anda untuk jenis Tujuan, masukkan satu atau beberapa ID Titik Akhir atau alamat Email. Anda dapat memasukkan hingga 15 nilai. Gunakan koma untuk memisahkan beberapa nilai.
7. Untuk konten Pesan, pilih apakah Anda ingin membuat pesan baru atau Menggunakan template yang sudah ada.

Jika Anda memilih untuk menggunakan template yang ada, pilih template dari daftar Template. Setelah Anda memilih template, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. Versi aktif biasanya merupakan versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan, tergantung pada alur kerja Anda.

Jika Anda memilih untuk membuat pesan baru, tentukan subjek di bidang Subjek, dan badan pesan di bidang Pesan.

Tip

Anda dapat memasukkan badan pesan dengan menggunakan tampilan HTML atau Desain. Dalam tampilan HTML, Anda dapat memasukkan konten HTML secara manual untuk badan pesan, termasuk pemformatan, tautan, dan fitur lain yang ingin Anda sertakan dalam pesan. Dalam tampilan Desain, Anda dapat menggunakan editor teks kaya untuk memasukkan konten badan pesan. Anda dapat menggunakan bilah alat pemformatan untuk menerapkan pemformatan dan menambahkan tautan dan fitur lainnya ke badan pesan. Untuk beralih tampilan, pilih HTML atau Desain dari pemilih tampilan di atas editor pesan.

Di bidang di bawah editor pesan, secara opsional masukkan konten yang ingin Anda tampilkan di badan pesan yang dikirim ke penerima yang aplikasi emailnya tidak menampilkan konten HTML.

8. Setelah selesai, pilih Kirim pesan.

Mengirim notifikasi push test

Untuk mengirim notifikasi push uji coba, Anda harus menggunakan proyek yang mengaktifkan satu atau beberapa saluran notifikasi push. Untuk mempelajari cara membuat proyek baru dan mengaktifkan saluran pemberitahuan push untuknya, lihat [Menyiapkan saluran push seluler Amazon Pinpoint](#). Untuk mempelajari cara mengaktifkan saluran notifikasi push untuk proyek yang sudah ada, lihat [Mengelola saluran push seluler dengan Amazon Pinpoint](#).

Setelah mengaktifkan satu atau beberapa saluran notifikasi push untuk suatu proyek, Anda dapat mengirim notifikasi push uji melalui salah satu saluran tersebut.

Untuk mengirim notifikasi push test

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda kirim pesan uji.
3. Di panel navigasi, pilih Uji pesan.
4. Pada halaman Uji pesan, di bawah Saluran, pilih Pemberitahuan push.
5. Untuk jenis Tujuan, pilih salah satu tujuan berikut untuk pesan Anda:
 - Endpoint ID — Setiap tujuan adalah ID unik yang ditetapkan ke endpoint untuk proyek.
 - Token perangkat — Setiap tujuan adalah token yang ditetapkan ke instance aplikasi yang Anda kirim pesan. Misalnya, nilai ini dapat berupa token perangkat yang ditetapkan oleh layanan Pemberitahuan Push Apple (APN) atau token pendaftaran yang ditetapkan oleh Firebase Cloud Messaging (FCM).
6. Bergantung pada pilihan Anda untuk jenis Tujuan, masukkan satu atau beberapa ID Titik Akhir atau token Perangkat. Anda dapat memasukkan hingga 15 nilai. Gunakan koma untuk memisahkan beberapa nilai.

Jika Anda menggunakan token perangkat sebagai tipe tujuan, Anda hanya harus menentukan token yang terkait dengan layanan pemberitahuan push tunggal. Amazon Pinpoint dapat mengirim pesan hanya melalui satu layanan pemberitahuan push pada satu waktu.

Jika Anda menggunakan ID titik akhir sebagai tipe tujuan, pembatasan ini tidak berlaku. Anda dapat menentukan titik akhir yang menggunakan layanan pemberitahuan push apa pun.

7. Untuk layanan pemberitahuan Push, tentukan layanan pemberitahuan push yang ingin Anda kirim pesan. Jika Anda menggunakan ID titik akhir sebagai tipe tujuan, Amazon Pinpoint mendeteksi layanan secara otomatis.
8. Untuk jenis Notifikasi, tentukan jenis pesan pengujian yang ingin Anda kirim:
 - Pesan standar — Pemberitahuan push yang memiliki judul, badan pesan, dan konten dan pengaturan lainnya. Penerima diberitahu oleh perangkat seluler mereka ketika mereka menerima pesan.
 - Pesan mentah — Pemberitahuan push yang menentukan semua konten dan pengaturan notifikasi sebagai objek JSON. Jenis pemberitahuan ini dapat berguna untuk kasus-kasus seperti mengirim data khusus ke aplikasi untuk diproses oleh aplikasi itu, bukan layanan pemberitahuan push. Jika Anda memilih opsi ini, editor pesan menampilkan garis besar kode yang akan digunakan untuk pesan. Di editor pesan, masukkan pengaturan yang ingin Anda gunakan untuk setiap layanan pemberitahuan push. Sertakan pengaturan opsional apa pun (seperti gambar, suara, dan tindakan) yang ingin Anda tentukan. Untuk informasi selengkapnya, lihat dokumentasi untuk layanan pemberitahuan push yang Anda gunakan. Setelah Anda selesai memasukkan semua konten pesan mentah, lewati ke langkah 12.
9. Di bawah Pesan, untuk konten Pesan, pilih apakah Anda ingin Membuat pesan baru atau Menggunakan templat yang sudah ada.

Jika Anda memilih untuk menggunakan template yang ada, pilih template dari daftar Template. Setelah Anda memilih template dari daftar, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. (Versi aktif biasanya versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan, tergantung pada alur kerja Anda.) Ketika Anda selesai memilih template, lompat ke langkah 12.

Jika Anda memilih untuk membuat pesan baru, tentukan Judul dan Isi untuk pesan tersebut.

10. Untuk Tindakan, pilih tindakan yang ingin Anda lakukan jika penerima mengetuk notifikasi:
 - Buka aplikasi — Aplikasi Anda diluncurkan, atau menjadi aplikasi latar depan jika dikirim ke latar belakang.

- Pergi ke URL — Browser seluler default pada perangkat penerima diluncurkan dan membuka halaman web di URL yang Anda tentukan. Misalnya, tindakan ini berguna untuk mengirim pengguna ke posting blog.
 - Buka tautan dalam — Aplikasi Anda terbuka dan menampilkan antarmuka pengguna yang ditunjuk di aplikasi. Deep linking adalah fitur iOS dan Android. Misalnya, tindakan ini berguna untuk mengarahkan pengguna ke promosi khusus untuk pembelian dalam aplikasi.
11. (Opsional) Di bagian URL Media, berikan URL yang mengarah ke file media yang ingin ditampilkan dalam pesan. URL harus dapat diakses publik sehingga layanan pemberitahuan push dapat mengambil file.
 12. Setelah selesai, pilih Kirim pesan.

Mengirim pesan SMS tes

Untuk mengirim pesan SMS tes, Anda harus menggunakan proyek yang mengaktifkan saluran SMS. Untuk mempelajari cara membuat proyek baru dan mengaktifkan saluran SMS untuk itu, lihat [the section called “Menyiapkan”](#). Untuk mempelajari cara mengaktifkan saluran SMS untuk proyek yang ada, lihat [Mengelola saluran SMS Amazon Pinpoint](#).


Untuk mengirim pesan SMS tes

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda kirim pesan uji.
3. Di panel navigasi, pilih Uji pesan.
4. Pada halaman Uji pesan, di bawah Saluran, pilih SMS.
5. Untuk jenis Tujuan, pilih salah satu tujuan berikut untuk pesan Anda:
 - Nomor telepon — Setiap tujuan adalah nomor telepon penerima.
 - Endpoint ID — Setiap tujuan adalah ID unik yang ditetapkan ke endpoint untuk proyek.
6. Bergantung pada pilihan Anda untuk jenis Tujuan, masukkan satu atau beberapa ID Titik Akhir atau nomor Telepon. Anda dapat memasukkan hingga 15 nilai. Gunakan koma untuk memisahkan beberapa nilai.

Jika Anda menggunakan nomor telepon sebagai jenis tujuan, tentukan setiap nomor dalam format E.164. E.164 adalah standar untuk struktur nomor telepon yang digunakan untuk telekomunikasi internasional. Nomor telepon yang mengikuti format ini biasanya memiliki hingga

15 digit, dan diawali dengan karakter plus (+) dan kode negara. Misalnya, nomor telepon AS dalam format E.164 muncul sebagai +12065550100.

7. (Opsional) Untuk nomor telepon Originasi, pilih nomor telepon untuk mengirim pesan. Daftar ini berisi semua nomor telepon khusus yang terkait dengan akun Anda. Jika akun Anda berisi beberapa nomor telepon khusus, dan Anda tidak memilih nomor originasi, Amazon Pinpoint mencari kode pendek di akun Anda; jika menemukannya, ia menggunakan kode pendek itu untuk mengirim pesan. Jika kode pendek tidak ditemukan di akun Anda, maka ia mencari nomor 10DLC (hanya penerima AS), dan kemudian nomor bebas pulsa (hanya penerima AS), dan kemudian kode panjang.
8. Untuk Message type (Jenis pesan), pilih salah satu jenis berikut:
 - Promotional (Promosi) – Pesan tidak penting, seperti pesan pemasaran. Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint mengoptimalkan pengiriman pesan untuk mengeluarkan biaya terendah.
 - Transaksional — Pesan penting yang mendukung transaksi pelanggan, seperti kata sandi satu kali untuk otentikasi multi-faktor. Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint mengoptimalkan pengiriman pesan untuk mencapai keandalan tertinggi.

 Note

Pengaturan tingkat pesan ini mengesampingkan jenis pesan default yang Anda pilih di halaman Pengaturan untuk proyek.

9. Di bawah Pesan, untuk konten Pesan, pilih apakah Anda ingin Membuat pesan baru atau Menggunakan templat yang sudah ada.

Jika Anda memilih untuk menggunakan template yang ada, pilih template dari daftar Template. Setelah Anda memilih template dari daftar, Amazon Pinpoint menampilkan pratinjau versi aktif template. (Versi aktif biasanya versi template yang telah ditinjau dan disetujui untuk digunakan, tergantung pada alur kerja Anda.) Ketika Anda selesai memilih template, lompat ke langkah 10.

Jika Anda memilih untuk membuat pesan baru, tentukan konten pesan di bidang Pesan.

10. (Opsional) Untuk ID Pengirim, masukkan ID kustom yang berisi hingga 11 karakter alfanumerik, termasuk setidaknya satu huruf, dan tidak ada spasi. ID pengirim ditampilkan sebagai pengirim pesan di perangkat penerima. Misalnya, Anda dapat menggunakan merek bisnis Anda untuk membuat sumber pesan lebih mudah dikenali.

Dukungan untuk ID pengirim bervariasi berdasarkan negara dan/atau wilayah. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

ID pengirim tingkat pesan ini mengganti ID pengirim default Anda, yang Anda pilih di halaman Pengaturan untuk proyek.

11. Setelah selesai, pilih Kirim pesan.

Amazon Pinpoint analitik

Dengan menggunakan analitik yang disediakan Amazon Pinpoint, Anda dapat memperoleh wawasan tentang basis pengguna dengan melihat tren yang terkait dengan keterlibatan pengguna, penjangkauan kampanye, pendapatan, dan lainnya.

Saat pengguna berinteraksi dengan proyek Anda, Amazon Pinpoint mengumpulkan dan menyimpan data analitik untuk interaksi ini. Anda dapat melihat data tersebut untuk mempelajari area seperti [tingkat keterlibatan](#) pengguna, [aktivitas pembelian](#), dan [demografi](#). Misalnya, jika Anda memiliki aplikasi seluler, Anda dapat melihat bagan dan metrik yang menunjukkan jumlah pengguna yang membuka aplikasi Anda setiap hari, kapan pengguna membuka aplikasi, dan pendapatan yang dihasilkan oleh aplikasi Anda.

Dengan melihat bagan tentang atribut perangkat, Anda juga dapat mempelajari platform dan perangkat mana aplikasi Anda diinstal. Untuk melaporkan metrik ini dan metrik lainnya untuk aplikasi seluler, aplikasi Anda harus terintegrasi dengan Amazon Pinpoint melalui salah satu SDK Seluler yang AWS didukung. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengintegrasikan Amazon Pinpoint dengan aplikasi Anda](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Anda juga dapat memantau [analitik kampanye](#) untuk melihat kinerja kampanye Anda secara agregat, maupun secara individual. Misalnya, Anda dapat mengikuti jumlah total pesan atau pemberitahuan push yang dikirim, persentase pesan atau pemberitahuan push yang dibuka pengguna, tarif opt-out, dan informasi lainnya. Jika Anda membuat kampanye yang menyertakan pengujian A/B, Anda juga dapat menggunakan analitik untuk membandingkan efektivitas perawatan kampanye. Misalnya, Anda dapat menilai apakah pengguna lebih cenderung membuka aplikasi seluler karena mereka menerima variasi pesan kampanye tertentu.

Untuk menganalisis berapa banyak pengguna yang menyelesaikan setiap langkah dalam proses konversi, seperti membeli item atau meningkatkan aplikasi, Anda dapat membuat dan memantau [saluran](#).

Untuk menganalisis atau menyimpan data analitik di luar Amazon Pinpoint, Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint [untuk mengalirkan data ke Amazon Kinesis atau mengalirkan data ke Amazon Athena](#).

Topik

- [Referensi bagan untuk analitik Amazon Pinpoint](#)
- [Membuat bagan corong dengan Amazon Pinpoint](#)

- [Streaming acara dengan Amazon Pinpoint](#)

Referensi bagan untuk analitik Amazon Pinpoint

Halaman Analytics di konsol Amazon Pinpoint memberikan ikhtisar metrik utama. Mereka juga menyediakan dasbor yang memberikan rincian tentang kampanye, demografi, corong, penggunaan, pendapatan, dan banyak lagi. Anda dapat memfilter banyak dasbor ini berdasarkan tanggal untuk analisis lebih lanjut. Anda juga dapat memfilter beberapa dasbor ini dengan atribut lain, seperti atribut acara atau saluran.

Topik

- [Titik akhir dan pengguna dalam analitik Amazon Pinpoint](#)
- [Mengekspor dasbor](#)
- [Grafik ikhtisar](#)
- [Grafik penggunaan](#)
- [Grafik pendapatan](#)
- [Grafik acara](#)
- [Grafik demografi](#)
- [Bagan kampanye](#)
- [Grafik pesan transaksional](#)

Titik akhir dan pengguna dalam analitik Amazon Pinpoint

Beberapa bagan dan metrik di dasbor ini menyediakan data tentang titik akhir. Lainnya menyediakan data tentang pengguna.

Titik akhir adalah tujuan yang dapat Anda kirim pesan—seperti perangkat seluler, alamat email, atau nomor telepon pengguna. Sebelum Anda dapat melihat data tentang titik akhir, aplikasi Anda harus mendaftarkan titik akhir dengan Amazon Pinpoint, atau Anda harus mengimpor definisi titik akhir Anda ke Amazon Pinpoint.

Pengguna adalah individu yang memiliki ID pengguna unik. ID ini dapat dikaitkan dengan satu atau beberapa titik akhir. Misalnya, jika seseorang menggunakan aplikasi Anda di lebih dari satu perangkat, aplikasi Anda dapat menetapkan ID pengguna orang tersebut ke titik akhir untuk setiap perangkat. Sebelum Anda dapat melihat data tentang pengguna, aplikasi Anda harus menetapkan

ID pengguna ke titik akhir, atau Anda harus mengimpor definisi titik akhir yang menyertakan ID pengguna.

Untuk informasi tentang mendaftarkan titik akhir dan menetapkan ID pengguna dalam aplikasi seluler, lihat [Mendaftarkan titik akhir di aplikasi Anda di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#). Untuk informasi tentang mendaftarkan titik akhir dan menetapkan ID pengguna untuk jenis aplikasi lain, lihat [Menambahkan titik akhir ke Amazon Pinpoint di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#). Untuk informasi tentang mengimpor definisi titik akhir, lihat [Mengimpor segmen](#)

Mengekspor dasbor

Anda dapat mengekspor data dari dasbor yang muncul di halaman Analytics di konsol Amazon Pinpoint. Saat Anda mengekspor data dari dasbor, Amazon Pinpoint membuat file.zip yang berisi file nilai yang dipisahkan koma (.csv) dengan data untuk setiap bagian dasbor. Anda dapat membuka file.csv ini dengan menggunakan spreadsheet modern atau aplikasi analisis data.

Untuk mengekspor data dari dasbor, pilih rentang tanggal untuk data (dan atribut lainnya, jika ada), lalu pilih Unduh CSV.

Grafik ikhtisar

Halaman ikhtisar Analytics berisi beberapa bagan dan metrik yang memberikan gambaran umum tentang titik akhir, penggunaan, dan respons kampanye untuk proyek Anda. Jika Anda telah mengirim pesan email transaksional untuk proyek Anda, halaman ini juga menyediakan informasi tentang tanggapan terhadap pesan tersebut.

Melihat grafik ikhtisar analitik

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat bagan dan metrik di halaman ikhtisar Analytics di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan tanggal.

Untuk melihat dan memfilter bagan ikhtisar analitik dan metrik

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data analitiknya.
3. Di panel navigasi, pilih Analytics.
4. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data untuk tanggal atau rentang tanggal tertentu, gunakan pemilih tanggal di bagian atas halaman untuk memilih tanggal untuk periode

waktu yang Anda inginkan. Setelah Anda memilih tanggal baru, halaman akan diperbarui untuk menampilkan data untuk periode waktu yang dipilih.

Deskripsi bagan

Halaman ikhtisar Analytics berisi tiga bagian: [Analitik aplikasi](#), [Analitik kampanye](#), dan [Email transaksional](#).

Analitik aplikasi

Bagian Analisis aplikasi berisi beberapa metrik yang paling umum digunakan yang terkait dengan aplikasi atau project Anda.

Titik akhir aktif harian

Menampilkan jumlah titik akhir yang membuka aplikasi Anda setidaknya sekali dalam periode 24 jam untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Grafik ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir aktif harian untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah titik akhir aktif harian dari awal hingga akhir periode waktu. Jika aplikasi atau project Anda berisi jumlah titik akhir yang tinggi, mungkin ada penundaan hingga enam jam bagi Amazon Pinpoint untuk menampilkan data ini.

Titik akhir aktif bulanan

Menampilkan jumlah titik akhir yang membuka aplikasi Anda setidaknya sekali dalam 30 hari sebelumnya untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir aktif bulanan untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah titik akhir aktif bulanan dari awal hingga akhir periode waktu. Jika aplikasi atau project Anda berisi jumlah titik akhir yang tinggi, mungkin ada penundaan hingga enam jam bagi Amazon Pinpoint untuk menampilkan data ini.

Titik akhir baru

Menunjukkan jumlah titik akhir yang terdaftar di Amazon Pinpoint untuk pertama kalinya, untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir baru untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah titik akhir baru dari awal hingga akhir periode waktu.

Tingkat retensi 7 hari

Menunjukkan persentase pengguna yang membuka aplikasi Anda kurang dari 8 hari yang lalu, lalu membukanya lagi di beberapa titik selama 7 hari berikutnya. Bagan ini juga memberikan

tingkat retensi 7 hari rata-rata untuk seluruh periode waktu, tingkat retensi harian rata-rata untuk periode waktu tersebut, dan persentase perubahan tarif dari awal hingga akhir periode waktu.

Sesi

Menunjukkan berapa kali aplikasi Anda dibuka setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata sesi harian untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah sesi dari awal hingga akhir periode waktu.

Pendapatan

Menampilkan pendapatan, dalam USD, yang dilaporkan oleh aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan total pendapatan untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pendapatan dari awal hingga akhir periode waktu.

Analitik kampanye

Bagian Analisis kampanye berisi beberapa metrik penting yang dapat membantu Anda memahami keberhasilan kampanye Anda. Metrik di bagian ini menyediakan metrik agregat untuk semua kampanye dalam proyek saat ini.

Titik akhir aktif yang dapat ditargetkan

Menampilkan jumlah titik akhir yang saat ini memiliki status aktif untuk proyek dan dipilih untuk menerima pesan dari Anda melalui setidaknya satu saluran, dan jumlah titik akhir yang dapat ditargetkan aktif untuk setiap saluran—misalnya, pemberitahuan push, email, dan SMS.

Kampanye

Menampilkan informasi tentang kampanye yang aktif selama periode waktu yang dipilih. Bagian ini mencakup informasi berikut:

Kampanye aktif

Jumlah kampanye yang saat ini aktif.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung nomor ini dengan mengurangi jumlah pesan yang memantul dari jumlah pesan yang Anda kirim.

Tingkat pengiriman

Persentase titik akhir yang ditargetkan yang menerima pesan dari Anda. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan yang dikirim ke penerima yang dituju dengan jumlah total pesan yang Anda kirim.

Tingkat opt-out

Persentase pengguna yang memilih keluar setelah menerima pesan dari Anda. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan menentukan jumlah penerima yang menerima pesan Anda dan memilih keluar, dan membagi nomor tersebut dengan jumlah penerima yang aktif selama periode waktu yang dipilih. (Penerima mungkin memilih keluar dengan mengklik tautan berhenti berlangganan di email, atau dengan membalas pesan SMS dengan kata kunci). STOP Jika satu penerima memilih keluar beberapa kali, penerima hanya dihitung sekali.

Tarif buka email

Persentase penerima yang membuka pesan dari Anda. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan email yang dikirim dan dibuka oleh penerima dengan jumlah pesan yang diterima oleh penerima mereka.

Dorong tingkat buka

Persentase pemberitahuan push yang dibuka oleh penerima. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah penerima yang membuka pemberitahuan push dari Anda dengan jumlah pemberitahuan push yang diterima oleh penerima mereka.

Pengiriman titik akhir

Jumlah rata-rata titik akhir unik yang menerima pesan dari Anda pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih. Bagan menunjukkan jumlah titik akhir unik yang menerima pesan dari Anda, untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih.

Email transaksional

Bagian email Transaksional berisi bagan dan metrik yang memberikan informasi tentang tanggapan terhadap semua pesan email transaksional yang Anda kirim selama periode waktu yang dipilih. Perhatikan bahwa bagian ini tidak menyertakan informasi tentang pesan yang Anda kirim dari kampanye atau pesan transaksional yang Anda kirim melalui jenis saluran lainnya. Selain itu, diperlukan waktu hingga dua jam agar data baru muncul di bagian ini.

Dikirim

Jumlah pesan transaksional yang dikirim:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan email transaksional yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Dikirim

Jumlah pesan transaksional yang dikirim ke penerima yang dituju:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan email transaksional yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Dibuka

Jumlah pesan transaksional yang dibuka oleh penerima:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dibuka setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dibuka selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dibuka pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan email transaksional yang dibuka pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

diklik

Berapa kali penerima mengklik tautan dalam pesan transaksional:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata klik yang terjadi setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total klik yang terjadi selama periode waktu yang dipilih.

- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah klik yang terjadi pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada klik yang terjadi pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Jika penerima pesan mengklik beberapa tautan dalam pesan atau mengklik tautan yang sama lebih dari sekali, klik tersebut akan dihitung sebagai satu klik jika terjadi dalam jam yang sama. Beberapa klik yang terjadi pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai klik terpisah. Misalnya, tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu klik tetapi jika tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua klik karena jamnya telah berubah.

Grafik penggunaan

Halaman Penggunaan menyertakan bagan dan metrik yang menunjukkan seberapa sering aplikasi Anda digunakan dan seberapa berhasil mempertahankan minat pengguna dari waktu ke waktu.

Note

Beberapa bagan dan metrik pada halaman Penggunaan mengacu pada titik akhir, sementara yang lain merujuk ke pengguna. Untuk informasi tentang perbedaan antara pengguna dan titik akhir, lihat [Titik akhir dan pengguna dalam analitik Amazon Pinpoint](#).

Melihat grafik penggunaan

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat bagan dan metrik Penggunaan di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan tanggal dan atribut titik akhir.

Untuk melihat dan memfilter bagan dan metrik penggunaan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data penggunaan.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Penggunaan.
4. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data untuk tanggal atau rentang tanggal tertentu, gunakan pemilih tanggal di bagian atas halaman untuk memilih tanggal untuk periode waktu yang Anda inginkan. Setelah Anda memilih tanggal baru, halaman akan diperbarui untuk menampilkan data untuk periode waktu yang dipilih.

5. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data hanya untuk pengguna atau titik akhir yang memiliki atribut tertentu, perluas bagian Filter. Pilih atribut dari daftar Atribut Titik Akhir. Setelah Anda memilih atribut, pilih nilai atribut dari daftar Nilai Atribut Titik Akhir. Kemudian pilih Lihat grafik untuk melihat metrik yang diperbarui.

Note

Untuk memberi Anda pengalaman terbaik, kami menyembunyikan filter ini jika Anda belum menggunakannya dalam 90 hari terakhir.

Jika bagian Filter menampilkan pesan yang menyatakan bahwa filter tidak tersedia, pilih Informasi lebih lanjut, lalu pilih Aktifkan filter. Ketika Anda melakukannya, kami mengembalikan filter untuk akun Anda di AWS Wilayah saat ini. Bergantung pada jumlah data yang terkait dengan akun Anda, proses ini dapat memakan waktu hingga 72 jam untuk diselesaikan.

Untuk memfilter data lebih lanjut, ulangi langkah ini untuk setiap atribut tambahan dan nilai atribut yang ingin Anda filter datanya.

Deskripsi bagan

Halaman Penggunaan berisi tiga bagian: [Metrik pengguna](#), [Metrik sesi](#), dan [Metrik otentikasi](#).

Metrik pengguna

Bagian Metrik Pengguna memberikan informasi tentang cara pengguna dan titik akhir berinteraksi dengan aplikasi Anda. Bagan dan metrik ini membantu Anda lebih memahami retensi pengguna —yaitu, kemungkinan pelanggan yang menggunakan aplikasi Anda di masa lalu akan menggunakannya lagi di lain waktu.

Note

Metrik berikut dapat dipengaruhi oleh operasi API yang memengaruhi titik akhir: Titik akhir aktif harian, Titik akhir aktif bulanan, Pengguna aktif harian, Pengguna aktif bulanan. Misalnya, jika Anda menggunakan operasi **UpdateEndpoint** atau **PutEvents** API untuk mengubah titik akhir, metrik seperti Pengguna aktif harian dapat menunjukkan jumlah yang lebih tinggi daripada sesi Harian.

Untuk informasi tentang perbedaan antara pengguna dan titik akhir, lihat [Titik akhir dan pengguna dalam analitik Amazon Pinpoint](#).

Titik akhir aktif harian

Menunjukkan jumlah titik akhir yang membuka aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Grafik ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir aktif harian untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah titik akhir aktif harian dari awal hingga akhir periode waktu. Jika aplikasi atau project Anda berisi jumlah titik akhir yang tinggi, mungkin ada penundaan hingga enam jam bagi Amazon Pinpoint untuk menampilkan data ini.

Titik akhir aktif bulanan

Menunjukkan jumlah titik akhir yang membuka aplikasi Anda di beberapa titik dalam 30 hari sebelumnya untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir aktif bulanan untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah titik akhir aktif bulanan dari awal hingga akhir periode waktu. Jika aplikasi atau project Anda berisi jumlah titik akhir yang tinggi, mungkin ada penundaan hingga enam jam bagi Amazon Pinpoint untuk menampilkan data ini.

Titik akhir baru

Menunjukkan jumlah titik akhir yang terdaftar di Amazon Pinpoint untuk pertama kalinya untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir baru untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah titik akhir baru dari awal hingga akhir periode waktu.

Pengguna aktif harian

Menunjukkan jumlah pengguna yang membuka aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga menyediakan jumlah rata-rata pengguna aktif harian untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pengguna aktif harian dari awal hingga akhir periode waktu.

Pengguna aktif bulanan

Menunjukkan jumlah pengguna yang membuka aplikasi Anda di beberapa titik dalam 30 hari sebelumnya untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pengguna aktif bulanan untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pengguna aktif bulanan dari awal hingga akhir periode waktu.

Pengguna baru

Menampilkan jumlah ID pengguna baru yang dibuat di Amazon Pinpoint untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pengguna baru untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pengguna baru dari awal hingga akhir periode waktu.

Tingkat retensi 7 hari

Menunjukkan persentase pengguna yang membuka aplikasi Anda kurang dari 8 hari yang lalu, lalu membukanya lagi di beberapa titik selama 7 hari berikutnya. Bagan ini juga memberikan tingkat retensi harian rata-rata untuk seluruh periode waktu, tingkat retensi harian rata-rata untuk periode waktu tersebut, dan persentase perubahan tarif dari awal hingga akhir periode waktu.

Faktor lengket

Menunjukkan porsi titik akhir aktif bulanan yang aktif pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih. Misalnya, faktor lengket 0,25 menunjukkan bahwa 25% titik akhir aktif dari 30 hari sebelumnya aktif pada hari yang dipilih. Bagan ini juga menunjukkan faktor lengket rata-rata untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan laju faktor lengket dari awal hingga akhir periode waktu. Jika aplikasi atau project Anda berisi jumlah titik akhir yang tinggi, mungkin ada penundaan hingga enam jam bagi Amazon Pinpoint untuk menampilkan data ini.

Metrik sesi

Bagian Metrik sesi memberikan informasi tentang seberapa sering aplikasi Anda dibuka. Metrik ini dapat membantu Anda lebih memahami seberapa sering pelanggan individu menggunakan aplikasi Anda, serta hari dan waktu mereka paling mungkin menggunakan aplikasi Anda.

Sesi

Menunjukkan berapa kali aplikasi Anda dibuka untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata sesi untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah sesi dari awal hingga akhir periode waktu.

Sesi per titik akhir

Menunjukkan jumlah sesi untuk setiap titik akhir. Amazon Pinpoint menghitung angka ini dengan membagi jumlah sesi dalam periode waktu dengan jumlah titik akhir unik yang membuka aplikasi Anda dalam periode waktu tersebut. Bagan ini juga menyediakan jumlah rata-rata sesi per titik akhir untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah sesi per titik akhir dari awal hingga akhir periode waktu.

Sesi per pengguna

Menunjukkan jumlah sesi untuk setiap pengguna. Amazon Pinpoint menghitung angka ini dengan membagi jumlah sesi dalam periode waktu dengan jumlah pengguna unik yang membuka aplikasi Anda dalam periode waktu tersebut. Bagan ini juga menyediakan jumlah rata-rata sesi per pengguna untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah sesi per pengguna dari awal hingga akhir periode waktu.

Peta panas sesi

Menampilkan hari dan waktu saat titik akhir membuka aplikasi Anda. Waktu dalam bagan ini mencerminkan waktu lokal setiap titik akhir. Persegi panjang yang lebih gelap dalam bagan ini menunjukkan jumlah titik akhir yang lebih besar yang membuka aplikasi Anda.

Metrik otentikasi

Bagian Metrik Autentikasi menyediakan informasi tentang seberapa sering pengguna yang ada masuk ke aplikasi Anda, dan seberapa sering pengguna baru mendaftar untuk aplikasi Anda. Bagan ini berguna untuk melacak keberhasilan program akuisisi pengguna, atau keberhasilan kampanye yang mencoba menarik pengguna yang tidak terlibat kembali ke aplikasi Anda, misalnya.

Masuk

Menampilkan berapa kali pengguna login ke aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata login untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah login dari awal hingga akhir periode waktu.

Mendaftar

Menampilkan berapa kali pengguna membuat akun baru untuk aplikasi Anda setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pendaftaran untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pendaftaran dari awal hingga akhir periode waktu.

Kegagalan otentikasi

Menunjukkan berapa kali pengguna mencoba masuk tetapi tidak dapat melakukannya untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata kegagalan otentikasi untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah kegagalan otentikasi dari awal hingga akhir periode waktu.

Grafik pendapatan

Bagan dan metrik di halaman Pendapatan memberikan detail tentang aktivitas pembelian pengguna dan pendapatan yang dihasilkan oleh aplikasi Anda.

Note

Beberapa bagan dan metrik pada halaman Pendapatan mengacu pada titik akhir, sementara yang lain merujuk ke pengguna. Untuk informasi tentang perbedaan antara pengguna dan titik akhir, lihat [Titik akhir dan pengguna dalam analitik Amazon Pinpoint](#).

Melihat grafik pendapatan

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat bagan dan metrik Pendapatan di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan tanggal dan atribut titik akhir.

Untuk melihat dan memfilter grafik dan metrik pendapatan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data pendapatan.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Pendapatan.
4. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data untuk tanggal atau rentang tanggal tertentu, gunakan pemilih tanggal di bagian atas halaman untuk memilih tanggal untuk periode waktu yang Anda inginkan. Setelah Anda memilih tanggal baru, halaman akan diperbarui untuk menampilkan data untuk periode waktu yang dipilih.
5. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data hanya untuk titik akhir yang memiliki atribut tertentu, perluas bagian Filter. Pilih atribut dari daftar Atribut Titik Akhir. Setelah Anda memilih atribut, pilih nilai atribut dari daftar Nilai Atribut Titik Akhir. Kemudian pilih Lihat grafik untuk melihat metrik yang diperbarui.

Note

Untuk memberi Anda pengalaman terbaik, kami menyembunyikan filter ini jika Anda belum menggunakannya dalam 90 hari terakhir.

Jika bagian Filter menampilkan pesan yang menyatakan bahwa filter tidak tersedia, pilih Informasi lebih lanjut, lalu pilih Aktifkan filter. Ketika Anda melakukannya, kami

mengembalikan filter untuk akun Anda di AWS Wilayah saat ini. Bergantung pada jumlah data yang terkait dengan akun Anda, proses ini dapat memakan waktu hingga 72 jam untuk diselesaikan.

Untuk memfilter data lebih lanjut, ulangi langkah ini untuk setiap atribut tambahan dan nilai atribut yang ingin Anda filter datanya.

Deskripsi bagan

Halaman Pendapatan berisi bagian-bagian berikut:

Pendapatan

Menunjukkan jumlah uang, dalam USD, yang dihabiskan dalam aplikasi Anda oleh semua pengguna untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pendapatan yang dihasilkan oleh aplikasi untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pendapatan dari awal hingga akhir periode waktu.

Pendapatan per titik akhir

Menampilkan jumlah rata-rata uang yang dihabiskan dalam aplikasi Anda oleh setiap titik akhir untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung angka ini dengan membagi jumlah pendapatan yang dihasilkan selama periode waktu yang dipilih dengan jumlah pengguna yang membuka aplikasi dalam periode waktu tersebut. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pendapatan per titik akhir untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pendapatan per titik akhir dari awal hingga akhir periode waktu.

Membayar pengguna

Menunjukkan jumlah pengguna unik yang melakukan setidaknya satu pembelian untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga menyediakan jumlah total pengguna yang membayar, jumlah rata-rata pengguna yang membayar, dan persentase perubahan jumlah pengguna yang membayar dari awal hingga akhir periode waktu.

Pendapatan per pengguna yang membayar

Menunjukkan jumlah uang yang dihabiskan oleh setiap pengguna yang membayar. Amazon Pinpoint menghitung angka ini dengan membagi jumlah pendapatan yang dihasilkan setiap hari dalam periode waktu yang dipilih dengan jumlah pengguna unik yang melakukan setidaknya

satu pembelian selama hari itu. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pendapatan per pengguna yang membayar untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan dalam jumlah pendapatan per pengguna yang membayar dari awal hingga akhir periode waktu.

Unit terjual

Menampilkan jumlah total item yang dibeli di aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah total unit yang terjual, jumlah rata-rata unit yang terjual per hari, dan persentase perubahan jumlah unit yang terjual dari awal hingga akhir periode analisis.

Unit terjual per titik akhir

Menunjukkan jumlah rata-rata harian item yang dibeli oleh setiap titik akhir. Amazon Pinpoint menghitung angka ini dengan membagi jumlah unit yang terjual setiap hari dengan jumlah titik akhir yang aktif selama periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata unit yang terjual per titik akhir untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah unit yang terjual per titik akhir dari awal hingga akhir periode analisis.

Pembelian

Menampilkan jumlah pembelian yang dilakukan di aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah total pembelian yang dilakukan dalam periode waktu, dan persentase perubahan jumlah pembelian dari awal hingga akhir periode analisis.

Pembelian per titik akhir

Menunjukkan jumlah rata-rata harian pembelian per titik akhir untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung angka ini dengan membagi Pembelian dengan jumlah titik akhir yang melakukan pembelian untuk setiap hari dalam periode analisis. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata pembelian per titik akhir untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah unit yang terjual per titik akhir dari awal hingga akhir periode analisis.

Grafik acara

Bagan dan metrik pada halaman Acara membantu Anda melihat tren dengan menampilkan data untuk satu atau beberapa jenis peristiwa dan atribut acara. Anda dapat memfilter data pada halaman untuk menampilkan peristiwa apa pun yang dilaporkan aplikasi Anda ke Amazon Pinpoint.

Melihat grafik peristiwa

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat bagan dan metrik Acara di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan tanggal, peristiwa, dan atribut titik akhir.

Untuk melihat dan memfilter bagan dan metrik peristiwa

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data acara.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Acara.
4. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data untuk tanggal atau rentang tanggal tertentu, gunakan pemilih tanggal di bagian atas halaman untuk memilih tanggal untuk periode waktu yang Anda inginkan. Setelah Anda memilih tanggal baru, halaman akan diperbarui untuk menampilkan data untuk periode waktu yang dipilih.
5. (Opsional) Untuk menerapkan filter tambahan, perluas bagian Filter.

Note

Untuk memberi Anda pengalaman terbaik, kami menyembunyikan filter ini jika Anda belum menggunakannya dalam 90 hari terakhir.

Jika bagian Filter menampilkan pesan yang menyatakan bahwa filter tidak tersedia, pilih Informasi lebih lanjut, lalu pilih Aktifkan filter. Ketika Anda melakukannya, kami memulihkan filter untuk akun Anda di AWS Wilayah saat ini. Bergantung pada jumlah data yang terkait dengan akun Anda, proses ini dapat memakan waktu hingga 72 jam untuk diselesaikan.

Jika filter tambahan tersedia, lakukan salah satu hal berikut:

- Untuk menerapkan filter yang menampilkan data hanya untuk jenis peristiwa tertentu, pilih jenis acara dari daftar Acara. Setelah Anda memilih jenis peristiwa, pilih atribut peristiwa atau metrik dan nilai dari daftar Atribut Peristiwa dan Metrik dan Nilai Atribut Peristiwa.

Daftar Peristiwa menampilkan jenis peristiwa yang dilaporkan aplikasi Anda selama 14 hari terakhir. Jika aplikasi Anda tidak melaporkan peristiwa apa pun selama periode waktu tersebut, hanya opsi Semua jenis peristiwa yang tersedia dan Anda tidak dapat memfilter data berdasarkan jenis peristiwa tertentu.

- Untuk menerapkan filter yang menampilkan data hanya untuk titik akhir yang memiliki atribut tertentu, pilih atribut dari daftar Atribut Titik Akhir. Setelah Anda memilih atribut, pilih nilai atribut dari daftar Nilai Atribut Titik Akhir. Kemudian pilih Lihat grafik untuk melihat metrik yang diperbarui.

Untuk memfilter data lebih lanjut, ulangi langkah ini untuk setiap peristiwa atau atribut tambahan yang ingin Anda filter datanya.

Note

Jika aplikasi atau project Anda berisi jumlah titik akhir yang tinggi, mungkin ada penundaan hingga enam jam bagi Amazon Pinpoint untuk menampilkan data ini.

Deskripsi bagan

Halaman Acara mencakup bagian-bagian berikut:

Hitungan acara

Bagan ini menampilkan jumlah peristiwa yang dilaporkan oleh aplikasi Anda untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata peristiwa per hari, jumlah total peristiwa dalam periode waktu, dan persentase perubahan jumlah peristiwa dari awal hingga akhir periode waktu.

Hitungan titik akhir

Bagan ini menampilkan jumlah titik akhir yang melaporkan peristiwa yang dipilih untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata titik akhir yang melaporkan peristiwa setiap hari, jumlah total titik akhir yang melaporkan peristiwa setiap hari, dan persentase perubahan jumlah titik akhir yang melaporkan peristiwa dari awal hingga akhir periode waktu.

Acara per sesi

Bagan ini menampilkan jumlah rata-rata peristiwa yang terjadi di setiap sesi aplikasi untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung metrik ini dengan membagi berapa kali peristiwa yang dipilih terjadi setiap hari dengan jumlah sesi yang terjadi hari itu.

Bagan ini juga memberikan jumlah rata-rata peristiwa per sesi untuk seluruh periode waktu, dan persentase perubahan jumlah peristiwa per sesi dari awal hingga akhir periode waktu.

Grafik demografi

Bagan di halaman Demografi membantu Anda memahami karakteristik pelanggan dan perangkat yang mereka gunakan untuk mengakses aplikasi Anda. Jika Anda telah mengonfigurasi aplikasi untuk melaporkan metrik kustom ke Amazon Pinpoint, halaman ini akan menampilkan data untuk metrik tersebut.

Melihat grafik demografi

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat grafik Demografi di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan saluran.

Untuk melihat dan memfilter grafik demografi

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data demografis.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Demografi.
4. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data hanya untuk saluran tertentu, pilih Semua saluran, lalu pilih saluran.

Deskripsi bagan

Halaman Demografi mencakup bagian-bagian berikut:

Platform

Menunjukkan proporsi pengguna yang menggunakan aplikasi Anda di berbagai platform.

Versi aplikasi

Menunjukkan proporsi pengguna yang menggunakan berbagai versi aplikasi Anda.

Model perangkat

Menunjukkan proporsi pengguna yang menggunakan aplikasi Anda di berbagai model perangkat, seperti iPhone atau Galaxy S9.

Perangkat membuat

Menunjukkan proporsi pengguna yang menggunakan aplikasi Anda di berbagai perangkat, seperti Apple atau Samsung.

Lokasi pengguna

Menampilkan negara tempat pengguna aplikasi Anda berada.

Atribut khusus

Menampilkan nilai untuk setiap atribut kustom yang dilaporkan oleh aplikasi Anda.

Bagan kampanye

Bagan dan metrik di halaman Kampanye memberikan informasi tentang semua kampanye untuk proyek. Anda juga dapat memilih kampanye tertentu untuk melihat metrik pengiriman dan keterlibatan tambahan untuk kampanye tersebut.

Melihat bagan kampanye

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat bagan dan metrik Kampanye di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan tanggal.

Untuk melihat dan memfilter bagan dan metrik kampanye

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data kampanye.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Kampanye.
4. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data untuk tanggal atau rentang tanggal tertentu, gunakan pemilih tanggal di bagian atas halaman untuk memilih tanggal untuk periode waktu yang Anda inginkan. Setelah Anda memilih tanggal baru, halaman akan diperbarui untuk menampilkan data untuk periode waktu yang dipilih.

Deskripsi bagan

Halaman Kampanye mencakup bagian yang menyediakan bagan dan metrik gabungan untuk semua kampanye yang aktif selama periode waktu yang dipilih. Ini juga mencakup tabel yang mencantumkan semua kampanye tersebut. Saat memilih kampanye tertentu dari tabel, Anda akan melihat kumpulan bagan dan metrik baru dengan data yang spesifik untuk kampanye tersebut.

Metrik kampanye agregat

Halaman Kampanye mencakup bagan dan metrik berikut, yang dikumpulkan di semua kampanye yang aktif selama periode waktu yang dipilih.

Titik akhir aktif yang dapat ditargetkan

Menunjukkan jumlah total titik akhir yang dapat ditargetkan. Titik akhir yang dapat ditargetkan adalah titik akhir yang saat ini memiliki status aktif untuk proyek dan dipilih untuk menerima pesan dari Anda melalui setidaknya satu saluran. Bagian ini menampilkan jumlah total titik akhir aktif yang dapat ditargetkan di semua saluran, dan jumlah titik akhir aktif yang dapat ditargetkan untuk setiap saluran—misalnya, pemberitahuan push, email, dan SMS.

Kampanye

Menampilkan jumlah total kampanye yang saat ini aktif. Untuk periode waktu yang dipilih, bagian ini juga menunjukkan jumlah titik akhir yang menerima pesan dari Anda, serta tarif pengiriman, pembukaan, dan opt-out untuk pesan tersebut. Area pengiriman Endpoint menunjukkan jumlah titik akhir unik yang menerima pesan dari kampanye.

Metrik untuk kampanye individual

Saat memilih kampanye dari tabel kampanye, Anda akan melihat bagan dan metrik yang spesifik untuk kampanye tersebut. Bagan dan metrik yang Anda lihat bergantung pada jenis saluran yang digunakan kampanye.

Note

Jika Anda memilih kampanye pengujian A/B, Anda akan melihat bagan dan metrik yang tercantum di bagian berikut untuk setiap perawatan. Laporan ini memudahkan untuk membandingkan efektivitas berbagai perawatan untuk kampanye.

Kampanye email

Saat memilih kampanye standar yang menggunakan saluran email, Anda akan melihat bagan dan metrik berikut.

Metrik jumlah pengiriman

Bagian ini menyediakan bagan dan metrik berikut yang terkait dengan jumlah pesan yang dikirim dan dikirim untuk kampanye ini:

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung nomor ini dengan mengurangi jumlah pesan yang dipantulkan dengan keras dari jumlah pesan yang dikirim.

Link diklik

Jika penerima pesan mengklik beberapa tautan dalam pesan atau mengklik tautan yang sama lebih dari sekali, klik tersebut akan dihitung sebagai satu klik jika terjadi dalam jam yang sama. Beberapa klik yang terjadi pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai klik terpisah. Misalnya, tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu klik tetapi jika tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua klik karena jamnya telah berubah.

Pengiriman titik akhir

Jumlah rata-rata titik akhir email unik yang dikirimkan pesan setiap hari. Bagan menunjukkan jumlah titik akhir email unik tempat pesan dikirim, untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih.

Metrik tingkat pengiriman

Bagian ini menyediakan metrik berikut yang terkait dengan pengiriman pesan dari kampanye ini:

Tingkat pengiriman

Persentase pesan yang dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan yang dikirim dengan jumlah pesan yang dikirim.

Tarif buka email

Persentase pesan yang dibuka oleh penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan yang dibuka dengan jumlah pesan yang dikirimkan.

Tingkat pentalan

Persentase pesan yang tidak dapat dikirim ke penerima yang dituju. Metrik ini hanya mengukur hard bounce — yaitu, pesan di mana alamat email penerima memiliki masalah permanen yang mencegah pesan dikirim. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan yang dipantulkan dengan jumlah pesan yang dikirim.

Kampanye berjalan

Bagian ini menyediakan metrik berikut yang terkait dengan waktu dan pengiriman pesan Anda setiap kali kampanye ini dijalankan:

Tanggal Jalankan

Tanggal dan waktu saat kampanye dijalankan dikirim.

Titik akhir ditargetkan

Jumlah titik akhir unik yang Anda coba kirim pesan sebagai bagian dari kampanye yang dijalankan.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim selama kampanye dijalankan. Jumlah ini mungkin berbeda dari jumlah titik akhir yang ditargetkan jika segmen yang ditargetkan menyertakan alamat email yang diformat secara tidak benar atau diketahui menghasilkan pantulan keras. Nomor ini juga menghilangkan titik akhir yang memilih keluar.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim dari kampanye berjalan dan dikirim ke penerima yang dituju.

Tingkat pengiriman

Persentase pesan yang dikirim dari kampanye berjalan dan dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi Pesan yang dikirimkan oleh Pesan yang dikirim.

Total email dibuka

Jumlah pesan yang dikirim dari kampanye dijalankan dan dibuka oleh penerima yang dituju. Karena keterbatasan teknis, nilai ini hanya mencakup penerima yang membuka pesan dengan menggunakan klien email yang mendukung gambar.

Tarif buka email

Persentase pesan yang dikirim dari kampanye dijalankan dan dibuka oleh penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi Total email yang dibuka oleh Pesan yang dikirim.

Tingkat pantulan

Persentase pesan yang dikirim dari kampanye berjalan dan tidak dapat dikirim ke penerima yang dituju. Metrik ini hanya mengukur pantulan keras. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan yang dipantulkan selama kampanye yang dijalankan oleh Pesan yang dikirim.

Kampanye pemberitahuan push

Saat memilih kampanye standar yang mengirimkan pemberitahuan push, Anda akan melihat bagan dan metrik berikut.

Jumlah pengiriman kampanye

Bagian ini menyediakan bagan dan metrik berikut yang terkait dengan jumlah pemberitahuan push yang dikirim dan dikirimkan untuk kampanye ini:

Pesan terkirim

Jumlah pemberitahuan push yang dikirim.

Pesan terkirim

Jumlah pemberitahuan push yang dikirimkan ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung nomor ini dengan mengurangi jumlah notifikasi yang tidak dapat dikirimkan dari jumlah total notifikasi yang Anda kirim.

Pengiriman titik akhir

Jumlah rata-rata titik akhir push-notifikasi unik yang dikirimkan pesan setiap hari. Bagan menunjukkan jumlah titik akhir notifikasi push unik yang dikirimkan pesan, untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih.

Tingkat keterlibatan kampanye

Bagian ini menyediakan bagan dan metrik berikut yang terkait dengan tingkat pengiriman dan keterlibatan untuk pemberitahuan push yang dikirim oleh kampanye ini:

Tingkat pengiriman

Persentase pemberitahuan push yang dikirimkan ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pemberitahuan push yang dikirimkan dengan jumlah pemberitahuan push yang dikirim.

Dorong tingkat buka

Persentase pemberitahuan push yang dibuka oleh penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah penerima yang membuka pemberitahuan push dari Anda dengan jumlah pemberitahuan push yang dikirimkan ke penerima yang dituju.

Sesi kampanye

Bagian ini menyediakan bagan dan metrik berikut yang terkait dengan berapa kali aplikasi Anda dibuka oleh titik akhir unik dalam waktu 24 jam setelah menerima pemberitahuan push dari kampanye ini:

Total sesi

Berapa kali aplikasi Anda dibuka oleh titik akhir selama periode waktu yang dipilih.

Sesi per titik akhir

Menunjukkan berapa kali aplikasi Anda dibuka oleh titik akhir unik dalam waktu 24 jam setelah menerima pemberitahuan push dari kampanye, untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih.

Peta panas sesi kampanye

Menampilkan hari dan waktu ketika pengguna membuka aplikasi Anda setelah menerima pemberitahuan push dari kampanye. Persegi panjang yang lebih gelap mewakili jumlah pengguna yang lebih besar. Waktu didasarkan pada zona waktu lokal masing-masing pengguna.

Unit kampanye terjual

Bagian ini menyediakan bagan dan metrik berikut yang terkait dengan jumlah unit yang dibeli oleh titik akhir unik dalam waktu 24 jam setelah menerima pemberitahuan push dari kampanye ini:

Total unit yang terjual

Jumlah unit yang dibeli oleh titik akhir selama periode waktu yang dipilih.

Unit terjual per titik akhir

Menunjukkan jumlah pembelian yang dilakukan oleh titik akhir unik dalam waktu 24 jam setelah menerima pemberitahuan push dari kampanye, untuk setiap hari dalam periode analisis.

Kampanye berjalan

Bagian ini menyediakan metrik berikut yang terkait dengan waktu dan pengiriman pemberitahuan push Anda setiap kali kampanye ini dijalankan:

Tanggal Jalankan

Tanggal dan waktu saat kampanye dijalankan dikirim.

Titik akhir ditargetkan

Jumlah titik akhir unik yang Anda coba kirim notifikasi push sebagai bagian dari kampanye yang dijalankan.

Pesan terkirim

Jumlah pemberitahuan push yang dikirim selama kampanye berjalan. Jumlah ini mungkin berbeda dari jumlah titik akhir yang ditargetkan, jika segmen yang ditargetkan menyertakan token atau titik akhir yang tidak valid yang memilih keluar.

Pesan terkirim

Jumlah pemberitahuan push yang dikirim dari kampanye berjalan dan dikirim ke penerima yang dituju.

Tingkat pengiriman

Persentase pemberitahuan push yang dikirim dari kampanye berjalan dan dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi Pesan yang dikirimkan oleh Pesan yang dikirim.

Total push dibuka

Jumlah pemberitahuan push yang dikirim dari kampanye dijalankan dan dibuka oleh penerima yang dituju.

Dorong tingkat buka

Persentase pemberitahuan push yang dikirim dari kampanye dijalankan dan dibuka oleh penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi Total push yang dibuka oleh Pesan yang dikirim.

Kampanye SMS

Saat memilih kampanye standar yang menggunakan saluran SMS, Anda akan melihat bagan dan metrik berikut.

Metrik pengiriman

Bagian ini menyediakan metrik berikut yang terkait dengan pengiriman pesan dari kampanye ini:

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung nomor ini dengan mengurangi jumlah pesan yang tidak dapat dikirim dari jumlah pesan yang dikirim.

Tingkat pengiriman

Persentase pesan yang dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi jumlah pesan yang dikirim dengan jumlah pesan yang dikirim.

Pengiriman titik akhir

Jumlah rata-rata titik akhir SMS unik yang dikirimkan pesan setiap hari. Bagan menunjukkan jumlah titik akhir SMS unik tempat pesan dikirim, untuk setiap hari dalam periode waktu yang dipilih.

Pengeluaran SMS

Bagian ini menunjukkan jumlah total bagian pesan SMS yang Anda kirim untuk kampanye selama periode waktu yang dipilih. Ini juga menunjukkan jumlah total dan rata-rata uang, dalam USD, yang Anda habiskan untuk mengirim bagian pesan tersebut.

Bagian pesan adalah bagian dari pesan SMS. Jika pesan SMS berisi lebih dari jumlah maksimum karakter yang diizinkan oleh operator ponsel, Amazon Pinpoint secara otomatis membagi pesan menjadi beberapa bagian pesan, dan mengirim setiap bagian pesan ke penerima.

Kampanye berjalan

Bagian ini menyediakan metrik berikut yang terkait dengan waktu dan pengiriman pesan Anda setiap kali kampanye ini dijalankan:

Tanggal Jalankan

Tanggal dan waktu saat kampanye dijalankan dikirim.

Titik akhir ditargetkan

Jumlah titik akhir unik yang Anda coba kirim pesan sebagai bagian dari kampanye yang dijalankan.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim selama kampanye dijalankan. Nomor ini mungkin berbeda dari jumlah titik akhir yang ditargetkan jika segmen yang ditargetkan menyertakan nomor telepon atau titik akhir yang tidak valid yang memilih keluar.

Bagian pesan dikirim

Jumlah bagian pesan yang dikirim selama kampanye dijalankan. Nomor ini mungkin berbeda dari jumlah pesan yang dikirim. Ini adalah kasus jika pesan kampanye berisi lebih dari jumlah maksimum karakter yang diizinkan oleh operator ponsel.

Pesan terkirim

Jumlah pesan yang dikirim dari kampanye berjalan dan dikirim ke penerima yang dituju.

Tingkat pengiriman

Persentase pesan yang dikirim dari kampanye berjalan dan dikirim ke penerima yang dituju. Amazon Pinpoint menghitung tarif ini dengan membagi Pesan yang dikirimkan oleh Pesan yang dikirim.

Grafik pesan transaksional

Halaman pesan transaksional menyediakan bagan dan metrik yang menunjukkan berapa banyak pesan transaksional yang telah Anda kirim, dan membantu Anda mengukur respons penerima terhadap pesan tersebut. Misalnya, halaman ini menunjukkan jumlah pesan email transaksional yang dikirim, dibuka, diklik, dipantulkan, atau dilaporkan sebagai spam.

Note

Data di halaman ini hanya mencakup informasi tentang pesan transaksional. Itu tidak termasuk informasi tentang pesan yang Anda kirim dengan menggunakan kampanye. Untuk melihat data pesan yang dikirim oleh kampanye, gunakan [bagan Kampanye](#). Selain itu, diperlukan waktu hingga dua jam agar data baru muncul di halaman ini.

⚠ Important

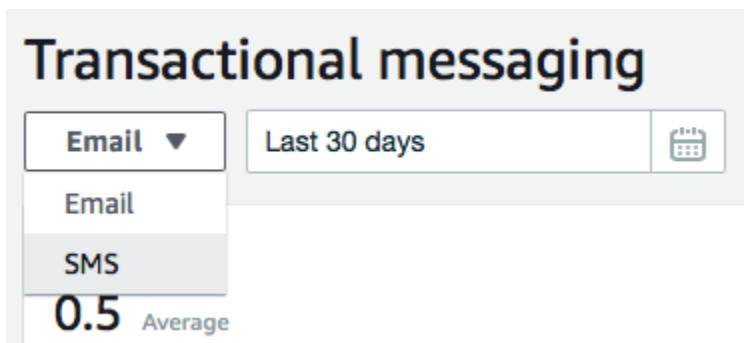
Perhitungan KPI dilakukan pada data yang dipartisi per jam karena volume peristiwa. Dalam keadaan tertentu, peristiwa yang mendekati awal atau akhir satu jam dapat ditulis ke partisi jam sebelumnya atau berikutnya. Hal ini dapat menyebabkan KPI turun sekitar satu persen.

Melihat grafik pesan transaksional

Selesaikan langkah-langkah berikut untuk melihat bagan dan metrik pesan transaksional di konsol Amazon Pinpoint. Anda dapat memfilter data berdasarkan saluran dan tanggal.

Untuk melihat dan memfilter bagan dan metrik pesan transaksional

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda lihat data pesan transaksional.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Pesan transaksional.
4. Gunakan menu di bagian atas halaman untuk memilih apakah akan menampilkan data untuk email transaksional atau pesan SMS, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



5. (Opsional) Untuk menerapkan filter yang menampilkan data untuk tanggal atau rentang tanggal tertentu, gunakan pemilih tanggal di bagian atas halaman untuk memilih tanggal untuk periode waktu yang Anda inginkan. Setelah Anda memilih tanggal baru, halaman akan diperbarui untuk menampilkan data untuk periode waktu yang dipilih.

Deskripsi bagan

Halaman pesan Transaksional berisi beberapa bagan dan metrik yang memberikan informasi tentang bagaimana penerima menanggapi email transaksional dan pesan SMS yang Anda kirim selama periode waktu yang dipilih.

Untuk pesan SMS, halaman ini juga memberikan informasi tentang nomor dan harga bagian pesan yang Anda kirim. Bagian pesan adalah bagian dari pesan SMS. Jika pesan SMS berisi lebih dari jumlah maksimum karakter yang diizinkan oleh operator ponsel, Amazon Pinpoint secara otomatis membagi pesan menjadi beberapa bagian pesan. Setiap bagian pesan berisi beberapa informasi tambahan tentang bagian pesan yang datang sebelumnya. Ketika perangkat penerima menerima pesan yang dipisahkan dengan cara ini, ia menggunakan informasi tambahan ini untuk menggabungkan bagian pesan masuk ke dalam satu pesan.

Grafik SMS transaksional

Saat Anda menggunakan pemilih saluran untuk menampilkan data untuk pesan SMS transaksional, Anda melihat bagan dan metrik berikut:

Pesan terkirim

Menunjukkan jumlah pesan yang Anda kirim:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total pesan yang dikirim pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Bagian pesan dikirim

Menampilkan jumlah bagian pesan yang Anda kirim:

- Rata-rata - Jumlah rata-rata bagian pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total - Jumlah total bagian pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan periode — Persentase perubahan antara jumlah bagian pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada bagian pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total bagian pesan yang dikirim pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Pengiriman

Menampilkan jumlah pesan yang dikirimkan ke penerima:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total pesan yang dikirim pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan nilai-nilai ini berbeda dari rata-rata dan jumlah total pesan yang dikirim. Misalnya, jika Anda mengirim pesan SMS ke nomor telepon yang tidak ada, itu dihitung sebagai terkirim, tetapi tidak terkirim.

Tingkat pengiriman

Menampilkan persentase rata-rata pesan yang dikirim dan dikirim ke penerima selama periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung tingkat pengiriman rata-rata dengan terlebih dahulu menghitung tingkat pengiriman harian untuk setiap hari dalam periode waktu tersebut. (Tingkat pengiriman harian adalah jumlah pesan yang dikirim pada hari tertentu dibagi dengan jumlah pesan yang dikirim pada hari itu.) Amazon Pinpoint kemudian menghitung jumlah tarif pengiriman harian, dan membagi jumlah dengan jumlah hari dalam periode waktu.

Bagian ini juga menunjukkan persentase perubahan antara tarif pengiriman harian untuk hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol persen (0%) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan tingkat pengiriman untuk setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Pesan menurut negara atau wilayah

Daftar semua negara yang Anda kirim pesan selama periode waktu yang dipilih. Untuk setiap negara, tabel ini menunjukkan jumlah pesan yang Anda kirim ke penerima di negara tersebut (Pesan yang dikirim), jumlah bagian pesan yang Anda kirim ke penerima di negara tersebut

(Bagian pesan yang dikirim), jumlah pesan yang dikirim ke penerima di negara tersebut (Pesan terkirim), dan harga rata-rata yang Anda bayar untuk setiap bagian pesan yang Anda kirim ke penerima di negara tersebut (Harga rata-rata per bagian).

Kesalahan pengiriman pesan

Menampilkan jumlah kesalahan yang terjadi sebagai akibat dari pesan yang Anda kirim selama periode waktu yang dipilih. Untuk melihat daftar semua jenis kesalahan yang terjadi, perluas bagian Tampilkan semua kesalahan SMS. Untuk setiap kesalahan, bagian ini menunjukkan berapa kali kesalahan terjadi selama periode waktu yang dipilih (Total selama periode), jumlah rata-rata kali kesalahan terjadi untuk setiap hari (Rata-rata atas periode), dan persentase perubahan antara jumlah kesalahan yang terjadi pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu (Perubahan dari periode).

Grafik email transaksional

Saat Anda menggunakan pemilih saluran untuk melihat data pesan email transaksional, Anda akan melihat bagan dan metrik berikut:

Mengirim

Menunjukkan jumlah pesan yang dikirim:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total pesan yang dikirim pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Pengiriman

Menampilkan jumlah pesan yang dikirimkan ke penerima:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata pesan yang dikirim setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dikirim pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu.

(-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total pesan yang dikirim pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan nilai-nilai ini berbeda dari rata-rata dan jumlah total pesan yang dikirim. Misalnya, jika pesan memantul, itu dihitung sebagai terkirim, tetapi tidak terkirim.

Membuka

Menampilkan jumlah pesan yang dibuka oleh penerima:

- Rata-rata - Jumlah rata-rata pesan yang dibuka setiap hari, dari pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dibuka, dari pesan yang dikirim selama periode waktu yang dipilih
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dibuka pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dibuka pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total pesan yang dibuka pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Amazon Pinpoint menambahkan gambar transparan yang sangat kecil ke akhir setiap pesan transaksional yang Anda kirim. Ketika penerima membuka pesan yang berisi salah satu gambar ini, klien email mereka mengunduh gambar dari server kami. Jika sebuah pesan dibuka sekali atau dibuka beberapa kali dalam jam yang sama, pesan tersebut akan dihitung sebagai satu kali terbuka. Beberapa pembukaan yang berlangsung pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai pembukaan terpisah. Misalnya, sebuah pesan dibuka pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu terbuka tetapi jika pesan dibuka pada pukul 8:30 dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua terbuka karena jam telah berubah.

Klik

Menunjukkan berapa kali penerima mengklik tautan dalam pesan:

- Rata-rata — Jumlah rata-rata klik yang terjadi setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total klik yang terjadi selama periode waktu yang dipilih.

- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah klik yang terjadi pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung em (-), tidak ada klik yang terjadi pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total klik yang terjadi pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Saat Anda mengirim pesan yang berisi tautan, Amazon Pinpoint menggantikan tautan tersebut dengan tautan yang merujuk ke server kami. Ketika penerima mengklik salah satu tautan ini, kami mengarahkan penerima ke lokasi yang dituju, dan menghitung klik. Jika penerima pesan mengklik beberapa tautan dalam pesan atau mengklik tautan yang sama lebih dari sekali, klik tersebut akan dihitung sebagai satu klik jika terjadi dalam jam yang sama. Beberapa klik yang terjadi pada jam yang berbeda akan dihitung sebagai klik terpisah. Misalnya, tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 8:45 pagi itu akan dihitung sebagai satu klik tetapi jika tautan diklik pada pukul 8:30 pagi dan 9:05 pagi itu akan dihitung sebagai dua klik karena jamnya telah berubah.

Keluhan

Menampilkan jumlah pesan yang dilaporkan sebagai spam oleh penerima:

- Rata-rata - Jumlah rata-rata pesan yang dilaporkan sebagai spam pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total pesan yang dilaporkan sebagai spam selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah pesan yang dilaporkan sebagai spam pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung em (—), tidak ada pesan yang dilaporkan sebagai spam pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total pesan yang dilaporkan sebagai spam pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Ketika penerima menerapkan Tandai sebagai Spam atau fungsi serupa ke pesan dengan menggunakan klien email mereka, penyedia email penerima memberi tahu kami bahwa pesan tersebut dilaporkan sebagai spam.

Tingkat pengiriman

Menampilkan persentase rata-rata pesan yang dikirim dan dikirim ke penerima selama periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung tingkat pengiriman rata-rata dengan terlebih

dahulu menghitung tingkat pengiriman harian untuk setiap hari dalam periode waktu tersebut. (Tingkat pengiriman harian adalah jumlah pesan yang dikirim pada hari tertentu dibagi dengan jumlah pesan yang dikirim pada hari itu.) Amazon Pinpoint kemudian menghitung jumlah tarif pengiriman harian dan membagi jumlah dengan jumlah hari dalam periode waktu.

Bagian ini juga menunjukkan persentase perubahan antara tarif pengiriman harian untuk hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang dikirim pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol persen (0%) untuk hari pertama periode waktu.

Tingkat pentalan

Menampilkan persentase rata-rata pesan yang memantul selama periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung rasio pentalan rata-rata dengan terlebih dahulu menghitung rasio pentalan harian untuk setiap hari dalam periode waktu yang Anda pilih. (Rasio pentalan harian adalah jumlah pesan yang memantul pada hari tertentu dibagi dengan jumlah pesan yang dikirim pada hari itu.) Amazon Pinpoint kemudian menghitung jumlah tingkat bouncing harian dan membagi jumlahnya dengan jumlah hari dalam periode waktu tersebut.

Bagian ini juga menunjukkan persentase perubahan antara tingkat bouncing harian untuk hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada pesan yang memantul pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol persen (0%) untuk hari pertama periode waktu.

Tingkat keluhan

Menampilkan persentase rata-rata pesan yang dilaporkan sebagai spam oleh penerima selama periode waktu yang dipilih. Amazon Pinpoint menghitung tingkat keluhan rata-rata dengan terlebih dahulu menghitung tingkat keluhan harian untuk setiap hari dalam periode waktu yang Anda pilih. (Tingkat keluhan harian adalah jumlah pesan yang dilaporkan sebagai spam pada hari tertentu dibagi dengan jumlah pesan yang dikirim pada hari itu.) Amazon Pinpoint kemudian menghitung jumlah tingkat keluhan harian dan membagi jumlahnya dengan jumlah hari dalam periode waktu tersebut.

Bagian ini juga menunjukkan persentase perubahan antara tingkat keluhan harian untuk hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (—), tidak ada pesan yang dilaporkan sebagai spam pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol persen (0%) untuk hari pertama periode waktu.

Acara pengguna yang unik

Menampilkan jumlah penerima unik yang membuka pesan (Pesan unik terbuka) dan tautan yang diklik dalam pesan (Klik pesan unik):

- Rata-rata — Jumlah rata-rata peristiwa buka atau klik yang terjadi pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.
- Total — Jumlah total peristiwa buka atau klik yang terjadi selama periode waktu yang dipilih.
- Perubahan selama periode — Persentase perubahan antara jumlah peristiwa terbuka atau klik yang terjadi pada hari pertama dan terakhir dari periode waktu yang dipilih. Jika nilai ini adalah tanda hubung (-), tidak ada peristiwa buka atau klik yang terjadi pada hari pertama periode waktu. Amazon Pinpoint tidak dapat menghitung persentase perubahan jika nilainya nol (0) untuk hari pertama periode waktu.

Bagan menunjukkan jumlah total penerima unik yang membuka pesan dan tautan yang diklik dalam pesan pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih.

Tidak seperti metrik Buka dan Klik, metrik ini menunjukkan jumlah penerima unik yang membuka pesan atau tautan yang diklik dalam pesan, dibandingkan dengan jumlah total pesan yang dibuka dan peristiwa klik yang terjadi. Dengan kata lain, jika satu pengguna membuka pesan lima kali, bagan Buka akan menampilkan lima peristiwa terbuka, tetapi bagan ini hanya akan menampilkan satu peristiwa terbuka.

Acara bouncing dan keluhan

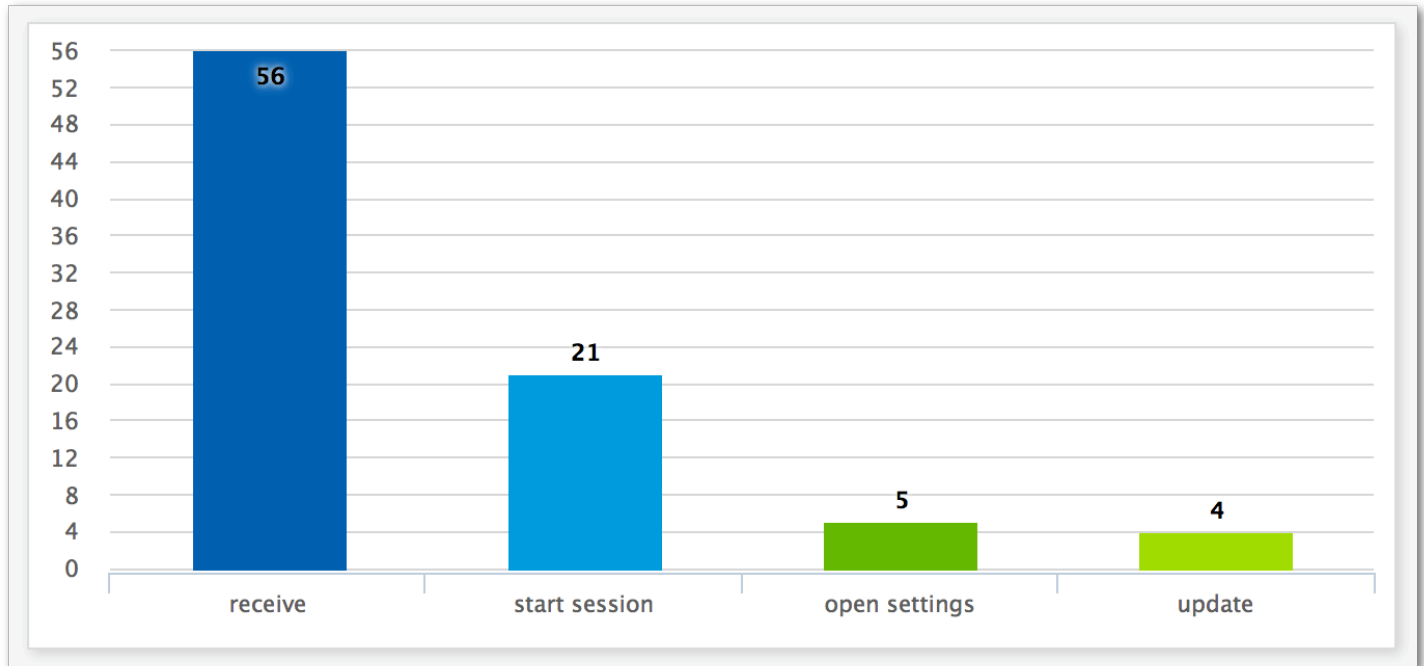
Menunjukkan jumlah pantulan lunak, pantulan keras, dan keluhan yang terjadi pada setiap hari dari periode waktu yang dipilih. Pantulan lunak biasanya bersifat sementara. Misalnya, jika kotak masuk penerima penuh atau server email mereka sementara offline ketika kami mencoba mengirim pesan, kami menghitungnya sebagai pantulan lunak. Pantulan keras bersifat permanen. Misalnya, jika alamat email penerima tidak ada atau server email mereka tidak menerima pesan dari domain Anda, kami menghitungnya sebagai hard bounce.

Membuat bagan corong dengan Amazon Pinpoint

Anda dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk menganalisis corong, yang merupakan bagan yang menunjukkan berapa banyak pengguna yang menyelesaikan setiap rangkaian langkah. Misalnya, serangkaian langkah dalam corong dapat berupa proses konversi yang menghasilkan pembelian (seperti dalam keranjang belanja), atau beberapa perilaku pengguna yang dimaksudkan lainnya.

Dengan memantau saluran, Anda dapat menilai apakah tingkat konversi telah meningkat karena perubahan pada aplikasi Anda atau karena kampanye Amazon Pinpoint.

Setelah Anda menentukan langkah mana yang termasuk dalam corong Anda, halaman Buat corong menampilkan bagan seperti contoh berikut:



Bagan contoh ini menunjukkan persentase pengguna yang menyelesaikan setiap langkah dalam proses memperbarui aplikasi. Dengan membandingkan nilai antar kolom, Anda dapat menentukan tingkat drop-off antar langkah. Dalam contoh ini, ada penurunan 35 persen antara pengguna yang menerima notifikasi dan mereka yang memulai sesi aplikasi. Lalu ada penurunan 19 persen antara pengguna yang memulai sesi dan mereka yang membuka halaman pengaturan aplikasi.

Untuk membuat corong, Anda menentukan setiap peristiwa yang merupakan bagian dari proses konversi yang ingin Anda analisis. Saat menambahkan acara ke corong, Anda dapat memilih peristiwa apa pun yang dilaporkan oleh aplikasi Anda. Aplikasi Anda dapat melaporkan jenis peristiwa berikut:

- Peristiwa standar — Ini termasuk peristiwa yang secara otomatis melaporkan saat sesi aplikasi dimulai atau berhenti. Nama-nama jenis acara untuk acara standar dilambangkan dengan awalan garis bawah, seperti dalam `_session.start`. Peristiwa standar juga mencakup peristiwa monetisasi yang melaporkan pembelian dalam aplikasi.

- Peristiwa khusus — Ini ditentukan oleh Anda untuk memantau aktivitas yang spesifik untuk aplikasi Anda. Beberapa contoh adalah menyelesaikan level dalam game, memposting ke media sosial, atau mengatur preferensi aplikasi tertentu.

Untuk informasi tentang mengonfigurasi aplikasi Anda untuk melaporkan peristiwa, lihat [the section called “Streaming data acara”](#).

Mengaktifkan corong

Untuk memberi Anda pengalaman terbaik, kami menyembunyikan laporan corong jika Anda belum menggunakannya dalam 90 hari terakhir.

Jika halaman corong menampilkan pesan yang menyatakan bahwa laporan corong disembunyikan, pilih Aktifkan corong. Ketika Anda melakukannya, kami mulai memulihkan corong untuk akun Anda di Wilayah saat ini AWS . Bergantung pada jumlah data yang terkait dengan akun Anda, proses ini dapat memakan waktu hingga 72 jam untuk diselesaikan.

Membuat corong

Jika data corong untuk akun Amazon Pinpoint Anda telah dimuat, Anda dapat mulai membuat corong baru.

Untuk membuat corong

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda buat corong.
3. Di panel navigasi, di bawah Analytics, pilih Corong.
4. Pilih Buat corong.
5. Untuk nama Corong, masukkan nama untuk corong.
6. Pilih acara yang ingin Anda tambahkan ke bagan corong. Untuk setiap acara, tentukan yang berikut ini:
 - Nama seri — Nama untuk bagan acara.
 - Event — Jenis acara yang dilaporkan ke Amazon Pinpoint.
 - Atribut - Pasangan atribut-nilai yang ditetapkan ke peristiwa yang ingin Anda tambahkan ke bagan.

7. Untuk menambahkan lebih banyak acara, pilih Buat seri lain. Anda juga dapat menyalin acara dengan memilih Duplikat seri ini.

Streaming acara dengan Amazon Pinpoint

Amazon Pinpoint dapat mengalirkan data keterlibatan dan penggunaan aplikasi, yang dikenal sebagai data peristiwa, ke AWS layanan yang didukung yang menyediakan lebih banyak opsi untuk analisis dan penyimpanan. Data peristiwa dapat digunakan untuk memecahkan masalah dengan melihat peristiwa individual atau untuk melihat peristiwa pelanggan individual, lihat [Streaming peristiwa Amazon Pinpoint ke Kinesis di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.

Setelah Anda mengintegrasikan aplikasi Anda dengan Amazon Pinpoint, aplikasi akan melaporkan peristiwa, seperti jumlah sesi yang dimulai oleh pengguna. Amazon Pinpoint menyediakan data ini dalam bagan analitik dan metrik untuk aplikasi tersebut di konsol. Data analitik juga menunjukkan peristiwa kampanye yang dihasilkan oleh Amazon Pinpoint, seperti jumlah perangkat yang dikirim pesan kampanye.

Amazon Pinpoint menyimpan data ini selama 90 hari. Untuk menyimpan data ini untuk jangka waktu yang tidak terbatas atau untuk menganalisisnya dengan kueri dan alat khusus, Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengirim data peristiwa ke Amazon Kinesis.

Topik di bagian ini:

- [Tentang Amazon Kinesis](#)
- [Streaming acara Amazon Pinpoint ke Kinesis](#)

Tentang Amazon Kinesis

Platform Kinesis menawarkan layanan yang dapat Anda gunakan untuk memuat dan menganalisis data streaming. AWS Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengirim acara aplikasi, kampanye, dan perjalanan ke Amazon Kinesis Data Streams atau Amazon Kinesis Data Firehose. Dengan streaming acara Anda, Anda mengaktifkan opsi yang lebih fleksibel untuk analisis data, seperti:

- Konvergensi peristiwa dari beberapa aplikasi menjadi satu aliran sehingga Anda dapat menganalisis data ini sebagai koleksi.
- Menganalisis peristiwa dengan layanan AWS kueri. Misalnya, Anda dapat menggunakan Amazon Managed Service for Apache Flink untuk menjalankan kueri SQL terhadap data streaming.

Tentang Amazon Kinesis Data Streams

Amazon Kinesis Data Streams adalah layanan yang dapat Anda gunakan untuk membangun aplikasi khusus yang memproses atau menganalisis data streaming Anda. Misalnya, streaming acara Anda ke Kinesis Data Streams berguna jika Anda ingin menggunakan data peristiwa di dasbor khusus, menghasilkan peringatan berdasarkan peristiwa, atau merespons peristiwa secara dinamis.

Untuk informasi selengkapnya, lihat [Panduan Developer Amazon Kinesis Data Streams](#).

Tentang Amazon Kinesis Data Firehose

Amazon Kinesis Data Firehose adalah layanan yang dapat Anda gunakan untuk mengirimkan AWS data streaming ke penyimpanan data, termasuk Amazon Simple Storage Service (Amazon S3), Amazon Redshift, atau Amazon Service (Service). OpenSearch OpenSearch Misalnya, streaming acara Anda ke Kinesis Data Firehose berguna jika Anda ingin:

- Gunakan aplikasi dan alat analisis Anda sendiri untuk menganalisis peristiwa di Amazon S3, Amazon Redshift, atau Layanan. OpenSearch
- Kirim acara Anda ke Amazon S3 sehingga Anda dapat menulis kueri SQL pada data ini dengan Amazon Athena.
- Cadangkan data acara Anda untuk penyimpanan jangka panjang di Amazon S3.

Untuk informasi selengkapnya, lihat [Panduan Developer Amazon Kinesis Data Firehose](#).

Streaming acara Amazon Pinpoint ke Kinesis

Platform Kinesis menawarkan layanan yang dapat Anda gunakan untuk memuat dan menganalisis data streaming. AWS Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengirim acara aplikasi, kampanye, dan perjalanan ke Amazon Kinesis Data Streams untuk diproses oleh aplikasi eksternal atau alat analitik pihak ketiga. Anda juga dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengalirkan data peristiwa ini ke penyimpanan AWS data (seperti Amazon Redshift) menggunakan Amazon Kinesis Data Firehose.

Prasyarat

Sebelum Anda menyelesaikan prosedur di bagian ini, buat aliran Amazon Kinesis atau aliran pengiriman Firehose Data Kinesis di akun yang sama di mana Anda menggunakan Amazon Pinpoint. Untuk mempelajari selengkapnya tentang cara membuat aliran Kinesis, lihat [Membuat dan memperbarui aliran data](#) di Panduan Pengembang Amazon Kinesis Data Streams. Untuk

mempelajari selengkapnya tentang cara membuat aliran pengiriman Firehose Data Kinesis, [lihat Membuat aliran pengiriman Amazon Kinesis Data Firehose di Panduan Pengembang Amazon Kinesis Data Firehose](#).

Secara opsional, Anda dapat membuat peran IAM yang memberikan izin untuk mengirim data ke aliran Anda. Jika Anda tidak membuat peran ini, Amazon Pinpoint dapat membuatnya untuk Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat kebijakan ini secara manual, lihat [peran IAM untuk streaming peristiwa ke Kinesis](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Menyiapkan streaming acara

Selesaikan langkah-langkah berikut di Amazon Pinpoint untuk mengatur streaming acara.

Note

Jika Anda belum membuat aliran Amazon Kinesis, buka konsol Amazon Kinesis di <https://console.aws.amazon.com/kinesis>. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat stream, lihat Panduan Pengembang [Amazon Kinesis Data Streams](#) atau Panduan Pengembang Amazon Kinesis [Data Firehose](#).

Pastikan Anda memiliki izin untuk mengatur dan mengirim ke aliran. Untuk informasi selengkapnya tentang izin, lihat [peran IAM untuk streaming acara](#) ke Kinesis

Untuk mengatur streaming acara

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/).
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda atur streaming data.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Aliran acara.
4. Di bagian Layanan, pilih Edit.
5. Pilih Streaming ke Amazon Kinesis.
6. Di bawah Pilih jenis aliran, pilih salah satu opsi berikut:
 - Kirim peristiwa ke Amazon Kinesis Data Stream - Pilih opsi ini jika Anda ingin mengirim data peristiwa Amazon Pinpoint ke aplikasi eksternal untuk dianalisis.
 - Kirim peristiwa ke aliran Amazon Kinesis Data Firehose — Pilih opsi ini jika Anda ingin mengirim data peristiwa ke penyimpanan data AWS , seperti Amazon Redshift.

7. Untuk aliran Amazon Kinesis, pilih aliran Amazon Kinesis yang ingin Anda gunakan untuk mengekspor data.

 Note

Jika Anda belum membuat aliran Amazon Kinesis, buka konsol Amazon Kinesis di <https://console.aws.amazon.com/kinesis>. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat stream, lihat Panduan Pengembang [Amazon Kinesis Data Streams](#) atau [Panduan Pengembang Amazon Kinesis Data Firehose](#).

8. Di bawah peran IAM, pilih salah satu opsi berikut:
 - Gunakan peran yang ada — Pilih opsi ini agar Amazon Pinpoint mengambil peran IAM yang sudah ada di akun Anda. Peran yang Anda pilih harus memungkinkan `firehose:PutRecordBatch` tindakan. Untuk contoh kebijakan yang mengizinkan tindakan ini, lihat Kebijakan [Izin di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.
 - Buat peran secara otomatis - Pilih opsi ini untuk secara otomatis membuat peran IAM dengan izin yang diperlukan. Peran ini memberi wewenang kepada Amazon Pinpoint untuk mengirim data ke aliran yang Anda pilih pada langkah 7.
9. Pilih Simpan.

Saat Amazon Pinpoint menerima peristiwa untuk proyek Anda, Amazon Pinpoint mengirimkan data ini ke aliran Kinesis Anda. Untuk informasi tentang data yang dikirimkan Amazon Pinpoint untuk suatu peristiwa, lihat [Menstreaming Acara Amazon Pinpoint ke Kinesis](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Templat pesan Amazon Pinpoint

Jika Anda sering mendesain dan mengirim jenis pesan tertentu, seperti buletin mingguan atau pengingat janji temu, Anda dapat membuat dan menyimpannya sebagai templat pesan. Anda kemudian dapat menggunakan template sebagai titik awal setiap kali Anda perlu mengirim jenis pesan itu, alih-alih merancang dan menulis pesan lagi.

SEBUAH Template Pesan adalah sekumpulan konten dan pengaturan yang dapat Anda buat, simpan, dan kemudian gunakan kembali dalam pesan yang Anda kirim untuk proyek Amazon Pinpoint Anda. Saat Anda membuat templat, Anda menentukan konten yang ingin Anda gunakan kembali di berbagai komponen pesan yang didasarkan pada templat.

Komponen-komponen ini disebut sebagaibagian template. Mereka dapat berisi teks statis, konten yang dipersonalisasi, gambar, dan elemen desain lainnya, tergantung pada jenis template. Bagian template juga dapat berisi pengaturan khusus saluran. Misalnya, bagian templat dalam templat pemberitahuan push dapat menentukan suara khusus untuk diputar atau gambar yang akan ditampilkan saat penerima menerima pemberitahuan push yang didasarkan pada templat.

Saat membuat pesan, Anda dapat memilih templat yang akan digunakan untuk pesan tersebut. Jika Anda memilih template, Amazon Pinpoint mengisi pesan dengan konten dan pengaturan di template.

Anda dapat mendesain jenis templat pesan berikut di Amazon Pinpoint:

- Template email untuk pesan email yang Anda kirim dari kampanye atau perjalanan, atau ke audiens terbatas sebagai pesan langsung atau uji coba.
- Templat pemberitahuan push untuk pemberitahuan push yang Anda kirim dari kampanye, atau ke audiens terbatas sebagai pesan langsung atau uji coba.
- Template SMS untuk pesan teks SMS yang Anda kirim dari kampanye, atau ke audiens terbatas sebagai pesan langsung atau uji coba.
- Template suara untuk pesan suara yang Anda kirim sebagai pesan langsung atau uji coba.

Selain mendukung beberapa jenis templat pesan, Amazon Pinpoint mendukung pembuatan versi untuk templat pesan. Versioning menyediakan cara bagi Anda untuk merancang dan mengubah template dari waktu ke waktu, sementara juga membuat dan memelihara riwayat template.

Pembuatan versi juga menyediakan cara bagi Anda untuk menentukan versi template mana yang dapat digunakan dalam pesan. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang versi templat, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Topik dalam Bab ini menjelaskan cara membuat dan mengelola template pesan untuk akun Amazon Pinpoint Anda.

Topik

- [Membuat templat email](#)
- [Membuat template dalam aplikasi](#)
- [Membuat templat notifikasi push](#)
- [Membuat templat SMS](#)
- [Membuat templat suara](#)
- [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#)
- [Menggunakan pembantu template pesan](#)
- [Mengelola templat pesan](#)
- [Mengelola versi template pesan](#)

Membuat templat email

SesiTemplat emailadalah jenis templat pesan yang berisi konten dan pengaturan yang ingin Anda buat, simpan, dan gunakan ulang di pesan email yang Anda kirim untuk proyek Amazon Pinpoint apa pun. Anda dapat menggunakan template email di semua jenis pesan email yang Anda buat dan kirim dengan menggunakan Amazon Pinpoint.

Ketika Anda membuat template email, Anda menentukan konten dan pengaturan yang ingin Anda gunakan kembali dalam berbagai komponen pesan email yang didasarkan pada template. Komponen-komponen ini, disebut sebagaiBagian templat, bisa berupa subjek pesan, badan pesan, atau keduanya. Konten dapat berupa teks statis, konten yang dipersonalisasi, gambar, atau elemen desain lainnya. Bagian template juga bisa menjadi pengaturan, seperti badan pesan yang akan digunakan jika aplikasi email penerima tidak menampilkan konten HTML.

Ketika Anda membuat pesan email yang didasarkan pada template, Amazon Pinpoint mengisi pesan dengan konten dan pengaturan yang Anda tetapkan dalam template.

Untuk membuat templat email

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilihTemplat pesan.
3. Pilih Buat templat.

4. Di bawah Saluran, pilih Email.
5. Di bawah Rincian templat, untuk Nama templat, masukkan nama untuk templat. Nama harus diawali dengan huruf atau angka. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. (Opsional) Untuk Deskripsi versi, masukkan deskripsi singkat dari templat. Deskripsi dapat berisi hingga 500 karakter.
7. Di bawah Detail email, gunakan opsi berikut untuk menentukan konten untuk pesan yang menggunakan template:
 - Untuk Subjek, masukkan teks yang ingin ditampilkan di baris subjek pesan.
 - Untuk Pesan, masukkan konten yang ingin Anda tampilkan di isi pesan.

 Tip

Untuk badan pesan, Anda dapat memasukkan konten dengan menggunakan tampilan HTML atau Desain. Dalam tampilan HTML, Anda dapat memasukkan konten HTML secara manual, termasuk format, tautan, dan fitur lain yang ingin Anda sertakan dalam pesan. Dalam tampilan Desain, Anda dapat menggunakan editor teks kaya untuk memasukkan konten. Gunakan toolbar pemformatan untuk menerapkan pemformatan dan menambahkan tautan dan fitur lainnya ke konten. Untuk beralih tampilan, pilih HTML atau Desain dari pemilih tampilan di atas editor pesan. Anda juga dapat menyertakan konten yang dipersonalisasi dalam subjek dan badan template. Untuk melakukannya, tambahkan variabel pesan yang merujuk ke atribut tertentu yang Anda atau Amazon Pinpoint buat, seperti atribut yang menyimpan nama depan pengguna. Dengan menggunakan variabel pesan, Anda dapat menampilkan konten yang berbeda untuk setiap penerima pesan yang menggunakan template. Untuk menggunakan variabel pesan, pilih nama atribut yang ada dari Pencari atribut. Amazon Pinpoint membuat variabel pesan untuk atribut dan menyalinnya ke clipboard Anda. Paste variabel di lokasi yang Anda inginkan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).

8. (Opsional) Di bawah Versi teks biasa, masukkan konten yang ingin Anda tampilkan di badan pesan yang menggunakan template dan dikirim ke penerima yang aplikasi emailnya tidak menampilkan konten HTML.
9. Jika Anda menambahkan konten yang dipersonalisasi ke template dengan menggunakan variabel pesan, tentukan nilai default untuk setiap variabel. Jika Anda melakukan ini, Amazon

Pinpoint menggantikan variabel dengan nilai yang Anda tetapkan, jika nilai yang sesuai tidak ada untuk penerima. Kami menyarankan agar Anda melakukan ini untuk setiap variabel di templat.

Untuk menentukan nilai default untuk variabel, memperluas Nilai atribut default bagian. Kemudian masukkan nilai default yang ingin Anda gunakan untuk setiap variabel. Jika Anda tidak menentukan nilai default dan nilai tidak ada untuk penerima, Amazon Pinpoint tidak mengirim pesan.

10. Ketika Anda selesai memasukkan konten dan pengaturan untuk templat, pilih **Buat**.

Jika Anda ingin menguji templat sebelum Anda menggunakannya dalam pesan email yang Anda kirim ke pengguna, Anda dapat [mengirim pesan percobaan](#) yang menggunakan templat. Jika Anda melakukan ini, pastikan bahwa Anda pertama kali menyelesaikan langkah 9 untuk menentukan nilai default untuk semua variabel dalam templat. Jika tidak, pesan mungkin tidak dikirim atau mungkin tidak di-render dengan benar.

Termasuk tautan berhenti berlangganan dalam templat pesan

Termasuk tautan berhenti berlangganan di email Anda adalah praktik terbaik, dan di beberapa negara itu adalah persyaratan hukum. Di tautan berhenti berlangganan Anda, Anda dapat menyertakan atribut khusus, `ses:tags="unsubscribeLinkTag: value"`, tempat *nilai* adalah nilai apa pun yang Anda tentukan. Jika penerima mengklik tautan yang berisi atribut khusus ini, Amazon Pinpoint menganggapnya sebagai acara opt-out untuk tujuan analitik (misalnya, dalam metrik tingkat Opt-Out pada [Halaman gambaran umum analitik](#)). Contoh berikut menunjukkan sintaks untuk jenis tautan:

```
<a ses:tags="unsubscribeLinkTag:optout" href="https://www.example.com/preferences">Unsubscribe</a>
```

Perhatikan bahwa jika templat Anda menyertakan tautan dengan atribut ini, Anda masih perlu mengembangkan sistem untuk menangani permintaan opt-out. Untuk contoh sistem yang memproses permintaan opt-out, lihat [Solusi Pusat Preferensi Amazon Pinpoint](#) di AWS Perpustakaan solusi.

Membuat template dalam aplikasi

Sesi Template Dalam Aplikasi adalah template untuk pesan yang Anda kirim dari Amazon Pinpoint ke pengguna aplikasi Anda. Gunakan templat dalam aplikasi untuk membuat, menyimpan, dan menggunakan kembali setelan dan konten untuk pesan dalam aplikasi Anda.

Saat membuat template dalam aplikasi, Anda menentukan pengaturan dan konten yang ingin Anda gunakan kembali di badan pesan dalam aplikasi yang menggunakan templat. Saat Anda membuat pesan menggunakan template, Amazon Pinpoint mengisi pesan dengan pengaturan dan konten yang Anda tetapkan.

Pesan dalam aplikasi sangat dapat disesuaikan. Mereka dapat menyertakan tombol yang membuka situs web atau membawa pengguna ke bagian tertentu dari aplikasi Anda. Anda dapat mengonfigurasi warna latar belakang dan teks, memposisikan teks, dan menambahkan gambar ke notifikasi. Anda dapat mengirim satu pesan, atau membuat korsel yang berisi hingga lima pesan unik yang dapat digulir pengguna Anda.

Untuk membuat template dalam aplikasi

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pilih Buat templat.
4. Di bawah Saluran, pilih Pesan dalam aplikasi.
5. Di bawah Rincian templat, untuk Nama templat, masukkan nama untuk templat. Nama harus diawali dengan angka atau huruf kecil. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. (Opsional) Untuk Deskripsi versi, masukkan deskripsi singkat dari templat. Deskripsi dapat berisi hingga 500 karakter.
7. Di Detail pesan dalam aplikasi bagian, di bawah Tata letak, pilih jenis tata letak untuk template pesan. Anda dapat memilih dari opsi berikut:
 - Banner Teratas— Pesan yang muncul sebagai banner di bagian atas halaman.
 - Banner bawah— pesan yang muncul sebagai spanduk di bagian bawah halaman.
 - Banner Tengah— pesan yang muncul sebagai pemberitahuan di tengah halaman.
 - Layar penuh— pesan yang mencakup seluruh layar.
 - Modal— pesan yang muncul di jendela di depan halaman.

- Carousel- Tata letak digulir hingga lima pesan unik.
8. Di bawah Header, konfigurasi judul yang muncul di awal pesan. Jika Anda membuat pesan Carousel, Anda harus membuat pesan pertama untuk Carousel, yang mencakup header.
 - a. Untuk Teks Header untuk ditampilkan di spanduk. Anda dapat memasukkan hingga 64 karakter.
 - b. Untuk Warna teks Header, pilih warna teks untuk header. Anda secara opsional dapat memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 - c. Untuk Penyeragaman Header, pilih apakah Anda ingin teks Kiri, Pusat, atau kanan dan membenarkan.
 9. Di bawah Pesan, konfigurasi isi pesan.
 - a. Untuk Pesan, masukkan teks tubuh untuk pesan. Pesan dapat berisi hingga 150 karakter.
 - b. Untuk Warna teks, pilih warna teks untuk badan pesan. Anda secara opsional dapat memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 - c. Untuk Perataan teks, pilih apakah Anda ingin teks Kiri, Pusat, atau kanan dan membenarkan.
 10. (Opsional) Ubah warna latar belakang pesan. Di bawah Latar Belakang, pilih warna latar belakang untuk pesan. Anda secara opsional dapat memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 11. (Opsional) Tambahkan citra ke pesan. Di bawah URL gambar, masukkan URL gambar yang ingin Anda tampilkan di pesan. Hanya file .jpg dan .png yang diterima. Dimensi gambar tergantung pada jenis pesan:
 - Untuk Banner, gambar harus 100 piksel dengan 100 piksel, atau rasio aspek 1:1.
 - Untuk Carousel, gambar harus 300 piksel x 200 piksel, atau rasio aspek 3:2.
 - Untuk Fullscreen pesan, gambar harus 300 piksel x 200 piksel, atau rasio aspek 3:2.
 12. (Opsional) Tambahkan tombol ke pesan. Di bawah Tombol primer, lakukan hal berikut:
 - a. Memilih Tambahkan tombol primer.
 - b. Untuk Teks tombol, masukkan teks untuk ditampilkan pada tombol. Anda dapat memasukkan hingga 64 karakter.
 - c. (Opsional) Untuk Warna teks tombol, pilih warna untuk teks tombol. Anda secara opsional dapat memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.
 - d. (Opsional) Untuk Warna latar belakang, pilih warna latar belakang untuk tombol. Anda secara opsional dapat memasukkan nilai RGB atau kode warna hex.

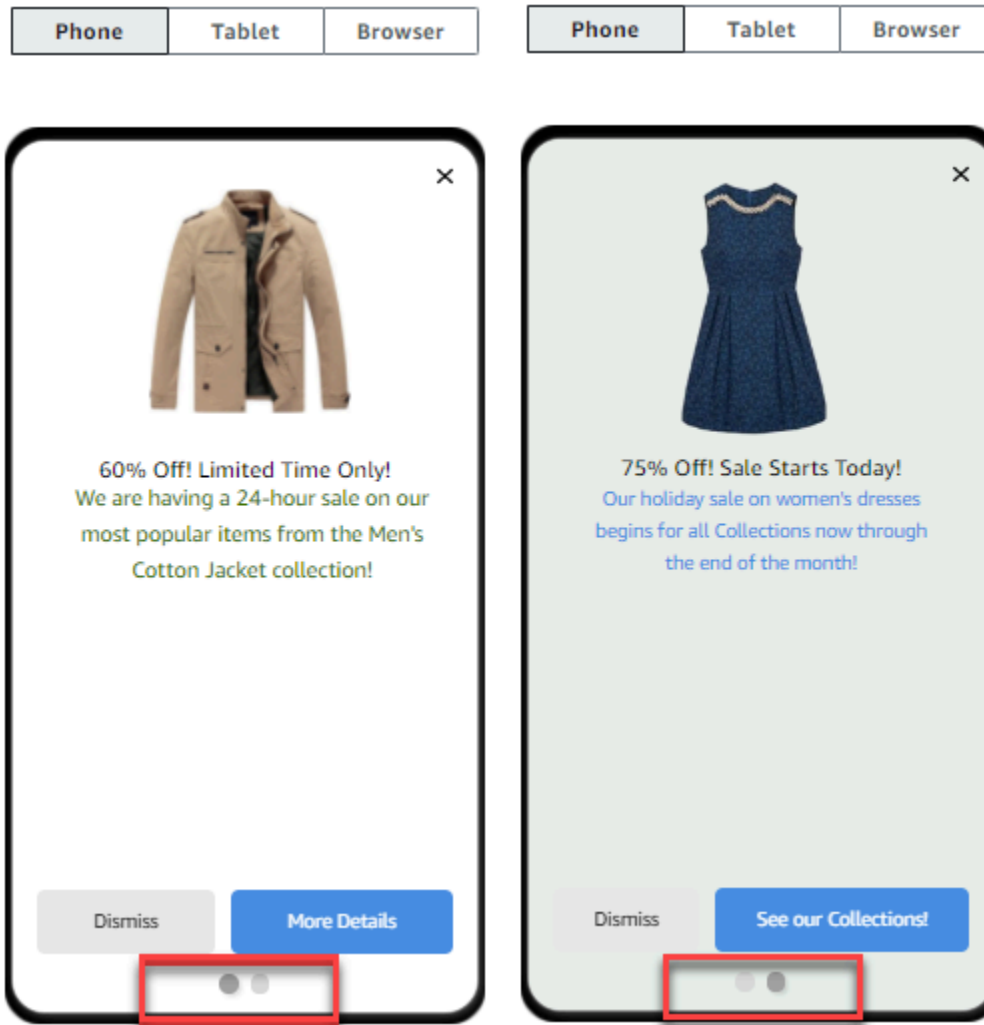
- e. (Opsional) Untuk Jari-jari perbatasan, masukkan nilai radius. Nilai yang lebih rendah menghasilkan sudut yang lebih tajam, sementara angka yang lebih tinggi menghasilkan sudut yang lebih membulat.
- f. Di bawah Tindakan, pilih acara yang terjadi saat pengguna mengetuk tombol:
 - Tutup— Menghentikan pesan.
 - Buka URL— Membuka situs web.
 - Pergi ke deep link— Membuka aplikasi atau membuka tempat tertentu di aplikasi.

Jika Anda ingin perilaku tombol berbeda untuk jenis perangkat yang berbeda, Anda dapat mengganti tindakan default. Di bawah Tindakan, gunakan tab untuk memilih jenis perangkat yang ingin Anda ubah perilaku tombol. Misalnya, pilih iOS untuk memodifikasi perilaku tombol untuk perangkat iOS. Selanjutnya, pilih Menimpa tindakan default. Akhirnya, tentukan sebuah tindakan.

13. (Opsional) Tambahkan tombol sekunder ke pesan. Di bawah Tombol sekunder, pilih Tambahkan tombol sekunder. Ikuti prosedur di langkah sebelumnya untuk mengkonfigurasi tombol sekunder.
14. (Opsional) Tambahkan data khusus ke pesan. Data khusus adalah pasangan nilai kunci yang dikirimkan dengan pesan Anda. Misalnya, Anda mungkin ingin meneruskan kode promosi bersama pesan Anda. Jika Anda mengirim pesan korsel, Anda dapat menambahkan data khusus ke setiap pesan korsel. Untuk menambahkan data kustom, lakukan hal berikut:
 - a. Di bawah Data kustom, pilih Tambahkan item baru.
 - b. Masukkan Kunci. Misalnya, hal ini mungkin *PromoCode*.
 - c. Masukkan Nilai untuk kuncinya. Klaster *PromoCode* mungkin *12345*.
 - d. Ketika pesan dikirim, kode *12345* termasuk dalam pesan Anda.
 - e. Untuk menambahkan pasangan nilai kunci lainnya, pilih Tambahkan item baru. Anda dapat menambahkan hingga 10 pasangan nilai kunci ke pesan. Setelah Anda selesai menambahkan data khusus, lanjutkan ke langkah berikutnya.
15. Jika pesan Anda adalah korsel, Anda dapat menambahkan hingga empat pesan unik lainnya. Untuk menambahkan pesan ke korsel, perluas khtisar korsel Bagian. Selanjutnya, pilih Tambahkan pesan baru. Ulangi langkah-langkah sebelumnya untuk mengkonfigurasi pesan.

Saat Anda menambahkan pesan ke korsel, Pratinjau update halaman dengan menampilkan ikon di bagian bawah halaman yang menunjukkan jumlah pesan yang termasuk dalam korsel.

Gambar berikut menunjukkan korsel dengan dua pesan:



16. Setelah selesai, pilih Buat.

Membuat templat notifikasi push

SEBUAH Templat notifikasi adalah template pesan yang berisi konten dan pengaturan yang dapat Anda gunakan dengan proyek Amazon Pinpoint Anda. Saat Anda menggunakan template untuk mengirim notifikasi push, Amazon Pinpoint mengisi notifikasi dengan konten dan pengaturan yang Anda tetapkan dalam templat.

Ketika Anda membuat template notifikasi push, Anda menentukan konten dan pengaturan yang ingin Anda gunakan kembali di berbagai komponen pemberitahuan push yang didasarkan pada template. Komponen-komponen ini, disebut sebagai Bagian templat, dapat berisi teks (seperti judul atau badan

pemberitahuan) atau pengaturan (seperti suara khusus untuk diputar saat penerima menerima pemberitahuan).

Untuk menyesuaikan template untuk saluran notifikasi push tertentu, Anda dapat membuat beberapa set bagian template di setiap template—set default, dan opsional satu atau lebih set khusus layanan. Set default berisi konten dan pengaturan yang ingin Anda gunakan secara default untuk saluran notifikasi push. Kumpulan khusus layanan berisi konten dan setelan apa pun yang ingin Anda gunakan untuk layanan notifikasi tertentu, seperti layanan Apple Push Notification atau Firebase Cloud Messaging. Dengan menambahkan setelan khusus layanan ke template, Anda dapat menyesuaikan notifikasi untuk menampilkan konten yang unik untuk setiap jenis perangkat penerima.

Anda juga dapat [membuat template yang berisi data pesan mentah](#). Opsi ini lebih maju, tetapi sangat membantu jika Anda ingin menentukan pengaturan untuk saluran tertentu yang tidak ada dalam templat notifikasi push Amazon Pinpoint standar.

Membuat template notifikasi push standar

Selesaikan prosedur ini jika Anda ingin menentukan konten pesan dasar, seperti judul, badan pesan, gambar, dan tindakan. Jika Anda perlu menentukan konten pesan mentah, selesaikan prosedurnya di [Membuat template notifikasi push dengan data pesan mentah](#) sebagai gantinya.

Membuat template notifikasi push

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pilih Buat templat.
4. Di bawah Saluran, pilih Notifikasi Push.
5. Di bawah Rincian templat, untuk Nama templat, masukkan nama untuk templat. Nama harus diawali dengan huruf atau angka. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. (Opsional) Untuk Deskripsi versi, masukkan deskripsi singkat dari templat. Deskripsi dapat berisi hingga 500 karakter.
7. Di bawah Detail notifikasi, lakukan hal berikut:
 - Untuk Tipe notifikasi, pilih Pesan standar.
 - Untuk Judul, masukkan judul yang ingin Anda tampilkan di atas badan pesan.
 - Untuk Tubuh, masukkan teks yang ingin Anda tampilkan di badan pesan notifikasi.

Tip

Anda dapat menyertakan konten yang dipersonalisasi dalam judul dan badan template. Untuk melakukan ini, tambahkan variabel pesan yang merujuk ke atribut tertentu, seperti atribut yang menyimpan nama depan pengguna. Dengan menggunakan variabel pesan, Anda dapat menampilkan konten yang berbeda untuk setiap penerima pemberitahuan push yang menggunakan template. Untuk menggunakan variabel pesan, pilih nama atribut yang ada dari Pencari atribut. Amazon Pinpoint membuat variabel pesan untuk atribut dan menyalinnya ke clipboard Anda. Paste variabel di lokasi yang Anda inginkan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).

- Untuk Suara peringatan khusus, masukkan nama file audio yang berisi suara khusus yang ingin Anda mainkan saat penerima menerima notifikasi push. Nama ini harus sesuai dengan nama file audio di perangkat penerima.
 - Untuk Tindakan, pilih perangkat penerima yang ingin Anda lakukan jika penerima menyetujui notifikasi push:
 - Membuka aplikasi— Buka aplikasi Anda atau bawa ke latar depan jika dikirimkan ke latar depan.
 - Pergi ke URL— Buka browser default pada perangkat penerima dan memuat halaman web tertentu. Jika Anda memilih opsi ini, masukkan URL halaman web di URL tujuan kotak.
 - Buka tautan dalam— Buka aplikasi Anda dan tampilkan antarmuka pengguna tertentu di aplikasi. Jika Anda memilih opsi ini, masukkan URL antarmuka di URL tujuan kotak.
8. (Opsional) Untuk menyesuaikan template untuk layanan pemberitahuan push tertentu, pilih tab layanan yang sesuai di bawah Sesuaikan konten untuk layanan push individual. Kemudian pilih opsi yang Anda inginkan untuk layanan itu.

Jika Anda memilih Menimpa konten push default kotak centang pada tab untuk layanan, Amazon Pinpoint secara otomatis menggantikan konten default dan pengaturan yang Anda pilih pada langkah sebelumnya dengan opsi yang Anda pilih pada tab. Jika Anda ingin menyimpan konten dan pengaturan default dan hanya menyesuaikan template untuk menggunakan pengaturan khusus saluran tambahan, jangan pilih kotak centang ini.

Apel

Gunakan opsi ini untuk menentukan konten dan pengaturan khusus untuk notifikasi push yang Anda kirim melalui saluran Apple Push Notification service (APN) ke aplikasi yang berjalan di perangkat iOS.

Selain konten standar dan pengaturan, Anda dapat menyertakan gambar kustom atau video dalam pemberitahuan push yang menggunakan template. Untuk melakukan ini, masukkan URL untuk file gambar atau video diMedia iOSkotak. URL harus dapat diakses oleh publik. Jika tidak, perangkat penerima tidak akan dapat menampilkan gambar atau video.

Google

Gunakan opsi ini untuk menentukan konten dan setelan kustom untuk notifikasi push yang Anda kirim melalui saluran Google Firebase Cloud Messaging (FCM) ke aplikasi yang berjalan di perangkat Android.

Selain konten standar dan pengaturan, Anda dapat memilih opsi berikut untuk menampilkan gambar kustom dalam pemberitahuan push yang menggunakan template:

- Citra Android- Masukkan URL citra untuk ditampilkan di tubuh notifikasi push.
- Ikon Android- Masukkan URL citra ikon besar yang ditampilkan di tampilan konten notifikasi push.
- Ikon Android- Masukkan URL citra ikon kecil yang ditampilkan di batang status dan tampilan konten notifikasi push.

Amazon

Gunakan opsi ini untuk menentukan konten dan pengaturan khusus untuk notifikasi push yang Anda kirim melalui saluran Olahpesan Perangkat Amazon (ADM) untuk aplikasi yang berjalan di perangkat Amazon, seperti tablet Kindle Fire.

Selain konten standar dan pengaturan, Anda dapat memilih opsi berikut untuk menampilkan gambar kustom dalam pemberitahuan push yang menggunakan template:

- Citra Android- Masukkan URL citra untuk ditampilkan di tubuh notifikasi push.
- Ikon Android- Masukkan URL citra ikon besar yang ditampilkan di tampilan konten notifikasi push.
- Ikon Android- Masukkan URL citra ikon kecil yang ditampilkan di batang status dan tampilan konten notifikasi push.

Baidu

Gunakan opsi ini untuk menentukan konten dan pengaturan khusus untuk notifikasi push yang Anda kirim melalui saluran Baidu ke aplikasi yang menggunakan platform Baidu Cloud Push.

Selain konten standar dan pengaturan, Anda dapat memilih opsi berikut untuk menampilkan gambar kustom dalam pemberitahuan push yang menggunakan template:

- Citra Android- Masukkan URL citra untuk ditampilkan di tubuh notifikasi push.
 - Ikon Android- Masukkan URL citra ikon besar yang ditampilkan di tampilan konten notifikasi push.
 - Ikon Android- Masukkan URL citra ikon kecil yang ditampilkan di batang status dan tampilan konten notifikasi push.
9. Jika Anda menambahkan konten yang dipersonalisasi ke template dengan menggunakan variabel pesan, tentukan nilai default untuk setiap variabel. Jika Anda melakukan ini, Amazon Pinpoint menggantikan variabel dengan nilai yang Anda tetapkan, jika nilai yang sesuai tidak ada untuk penerima. Kami menyarankan Anda melakukan ini untuk setiap variabel dalam templat.

Untuk menentukan nilai default untuk variabel, memperluas Nilai atribut bagian. Kemudian masukkan nilai default yang ingin Anda gunakan untuk setiap variabel. Jika Anda tidak menentukan nilai default dan nilai tidak ada untuk penerima, Amazon Pinpoint tidak mengirim pesan.

10. Ketika Anda selesai memasukkan konten dan pengaturan untuk template, pilih **Buat**.

Membuat template notifikasi push dengan data pesan mentah

Selesaikan prosedur ini jika Anda ingin menentukan muatan pesan mentah secara manual. Anda hanya perlu menentukan muatan pesan mentah jika Anda ingin menggunakan fitur layanan notifikasi push tertentu yang tidak memungkinkan Amazon Pinpoint untuk dikonfigurasi. Jika Anda tidak perlu menentukan konten pesan mentah, Anda harus menyelesaikan prosedurnya di [Membuat template notifikasi push standar](#) sebagai gantinya.

Contoh kasus penggunaan yang mengharuskan Anda untuk menggunakan template pesan mentah adalah ketika Anda ingin mengirim pesan ke pengguna browser web Safari desktop. Dalam hal ini, Anda perlu menyertakan atribut tertentu dalam payload pesan mentah. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengirim pemberitahuan push web Safari](#).

Membuat template notifikasi push

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih **Templat pesan**.
3. Pilih **Buat templat**.
4. Di bawah **Saluran**, pilih **Notifikasi Push**.
5. Di bawah **Rincian templat**, untuk **Nama templat**, masukkan nama untuk templat. Nama harus diawali dengan huruf atau angka. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. (Opsional) Untuk **Deskripsi versi**, masukkan deskripsi singkat dari templat. Deskripsi dapat berisi hingga 500 karakter.
7. Di bawah **Detail notifikasi**, untuk **Tipe notifikasi**, pilih **Pesan mentah**. Editor pesan menampilkan garis besar kode yang akan digunakan untuk template. Di editor pesan, masukkan pengaturan yang ingin Anda gunakan untuk setiap layanan notifikasi push, termasuk pengaturan opsional—seperti gambar, suara, dan tindakan—yang ingin Anda tetapkan untuk template. Untuk informasi lebih lanjut, lihat dokumentasi untuk layanan notifikasi push yang Anda gunakan.
8. Setelah Anda selesai memasukkan konten pesan mentah, pilih **Buat**.

Jika Anda ingin menguji template sebelum Anda menggunakannya dalam pemberitahuan push yang Anda kirim ke pengguna, Anda dapat [mengirim notifikasi percobaan](#) yang menggunakan template. Jika Anda melakukan ini, pastikan bahwa Anda pertama kali menyelesaikan langkah 10 untuk menentukan nilai default untuk semua variabel dalam template. Jika tidak, notifikasi push mungkin tidak dikirim atau mungkin tidak di-render dengan benar.

Membuat templat SMS

Sesi Templat SMS adalah jenis templat pesan yang berisi konten dan pengaturan yang ingin Anda buat, simpan, dan gunakan ulang di pesan teks SMS yang Anda kirim untuk proyek Amazon Pinpoint apa pun. Anda dapat menggunakan template SMS dalam pesan teks yang Anda kirim dari kampanye, atau ke audiens terbatas sebagai pesan langsung atau tes.

Ketika Anda membuat template SMS, Anda menentukan pengaturan dan konten yang ingin Anda gunakan kembali di badan pesan teks yang didasarkan pada template. Jika Anda membuat pesan yang didasarkan pada templat, Amazon Pinpoint akan mengisi pesan dengan pengaturan dan konten yang Anda tentukan di templat.

Cara membuat templat SMS

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pilih Buat templat.
4. Di bawah Saluran, pilih SMS.
5. Di bawah Rincian templat, untuk Nama templat, masukkan nama untuk templat. Nama harus diawali dengan huruf kecil atau angka. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. (Opsional) Untuk Deskripsi versi, masukkan deskripsi singkat dari templat. Deskripsi dapat berisi hingga 500 karakter.
7. Di bawah Detail SMS, untuk Pesan, masukkan konten yang ingin Anda tampilkan di badan pesan yang menggunakan template. Tubuh pesan dapat berisi hingga 1.600 karakter.

Tip

Anda dapat menyertakan konten yang dipersonalisasi dalam tubuh template. Untuk melakukannya, tambahkan variabel pesan yang merujuk ke atribut tertentu yang Anda atau Amazon Pinpoint buat, seperti atribut yang menyimpan nama depan pengguna. Dengan menggunakan variabel pesan, Anda dapat menampilkan konten yang berbeda untuk setiap penerima pesan yang menggunakan template.

Untuk menggunakan variabel pesan, pilih nama atribut yang ada dari Pencari atribut. Amazon Pinpoint membuat variabel pesan untuk atribut dan menyalinnya ke clipboard Anda. Paste variabel di lokasi yang Anda inginkan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).

8. Jika Anda menambahkan konten yang dipersonalisasi ke template dengan menggunakan variabel pesan, tentukan nilai default untuk setiap variabel. Jika Anda melakukan ini, Amazon Pinpoint menggantikan variabel dengan nilai yang Anda tetapkan, jika nilai yang sesuai tidak ada untuk penerima. Kami merekomendasikan agar Anda melakukan ini untuk setiap variabel di templat.

Untuk menentukan nilai default untuk variabel, memperluas Nilai atribut bagian. Kemudian masukkan nilai default yang ingin Anda gunakan untuk setiap variabel. Jika Anda tidak menentukan nilai default dan nilai tidak ada untuk penerima, Amazon Pinpoint tidak mengirim pesan.

9. Ketika Anda selesai memasukkan konten dan pengaturan untuk template, pilih **Buat**.

Jika Anda ingin menguji template sebelum Anda menggunakannya dalam pesan yang Anda kirim ke pengguna, Anda dapat [mengirim pesan percobaan](#) yang menggunakan template. Jika Anda melakukan ini, pastikan bahwa Anda pertama kali menyelesaikan langkah 8 untuk menentukan nilai default untuk semua variabel dalam template. Jika tidak, pesan mungkin tidak dikirim atau mungkin tidak di-render dengan benar.

Membuat templat suara

SEBUAH Templat Suara adalah templat pesan yang berisi konten dan pengaturan yang ingin Anda buat, simpan, dan gunakan ulang di pesan suara yang Anda kirim untuk proyek Amazon Pinpoint apa pun. Anda dapat menggunakan templat suara dalam pesan suara yang dikirim sebagai pesan langsung atau menguji.

Saat membuat templat suara, Anda menentukan konten dan pengaturan yang ingin Anda gunakan kembali di berbagai komponen pesan suara yang didasarkan pada templat. Komponen-komponen ini disebut sebagai Bagian templat. Mereka dapat berisi teks skrip atau pengaturan pesan, seperti suara yang akan digunakan saat mengirim pesan. Script pesan dapat mencakup teks statis dan, opsional, konten pribadi yang Anda tentukan.

Ketika Anda membuat pesan suara yang didasarkan pada template, Amazon Pinpoint mengisi pesan dengan konten dan pengaturan yang Anda tetapkan dalam template.

Membuat templat suara

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih **Templat pesan**.
3. Pilih **Buat templat**.
4. Di bawah **Saluran**, pilih **SUARA**.
5. Di bawah **Rincian templat**, untuk **Nama templat**, masukkan nama untuk templat. Nama harus diawali dengan huruf atau angka. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. (Opsional) Untuk **Deskripsi versi**, masukkan deskripsi singkat dari templat. Deskripsi dapat berisi hingga 500 karakter.

7. Di bawah Detail pesan suara, untuk Pesan, masukkan teks yang ingin Anda gunakan sebagai skrip pesan untuk pesan yang menggunakan template. Script dapat berisi hingga 10.000 karakter dan harus dalam format plaintext.

 Tip

Anda dapat menyertakan konten yang dipersonalisasi dalam skrip pesan. Untuk melakukannya, tambahkan variabel pesan yang merujuk ke atribut tertentu yang Anda atau Amazon Pinpoint buat, seperti atribut yang menyimpan nama depan pengguna. Dengan menggunakan variabel pesan, Anda dapat memutar konten yang berbeda untuk setiap penerima pesan yang menggunakan template.

Untuk menggunakan variabel pesan, pilih nama atribut yang ada dari Pencari atribut. Amazon Pinpoint membuat variabel pesan untuk atribut dan menyalinnya ke clipboard Anda. Paste variabel di lokasi yang Anda inginkan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).

8. Untuk Bahasa dan wilayah, pilih bahasa yang ditulis teks naskah pesan. Amazon Pinpoint menggunakan pengaturan ini untuk menentukan fonem dan pengaturan khusus bahasa lain yang akan digunakan saat mengubah teks skrip menjadi ucapan.
9. Untuk SUARA, pilih suara yang ingin Anda ucapkan kepada penerima. Setiap suara dibuat menggunakan penutur bahasa asli, jadi ada variasi dari suara ke suara, bahkan dalam bahasa yang sama. Oleh karena itu, ada baiknya menguji setiap suara dengan skrip Anda.

Daftar suara berubah berdasarkan bahasa yang Anda pilih pada langkah 8. Dalam kebanyakan kasus, daftar mencakup setidaknya satu suara laki-laki dan satu perempuan. Dalam beberapa kasus, hanya satu suara yang tersedia. Kami terus menambahkan dukungan untuk bahasa tambahan dan membuat suara untuk bahasa yang didukung.

10. Pilih Pesan Putar untuk menguji bagaimana pesan akan terdengar saat dikirim ke penerima. Sesuaikan konten dan pengaturan sampai template memiliki desain yang Anda inginkan.
11. Jika Anda menambahkan konten yang dipersonalisasi ke template dengan menggunakan variabel pesan, tentukan nilai default untuk setiap variabel. Jika Anda melakukan ini, Amazon Pinpoint menggantikan variabel dengan nilai yang Anda tetapkan, jika nilai yang sesuai tidak ada untuk penerima. Kami merekomendasikan agar Anda melakukan ini untuk setiap variabel di templat.

Untuk menentukan nilai default untuk variabel, memperluas Nilai atribut default Bagian. Kemudian masukkan nilai default yang ingin Anda gunakan untuk setiap variabel. Jika Anda tidak

menentukan nilai default dan nilai tidak ada untuk penerima, Amazon Pinpoint tidak mengirim pesan.

12. Ketika Anda selesai memasukkan konten dan pengaturan untuk template, pilih **Buat**.

Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan

Untuk mengirimkan konten dinamis dan dipersonalisasi dalam pesan yang menggunakan template, tambahkan variabel pesan ke templat pesan. SEBUAH Variabel pesan adalah placeholder yang mengacu pada atribut tertentu yang Anda atau Amazon Pinpoint buat untuk menyimpan informasi tentang pengguna Anda. Setiap atribut biasanya sesuai dengan karakteristik pengguna, seperti nama depan pengguna atau kota tempat mereka tinggal. Dengan menambahkan variabel pesan ke template, Anda dapat menggunakan atribut ini untuk mengirimkan konten kustom ke setiap penerima pesan yang menggunakan template.

Jika template berisi variabel pesan, Amazon Pinpoint menggantikan setiap variabel dengan nilai atribut saat ini yang sesuai untuk setiap penerima. Hal ini dilakukan setiap kali mengirim pesan yang menggunakan template. Ini berarti Anda dapat mengirim konten yang dipersonalisasi ke setiap penerima tanpa membuat beberapa versi pesan atau templat pesan yang disesuaikan. Anda juga dapat merasa yakin bahwa pesan berisi informasi terbaru yang Anda miliki untuk penerima.

Misalnya, jika proyek Anda adalah aplikasi kebugaran untuk pelari dan menyertakan atribut untuk nama depan setiap pengguna, aktivitas pilihan, dan catatan pribadi, Anda dapat menggunakan variabel teks dan pesan berikut dalam template:

```
Hi {{User.UserAttributes.FirstName}}, congratulations  
on your new {{User.UserAttributes.Activity}} record of  
{{User.UserAttributes.PersonalRecord}}!
```

Ketika Anda mengirim pesan yang menggunakan template, Amazon Pinpoint menggantikan variabel dengan nilai saat ini dari setiap atribut untuk setiap penerima. Contoh berikut ini.

Contoh 1

```
Hi Sofia, congratulations on your new half marathon record of 1:42:17!
```

Contoh 2

```
Hi Alejandro, congratulations on your new 5K record of 20:52!
```

Jika nilai atribut tidak ada untuk penerima, Amazon Pinpoint dapat mengganti variabel dengan nilai default yang Anda tetapkan untuk variabel. Misalnya, jika pengguna aplikasi kebugaran Anda belum memilih aktivitas pilihan mereka, Anda dapat menggunakan `running` sebagai nilai default untuk `{{User.UserAttributes.Activity}}` variabel. Dalam hal ini, Amazon Pinpoint menggantikan variabel seperti yang ditunjukkan dalam contoh berikut:

Contoh 1

```
Hi Jane, congratulations on your new running record of 1:42:17!
```

Contoh 2

```
Hi John, congratulations on your new running record of 20:52!
```

Jika Anda tidak menentukan nilai default dan nilai tidak ada untuk penerima, Amazon Pinpoint menghilangkan semua teks untuk variabel saat mengirim pesan ke penerima tersebut. Misalnya:

```
Hi Mary, congratulations on your new record of 20:52!
```

Sebagai praktik terbaik, sebaiknya tentukan nilai default untuk setiap variabel yang Anda sertakan dalam templat.

Menambahkan variabel pesan

Anda dapat menambahkan atribut pesan ke template baru yang Anda buat atau ke template yang ada. Jika Anda menambahkan variabel ke template yang ada, Amazon Pinpoint tidak selalu menerapkan perubahan pada pesan yang menggunakan template dan belum dikirim, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu. Hal ini tergantung pada versi template yang Anda tambahkan variabel dan bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan yang menggunakan template. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Note

Templat pesan dalam aplikasi tidak mendukung penggunaan variabel pesan.

Untuk menambahkan variabel pesan ke template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk membuat template baru dan menambahkan variabel pesan ke dalamnya, pilih **Membuat templat**. Kemudian, pada halaman template, masukkan nama untuk template dan, opsional, deskripsi template.
 - Untuk menambahkan variabel pesan ke template yang ada, pilih template yang ingin Anda tambahkan variabel. Kemudian, pada halaman template, pilih **Mengedit**. Di bawah **Rincian templat**, gunakan pemilih versi untuk memilih versi template yang ingin Anda gunakan sebagai titik awal. Jika Anda memilih versi terbaru, Anda dapat menyimpan perubahan langsung ke versi template tersebut. Jika tidak, Anda dapat menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template.
4. Di bagian detail pesan, tentukan di mana Anda ingin menambahkan variabel pesan. Anda dapat menambahkan variabel ke tubuh dari semua jenis template. Untuk template notifikasi email dan push, Anda juga dapat menambahkan variabel ke subjek atau judul pesan.
5. Di **Pencari atribut**, memperluas bagian untuk jenis atribut yang ingin Anda tambahkan variabel pesan untuk. Anda dapat memilih dari jenis atribut berikut ini:

Atribut standar

Ini adalah atribut yang dibuat Amazon Pinpoint secara otomatis untuk proyek apa pun. Ini berarti Anda dapat menggunakannya dalam pesan yang Anda kirim untuk proyek apa pun. Untuk informasi mendetail tentang masing-masing atribut ini, lihat [Atribut yang didukung](#).

Untuk menambahkan variabel untuk atribut standar, pilih atribut dari daftar.

Atribut kustom

Ini adalah atribut yang Anda buat secara opsional untuk proyek individual. Karena atribut ini mungkin tidak tersedia untuk beberapa proyek Anda, Amazon Pinpoint mungkin tidak dapat mengganti variabel dengan nilai untuk setiap penerima pesan yang menggunakan template. Untuk membantu Anda menghindari masalah ini, Amazon Pinpoint menyediakan opsi untuk membantu Anda memilih atribut yang ada untuk proyek tertentu atau semua proyek Anda.


Untuk menambahkan atribut kustom:

1. Pilih **Atribut kustom**, dan kemudian pilih **Atribut kustom**. Di jendela yang muncul, Amazon Pinpoint mencantumkan semua proyek yang Anda buat. Ketika Anda memilih setiap proyek, atribut umum untuk proyek yang dipilih ditampilkan di panel navigasi sebelah

kanan. Jika tidak ada atribut yang ditampilkan, maka tidak ada atribut umum antara proyek-proyek tersebut.

2. Lakukan salah satu dari berikut:

- Untuk menggunakan semua atribut umum untuk proyek yang dipilih, pilih **Atribut kustom**.
- Jika Anda ingin menggunakan atribut tertentu dari daftar, masukkan setiap bagian dari nama atribut di bidang pencarian. Atribut yang cocok dengan tampilan teks yang dimasukkan. Pilih **Atribut kustom** ketika atribut yang ingin Anda gunakan display. Pencari atribut menampilkan atribut kustom yang baru ditambahkan.

 Note

Anda tidak dapat menambahkan atribut umum dari rangkaian proyek yang berbeda, Anda juga tidak dapat memodifikasi **Atribut kustom** bagian **Pencari atribut**. Jika Anda perlu melakukan perubahan pada atribut kustom, pilih **X** untuk menghapus **Pencari atribut**, dan kemudian mulai lagi.

3. Di **Pencari atribut**, pilih atribut yang ingin Anda tambahkan.

Atribut yang direkomendasikan

Ini adalah atribut yang Anda buat secara opsional untuk akun Anda saat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengambil rekomendasi yang dipersonalisasi dari model recommender. Untuk informasi tentang menggunakan model recommender, lihat [Model Machine Learning](#). Anda dapat menambahkan variabel untuk jenis atribut ini ke template email, templat notifikasi push, dan templat SMS. Anda tidak dapat menambakkannya ke templat suara.

Untuk menambahkan variabel untuk atribut yang direkomendasikan, pilih atribut dari daftar. Jika **Pencari atribut** tidak mencantumkan atribut yang direkomendasikan, Anda harus terlebih dahulu menghubungkan template ke model recommender.

Untuk menambahkan atribut yang direkomendasikan:

1. Pilih **Model Connect**.
2. Pilih model yang ingin Anda ambil rekomendasi saat mengirim pesan yang menggunakan templat.
3. Pilih **Model Connect**.

6. Bila Anda memilih atribut dari Pencari atribut, Amazon Pinpoint membuat variabel pesan untuk atribut dan menyalinnya ke clipboard Anda. Paste variabel di lokasi yang Anda inginkan. Jika Anda memiliki daftar atribut yang panjang, masukkan teks pencarian untuk mempersempit daftar. Pilih **X** untuk menghapus bidang pencarian.

Setelah Anda menempelkan variabel, Amazon Pinpoint menampilkannya sebagai nama atribut terkait, yang disertakan dalam dua set kurung kurawal — misalnya, `{{User.UserAttributes.FirstName}}`.

7. Ulangi langkah 4 hingga 6 untuk setiap variabel pesan yang ingin Anda tambahkan.
8. Untuk menentukan nilai default untuk variabel pesan, perluas Nilai atribut bagian. Kemudian, dalam daftar variabel, masukkan nilai default yang ingin Anda gunakan untuk variabel.

Note

Kami menyarankan Anda melakukan ini untuk setiap variabel dalam template. Jika tidak, Amazon Pinpoint mungkin tidak dapat mengirim pesan yang menggunakan template atau pesan mungkin ditampilkan dengan cara yang tidak terduga atau tidak diinginkan.

9. Setelah selesai, lakukan salah satu hal berikut:
 - Jika Anda menambahkan variabel pesan ke template baru, pilih **Buat**.
 - Jika Anda menambahkan variabel pesan ke template yang ada dan Anda ingin menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template, pilih **Simpan sebagai versi baru**.
 - Jika Anda menambahkan variabel pesan ke template yang ada dan Anda ingin menyimpan perubahan Anda sebagai pembaruan ke versi terbaru dari template, pilih **Versi pembaruan**. Opsi ini hanya tersedia jika Anda membuka versi template terbaru pada langkah 3.

Atribut yang didukung

Setiap proyek dapat memiliki atribut standar dan atribut kustom. Atribut standar adalah atribut yang dibuat Amazon Pinpoint secara otomatis untuk proyek apa pun. Atribut kustom adalah atribut yang Anda buat untuk proyek. Ada tiga jenis atribut kustom:

- Atribut pengguna— Atribut ini menggambarkan pengguna—misalnya, nama depan pengguna, nama belakang, dan tanggal lahir. **SEBUAH** pengguna adalah individu yang memiliki ID pengguna unik untuk sebuah proyek.

- **Atribut titik akhir**— Atribut ini menggambarkan titik akhir tertentu untuk pengguna. Setiap titik akhir adalah tujuan yang dapat Anda kirim pesan ke—seperti alamat email, nomor telepon, atau perangkat seluler. Setiap pengguna dapat dikaitkan dengan satu titik akhir atau beberapa. Misalnya, jika Anda berkomunikasi dengan pengguna melalui email, SMS, dan telepon, pengguna dapat dikaitkan dengan tiga titik akhir — satu untuk alamat email pengguna, yang lain untuk nomor ponsel pengguna, dan satu lagi untuk nomor telepon rumah (darat) pengguna.
- **Atribut metrik**— Atribut ini adalah metrik numerik yang dilaporkan aplikasi Anda ke Amazon Pinpoint untuk setiap titik akhir, seperti jumlah sesi untuk aplikasi seluler atau jumlah item yang tersisa di keranjang.

Selain atribut kustom dan standar yang Anda atau Amazon Pinpoint buat untuk proyek Anda, Amazon Pinpoint mendukung atribut yang Direkomendasikan. Sebuah atribut yang Direkomendasikan adalah atribut yang sementara menyimpan rekomendasi yang dipersonalisasi untuk pengguna atau titik akhir. Amazon Pinpoint mengambil rekomendasi ini dari model recommender yang Anda konfigurasi untuk digunakan. Atribut yang disarankan tidak terkait dengan proyek tertentu. Sebaliknya, mereka terkait dengan akun Amazon Pinpoint Anda. Untuk informasi tentang menggunakan model recommender, lihat [Model Machine Learning](#).

Anda dapat menggunakan atribut standar, kustom, atau direkomendasikan dalam variabel pesan. Tabel berikut menunjukkan teks yang muncul dalam variabel pesan untuk setiap atribut yang didukung, dan itu menjelaskan setiap atribut. Di tabel, *custom_attribute* menunjukkan teks yang muncul dalam variabel untuk atribut kustom. Dalam kasus tersebut, ganti *custom_attribute* dengan nama atribut kustom. Misalnya, jika proyek Anda menyimpan nama depan pengguna dalam atribut pengguna kustom bernama `FirstName` dan Anda menambahkan variabel untuk atribut itu, teks untuk variabel adalah `{{User.UserAttributes.FirstName}}`.

Atribut	Deskripsi
Address	Alamat tujuan untuk pesan atau pemberitahuan push yang Anda kirim ke titik akhir, misalnya alamat email, nomor telepon, atau token perangkat.
Attributes. <i>custom_attribute</i>	Atribut endpoint khusus yang menggambarkan titik akhir.

Atribut	Deskripsi
ChannelType	<p>Saluran yang digunakan saat mengirim pesan atau pemberitahuan push ke titik akhir. Misalnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • APNS— Untuk titik akhir yang dapat menerima notifikasi push yang Anda kirim melalui saluran Apple Push Notification service (APN) ke aplikasi yang berjalan di perangkat iOS. • EMAIL— Untuk titik akhir yang dapat menerima pesan email. • GCM— Untuk endpoint yang dapat menerima notifikasi push yang Anda kirim melalui saluran Firebase Cloud Messaging (FCM) ke aplikasi yang berjalan di perangkat Android. • SMS— Untuk endpoint yang dapat menerima pesan teks SMS. • VOICE— Untuk titik akhir yang dapat menerima pesan suara.
CreationDate	<p>Tanggal dan waktu saat titik akhir ditambahkan ke proyek, diFormat ISO 8601. Misalnya, 2019-06-30T11:45:25.220Z untuk 11:45 AM UTC 30 Juni 2019.</p>
Demographic.AppVersion	<p>Nomor aplikasi yang terkait dengan titik akhir.</p>
Demographic.Locale	<p>Lokal titik akhir, dalam format berikut:ISO 639-1 alpha-2kode, diikuti oleh garis bawah (_), diikuti olehISO 3166-1 alpha-2nilai. Misalnya, en_US adalah lokal bahasa Inggris untuk Amerika Serikat.</p>
Demographic.Make	<p>Produsen perangkat endpoint, sepertiappleatauamsung.</p>

Atribut	Deskripsi
<code>Demographic.Model</code>	Nama model atau nomor perangkat endpoint, seperti <code>iPhone</code> atau <code>SM-G900F</code> .
<code>Demographic.ModelVersion</code>	Versi model perangkat endpoint.
<code>Demographic.Platform</code>	Sistem operasi pada perangkat endpoint, seperti <code>ios</code> atau <code>android</code> .
<code>Demographic.PlatformVersion</code>	Versi sistem operasi pada perangkat titik akhir.
<code>Demographic.Timezone</code>	Zona waktu endpoint, sebagai Basis data nilai. Misalnya, <code>America/Los_Angeles</code> untuk Waktu Pasifik (Amerika Utara).
<code>EffectiveDate</code>	Tanggal dan waktu saat titik akhir terakhir diperbarui, di Format ISO 8601 . Misalnya, <code>2019-08-23T10:54:35.220Z</code> untuk 10:54 UTC 23 Agustus 2019.
<code>EndpointStatus</code>	Apakah akan mengirim pesan atau pemberitahuan push ke titik akhir: <code>ACTIVE</code> , mengirim pesan ke titik akhir; atau, <code>INACTIVE</code> , jangan mengirim pesan ke titik akhir.
<code>Id</code>	Pengidentifikasi unik untuk titik akhir.
<code>Location.City</code>	Kota tempat titik akhir berada.
<code>Location.Country</code>	Kode dua karakter, di Format ISO 3166-1 , untuk negara atau wilayah di mana titik akhir berada. Misalnya, <code>US</code> untuk Amerika Serikat.
<code>Location.Latitude</code>	Koordinat lintang lokasi endpoint, dibulatkan ke satu tempat desimal.
<code>Location.Longitude</code>	Koordinat bujur lokasi endpoint, dibulatkan ke satu tempat desimal.

Atribut	Deskripsi
<code>Location.PostalCode</code>	Kode pos atau pos untuk area tempat titik akhir berada.
<code>Location.Region</code>	Nama wilayah, seperti negara bagian atau provinsi, di mana titik akhir berada.
<code>Metrics.<i>custom_attribute</i></code>	Metrik numerik kustom yang dilaporkan aplikasi Anda ke Amazon Pinpoint untuk titik akhir.
<code>OptOut</code>	Apakah pengguna memilih untuk tidak menerima pesan dan pemberitahuan push dari Anda:ALL, pengguna memilih keluar dan tidak ingin menerima pesan atau pemberitahuan push; atau,NONE, pengguna belum memilih keluar dan ingin menerima semua pesan dan pemberitahuan push.
<code>RecommendationItems</code>	Atribut direkomendasikan standar yang menyimpan satu rekomendasi untuk endpoint atau pengguna. Atribut ini berisi teks yang disediakan langsung oleh model recommender.
<code>RecommendationItems.[#]</code>	<p>Atribut standar yang direkomendasikan yang menyimpan daftar pesanan 2—5 rekomendasi untuk endpoint atau pengguna. Atribut ini berisi teks yang disediakan langsung oleh model recommender.</p> <p>The placeholder numerik (. [#]) menunjukkan bahwa atribut berisi beberapa nilai. Variabel pesan untuk atribut ini dapat merujuk ke nilai tertentu dalam daftar.</p>

Atribut	Deskripsi
Recommendations. <i>custom_attribute</i>	Atribut yang direkomendasikan khusus yang menyimpan satu rekomendasi untuk endpoint atau pengguna. Atribut ini berisi konten yang disediakan oleh model recommender dan ditingkatkan oleh AWS Lambda fungsi.
Recommendations. <i>custom_attribute</i> . [#]	<p>Atribut yang direkomendasikan khusus yang menyimpan beberapa rekomendasi untuk endpoint atau pengguna. Atribut ini berisi konten yang disediakan oleh model recommender dan ditingkatkan oleh AWS Lambda fungsi.</p> <p>The placeholder numerik (. [#]) menunjukkan bahwa atribut berisi beberapa nilai. Variabel pesan untuk atribut ini dapat merujuk ke salah satu dari nilai-nilai tersebut secara khusus.</p>
RequestId	Pengidentifikasi unik untuk permintaan terbaru untuk memperbarui titik akhir.
User.UserAttributes. <i>custom_attribute</i>	Atribut pengguna khusus yang menggambarkan pengguna.
User.UserId	Pengidentifikasi unik untuk pengguna.

Menggunakan pembantu template pesan

Dengan template Pinpoint, pelanggan dapat membuat template pesan yang dapat digunakan kembali berdasarkan bahasa Handlebars.js. Pembantu menyediakan berbagai fitur seperti memformat harga ke mata uang Wilayah tertentu atau menambahkan lokasi berbasis zona waktu. Helper dapat menggunakan string atau bilangan bulat tertentu untuk nilai atau variabel pesan Amazon Pinpoint tertentu.

Ini adalah kategori pembantu, dijelaskan di bagian berikut:

Pembantu default

Bagian ini menjelaskan pembantu bawaan yang disediakan oleh Setang. Untuk daftar lengkapnya lihat [Pembantu Bawaan](#) di handlebarsjs.com. Ini adalah pembantu bawaan:

- `each`— Mengulangi daftar.

Note

Ukuran daftar maksimum adalah 15 item.

- `if`— Mengevaluasi pernyataan.

setiap

Mengulangi daftar. Helper ini hanya menggunakan pernyataan blok. Anda dapat secara opsional

- Lulus `@index` permintaan untuk mereferensikan indeks loop saat ini.
- Gunakan `this` helper untuk mereferensikan elemen saat ini yang sedang diulang.
- Kembalikan respons pembantu dalam daftar, menggunakan `` tag.

Penggunaan

```
{{#each value}}
```

Nilai pada posisi `{{@index}}` adalah `{{this}}`.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/each}}
```

`each` harus diawali dengan tanda pound (`#`) dan diakhiri dengan penutupan `{{/each}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh `each` ini, digunakan untuk mengembalikan daftar warna favorit pengguna. Untuk `afalse`, `else` pernyataan dikembalikan. Jika permintaannya adalah ini

```

{{#each User.UserAttributes.FavoriteColors}}
<li>{{this}}</li>
{{else}}

```

Anda tidak memiliki warna favorit.

```

{{/each}}kembali

```

- *merah*
- *biru*
- *kuning*

untuk pernyataan yang benar.

jika

Mengevaluasi apakah sesuatu itu benar dan mengembalikan respons berdasarkan evaluasi.

Penggunaan

```

{{#if value}}

```

Nilai tidak terdefinisi

```

{{else}}

```

Nilai tidak terdefinisi

```

{{/if}}

```

`if` harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{/if}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh ini, `if` helper digunakan untuk mengevaluasi apakah nama depan pengguna. Jika nama ditemukan, salam dikembalikan yang melewati nama depan pengguna dalam respons. Jika tidak, `else` pernyataan mengembalikan salam alternatif.

```

{{#if User.UserAttributes.FirstName.[0]}}

```

```
Hello {{User.UserAttributes.FirstName.[0]}},  
  
{{else}}  
  
Halo,  
  
{{/if}}
```

mengembalikan *Halo, Jane* jika `if` penolongnya benar.

Pembantu bersyarat

Bagian ini menjelaskan pembantu bersyarat.

Pembantu bersyarat dapat digunakan pada satu baris atau dalam pernyataan blok. Anda dapat menyesuaikan respons terlepas dari metode pembantu yang Anda gunakan. Anda dapat melewati pembantu kondisional tambahan dalam pernyataan baris tunggal dan blok. Pembantu bersyarat berikut menunjukkan penggunaan pertama untuk satu baris dan kemudian pernyataan blok menggunakan klausa opsional `else`. Ini adalah pembantu bersyarat:

- `and`— Membandingkan apakah semua elemen yang dilewati sama atau tidak.
- `eq`— Menguji apakah dua elemen sama.
- `gt`— Menguji apakah satu elemen lebih besar dari yang lain.
- `gte`— Menguji apakah satu elemen lebih besar dari atau sama dengan yang lain.
- `if`— Evaluasi apakah sesuatu itu benar.
- `lt`— Menguji apakah satu elemen kurang dari yang lain.
- `lte`— Menguji apakah satu elemen kurang dari atau sama dengan yang lain.
- `neq`— Mengevaluasi apakah dua elemen tidak sama.
- `not`— Membalikkan respons operasi boolean.
- `or`— Membandingkan apakah salah satu elemen dalam argumen sama.

`and`

Membandingkan apakah semua elemen yang dilewatkan dalam argumen sama, dan kemudian mengembalikan respons berdasarkan hasilnya. Helper ini dapat digunakan untuk nilai-nilai non-Boolean. Anda harus melewati setidaknya dua elemen untuk kondisi tersebut.

Penggunaan

- `{{and valuea valueb valuec valued yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti *y* dan *n* dengan nilai lain, seperti *ya* dan *tidak*, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#and valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

`{{else}}`

Kondisinya salah.

`{{/and}}`

and harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/and}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh ini, eq digunakan dalam pernyataan and blok untuk menentukan apakah kedua string yang diteruskan untuk Location.Country atribut Location.City dan benar. Jika kedua kondisi sama, maka pernyataan yang benar dikembalikan. Jika salah satu dari atribut tersebut salah, maka else pernyataan dikembalikan.

```
{{#and (eq Location.City "Los Angeles") (eq Location.Country "US")}}
```

Anda tinggal di Los Angeles dan AS.

`{{else}}`

Anda tidak tinggal di Los Angeles dan AS.

`{{/and}}`

persamaan

Menguji apakah dua elemen sama atau jika nilai satu elemen sama dengan string yang dilewatkan.

Penggunaan

- `{{eq valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti *y* dan *n* dengan nilai lain, seperti *ya* dan *tidak*, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#eq valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

`{{else}}`

Kondisinya salah.

`{{/eq}}`

eq harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/eq}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh eq ini, digunakan untuk mengevaluasi apakah nilai `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` adalah *Merah*. Jika jawabannya `true`, pernyataan yang benar dikembalikan. Jika jawabannya `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#eq User.UserAttributes.FavoriteColors.[0] "red"}}
```

Warna favorit Anda adalah merah.

```
{{else}}
```

Anda tidak suka merah.

```
{{/eq}}
```

gt

Menguji apakah nilai satu elemen lebih besar dari yang lain.

Penggunaan

- `{{gt valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti *y* dan *n* dengan nilai lain, seperti *ya* dan *tidak*, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#gt valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/gt}}
```

gtharus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/gt}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh ini, helper membandingkan nilai `User.UserAttributes.UserAge.[0]` atribut terhadap string, `17`, untuk memverifikasi apakah usia pengguna lebih besar dari 17. Jika jawabannya `true`, pernyataan yang benar dikembalikan. Jika jawabannya `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#gt User.UserAttributes.UserAge.[0] "17"}}
```

Anda sudah cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{else}}
```

Anda belum cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{/gt}}
```

gte

Menguji apakah nilai satu elemen lebih besar dari atau sama dengan yang lain.

Usage

- `{{gte valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti `y` dan `n` dengan nilai lain, seperti `ya` dan `tidak`, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#gte valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/gte}}
```

getharus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/gte}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh ini, helper membandingkan `User.UserAttributes.UserAge.[0]` atribut terhadap string, `18`, untuk memverifikasi apakah usia pengguna lebih besar dari atau sama dengan 18. Jika jawabannya `true`, pernyataan yang benar dikembalikan. Jika jawabannya `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#gte User.UserAttributes.UserAge.[0] "18"}}
```

Anda sudah cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{else}}
```

Anda belum cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{/gte}}
```

jika

Mengevaluasi apakah sesuatu itu benar dan mengembalikan respons berdasarkan evaluasi.

Penggunaan

- `{{#if value}}`

Anda dapat mengganti `y` dan `n` dengan nilai lain, seperti `ya` dan `tidak`, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#if value}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/if}}
```

if harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/if}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh ini, if helper digunakan untuk mengevaluasi apakah nama depan pengguna. Jika nama ditemukan, salam dikembalikan yang melewati nama depan pengguna dalam respons. Jika tidak, pernyataan else mengembalikan salam alternatif.

```
{{#if User.UserAttributes.FirstName.[0]}}
```

```
Halo {{User.UserAttributes.FirstName.[0]}},
```

```
{{else}}
```

```
Halo,
```

```
{{/if}}
```

mengembalikan *Hello Jane*, jika pembantu if benar.

It

Menguji apakah nilai satu elemen kurang dari nilai elemen lainnya.

Penggunaan

- `{{!t valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti *y* dan *n* dengan nilai lain, seperti *ya* dan *tidak*, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#!t valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/!t}}
```

!t harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/!t}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam contoh ini, helper membandingkan `User.UserAttributes.UserAge.[0]` atribut terhadap string, `18`, untuk memverifikasi apakah usia pengguna kurang dari 18. Jika jawabannya `true`, pernyataan yang benar dikembalikan. Jika jawabannya `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#lt User.UserAttributes.UserAge.[0] "18"}}
```

Anda belum cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{else}}
```

Anda sudah cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{/lt}}
```

lte

Menguji apakah nilai suatu elemen kurang dari atau sama dengan yang lain.

Penggunaan

- `{{lte valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti `y` dan `n` dengan nilai lain, seperti `ya` dan `tidak`, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#lte valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/lte}}
```

`lte` harus diawali dengan tanda pound (`#`) dan diakhiri dengan penutupan `{{/lte}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam pernyataan blok ini, helper membandingkan `User.UserAttributes.UserAge.[0]` atribut terhadap string, `17`, untuk memverifikasi apakah usia pengguna sama dengan 17 atau

lebih muda. Jika jawabannya `true`, pernyataan yang benar dikembalikan. Jika jawabannya `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#lte User.UserAttributes.Age.[0] "17"}}
```

Anda belum cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{else}}
```

Anda sudah cukup umur untuk menyewa mobil.

```
{{/lte}}
```

neq

Uji apakah dua elemen tidak sama.

Penggunaan

- `{{neq valuea valueb yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti `y` dan `n` dengan nilai lain, seperti `ya` dan `tidak`, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#neq valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/neq}}
```

`neq` harus diawali dengan tanda pound (`#`) dan diakhiri dengan penutupan `{{/neq}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam pernyataan blok ini, `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` atribut diperiksa terhadap string `Red`. Jika jawabannya `true`, pernyataan yang benar dikembalikan. Jika jawabannya `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#neq User.UserAttributes.Favorite.Colors.[0] "red"}}
```

Anda tidak suka merah.

```
{{else}}
```

Kau suka merah.

```
{{/neq}}
```

tidak

Membalikkan respon dari operasi Boolean, sehingga jika not adalah perbandingan positif, maka true pernyataan dikembalikan. Jika responsnya salah, maka pernyataan else dikembalikan.

Penggunaan

- `{{not value yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti *y* dan *n* dengan nilai lain, seperti *ya* dan *tidak*, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya.

- `{{#not value}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/not}}
```

not harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/not}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam pernyataan blok ini, `User.UerAttributes.FavoriteColors.[0]` atribut diperiksa terhadap string, *merah*, menggunakan eq helper. `not` Pembantu kemudian mengembalikan kebalikan dari eq penolong. Jika respons mengembalikan warna apa pun selain *merah*, true pernyataan dikembalikan. Jika respon kembali *merah*, maka `else` pernyataan dikembalikan menunjukkan pernyataan palsu.

```
{{#not (eq User.UserAttributes.Favorite.Colors.[0] "red")}}
```

Anda tidak suka merah.

```
{{else}}
```

Kau suka merah.

```
{{/not}}
```

Contoh

Dalam contoh ini,

```
{{not (eq User.UserAttributes.FavoriteColors.[0] "red")}}
```

mengembalikan false `User.UserAttributes.FavoriteColors.[0]` jika *merah*.

atau

Membandingkan apakah salah satu elemen dalam argumen adalah sama, dan kemudian mengembalikan respon berdasarkan hasil. Helper ini dapat digunakan untuk nilai-nilai non-Boolean.

Penggunaan

- `{{or valuea valueb valuec valued yes='y' no='n'}}`

Anda dapat mengganti *y* dan *n* dengan nilai lain, seperti *ya* dan *tidak*, atau string lain yang ingin Anda kembalikan, tergantung pada kondisinya. Anda harus melewati setidaknya dua elemen untuk kondisi tersebut.

- `{{#or valuea valueb}}`

Kondisi itu benar.

```
{{else}}
```

Kondisinya salah.

```
{{/or}}
```

`or` harus diawali dengan tanda pound (#) dan diakhiri dengan penutupan `{{/or}}` dalam pernyataan blok.

Contoh

Dalam pernyataan `or` blok ini, dua string untuk `Location.City` atribut dibandingkan tambahan menggunakan `eq` helper. Jika salah satu atribut adalah `true`, maka pernyataan yang benar dikembalikan. Jika satu atau lebih tanggapan `false`, maka `else` pernyataan dikembalikan.

```
{{#or (eq Location.City "Los Angeles") (eq Location.City "Seattle")}}
```

Anda tinggal di Pantai Barat Amerika Serikat.

```
{{else}}
```

Anda tidak tinggal di Pantai Barat Amerika Serikat.

```
{{/or}}
```

Pembantu tali

Bagian ini menjelaskan pembantu string berikut:

- `abbreviate`— Memotong nilai.
- `capitalize`— Mengkapitalisasi setiap kata di antara spasi putih.
- `capitalizeFirst`— Mengkapitalisasi karakter pertama dari suatu nilai.
- `center`— Memusatkan nilai.
- `cut`— Memotong nilai.
- `dateFormat`— Menetapkan gaya tanggal.
- `inflect`— Mengembalikan string tunggal atau jamak berdasarkan hitungan.
- `join`— Bergabung dengan array, iterator, atau objek iterable.
- `ljust`— Membenarkan nilai ke margin kiri.
- `lower`— Mengkonversi nilai ke huruf kecil.
- `now`— Mencetak tanggal saat ini.
- `ordinalize`— Ordinalisasi nilai numerik.
- `replace`— Mengganti satu string dengan yang lain.
- `rjust`— Membenarkan nilai ke margin kanan.
- `slugify`— Mengonversi nilai menjadi huruf kecil dan menghapus karakter non-kata, mengubah spasi menjadi tanda hubung, dan menghapus spasi putih yang tertinggal.
- `stripTags`— Strip [X] tag HTML dari nilai.

- `substring`— Mengembalikan string baru sebagai substring dari nilai yang dilewatkan.
- `upper`— Mengonversi nilai yang dilewatkan ke huruf besar.
- `yesno`— Menggantikan benar, salah, dan tidak dengan Ya, Tidak, dan Mungkin.

menyingkat

Memangkas nilai jika nilainya melebihi angka yang ditentukan. Ruang putih termasuk dalam hitungan panjang. Elipsis ditampilkan dalam respons untuk menunjukkan nilai terpotong. Elipsis dihitung terhadap nilai terpotong dalam respons. Jenis pembantu ini berguna jika Anda memiliki meja besar dan ruang minimal. Memotong nilai dalam sel memungkinkan Anda untuk memiliki tampilan yang lebih seragam ke tabel.

Penggunaan

{{abbreviate *value* *X*}}, mengganti *X* dengan nilai numerik yang menunjukkan jumlah karakter yang harus disimpan. Angka negatif tidak didukung.

Contoh

Dalam contoh ini, `abbreviate` digunakan untuk memotong `User.UserAttributes.LastName.[0]` menjadi enam (6) karakter. Respons termasuk elipsis, titik-titik yang dihitung terhadap total enam karakter.

{{abbreviate *User.UserAttributes.LastName.[0]* 6}}kembali

Ale... jika *Alejandro* adalah nilai dari. [0]

memanfaatkan

Kapitalisasi setiap kata di antara spasi putih.

Penggunaan

{{capitalize *value*}}

Contoh

Dalam contoh ini, kapitalisasi awal diterapkan pada setiap kata untuk `Attributes.description.[0]` entri.

```
{{capitalize Attributes.description.[0]}}
```

Jika `Attributes.description.[0]` kembali

Posting Pertama Saya, jika nilai `Attributes.description.[0]` adalah *posting pertama saya*.

KapitalisasiPertama

Mengkapitalisasi karakter pertama dalam suatu nilai.

Penggunaan

```
{{capitalizeFirst value}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, kapitalisasi diterapkan pada karakter pertama dari kata pertama `Attributes.description.[0]` entri.

```
{{capitalizeFirst Attributes.description.[0]}}
```

 kembali

Posting pertama saya, jika nilai `Attributes.description.[0]` adalah *posting pertama saya*.

Contoh

pusat

Memusatkan nilai dalam bidang lebar tertentu dengan nomor yang ditentukan. Anda dapat secara opsional meneruskan karakter untuk ditampilkan untuk padding atau membiarkan bidang kosong. Jika tidak ada karakter yang dilewatkan, spasi putih digunakan.

Penggunaan

```
{{center value size=X [pad=" "]}}, mengganti X dengan nilai numerik.
```

Jika `pad` dibiarkan kosong, spasi putih digunakan sebagai padding dalam respons. Jika Anda melewati karakter, karakter itu ditampilkan di setiap ruang padding. Angka negatif tidak didukung.

Contoh

Dalam contoh ini, nilai `Location.City` dipusatkan dengan ukuran *19*.

```
{{center Location.City size=19}}
```

 kembali

"Los Angeles" Jika Location.City itu *Los Angeles*. Perhatikan bahwa tanda kutip yang ditampilkan dalam contoh output disediakan untuk penekanan saja.

memotong

Menghapus nilai yang ditentukan dari string.

Penggunaan

`{{cut value [" "]}}`, mengganti spasi dalam parameter tanda kutip dengan nilai yang akan dipotong. Jika tidak ada nilai parameter yang dilewatkan, spasi putih digunakan.

Contoh

Contoh ini menghapus huruf *e* dari Location.City atribut.

```
{{cut Location.City "e"}}kembali
```

Los Angls [Location.City adalah *Los Angeles*.

DateFormat

Menetapkan gaya tanggal default untuk tanggal dalam respons apa pun. Untuk daftar ID zona waktu, lihat https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tz_database_time_zones.

Penggunaan

```
{{dateFormat date [inputFormat="format1"] [outputFormat="format2"]
[tz=timeZoneId] [locale=localeID]}}
```

formatParameter harus salah satu dari:

- "full": format tanggal lengkap. Misalnya: *Selasa, 19 September 2020*
- "long": format tanggal panjang. Misalnya: *19 September 2020*
- "medium": format tanggal sedang. Misalnya: *19 September 2020*
- "short": format tanggal pendek. Misalnya: *9/19/20*
- "pattern": menggunakan format pola tanggal kustom. Untuk informasi selengkapnya tentang pola tanggal, lihat <https://docs.oracle.com/javase/8/docs/api/java/text/SimpleDateFormat.html>.

"locale": menggunakan format tanggal berdasarkan lokal tertentu. Untuk informasi lebih lanjut tentang lokal, lihat <https://commons.apache.org/proper/commons-lang/apidocs/org/apache/commons/lang3/LocaleUtils.html#toLocale-java.lang.String->.

Jika format tidak diteruskan, maka medium digunakan secara default.

Contoh

Dalam contoh ini, [0] entri untuk *User.UserAttributes.StartDate.[0]* is **09/19/2020** dan pesan dikirim ke pengguna menggunakan format full tanggal berdasarkan zona waktu *America/Los_Angeles*.

```
We can meet with you any time on {{dateFormat
User.UserAttributes.StartDate.[0] inputFormat="MM/dd/yyyy"
outputFormat="full" tz=America/Los_Angeles}}.kembali
```

Kami dapat bertemu dengan Anda kapan saja pada hari Selasa, 19 September 2020.

membengkokkan

Mengembalikan string tunggal atau jamak berdasarkan nilai hitungan.

Penggunaan

```
{{inflect count singular plural [includeCount=false]}}
```

- Masukkan bentuk tunggal dan jamak dari string yang ingin Anda lewatkan dalam argumen.
- Jika `includeCount` disetel ke `false`, tidak ada hitungan yang dikembalikan dalam respons. Jika diatur ke `true`, termasuk dalam respon. `count`

Contoh

Contoh berikut menunjukkan infleksi untuk pembelian apel, dengan dan tanpa `includeCount`

```
Thank you for your purchase of {{inflect 3 apple apples
includeCount=false}}.mengembalikan:
```

Terima kasih atas pembelian apel Anda.

Jika `includeCount` diatur ke `true`, maka responsnya adalah

Terima kasih atas pembelian 3 apel Anda.

join

Bergabung dengan array, iterator, atau objek iterable. Respons mengembalikan daftar, dengan setiap nilai dalam daftar digabungkan dengan karakter yang Anda berikan dalam `join`. Misalnya, Anda dapat memisahkan nilai menggunakan koma (,). Nilai dalam helper ini harus berupa daftar tanpa indeks posisi atribut. Misalnya, ini mungkin `Attributes.custom_attribute`.

Penggunaan

```
{{join value " // " [prefix=""] [suffix=""]}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, daftar warna dikembalikan, dengan daftar dipisahkan oleh koma dan spasi (", "):

```
{{join Attributes.favorite_colors ", "}}kembali
```

biru, merah, hijau Attributes.favorite_colors jika daftar *biru, merah, hijau*.

ladil

Membenarkan nilai ke margin kiri dan menambahkan spasi ke kanan sehingga panjang nilai cocok dengan angka tersebut. Angka negatif tidak didukung.

Anda dapat secara opsional meneruskan karakter untuk ditampilkan untuk pad atau membiarkan bidang kosong. Jika Anda membiarkan pad nilai kosong, nilai default adalah spasi putih.

Penggunaan

```
{{ljust value size=X [pad=" "]}}, di mana X adalah panjang total nilai, termasuk spasi putih.
```

Contoh

Dalam contoh ini, nilai justifikasi kiri *15* diterapkan ke Location.City.

```
{{ljust Location.City size=15}}kembali
```

"Los Angeles" jika nilainya Location.City adalah *Los Angeles*. Perhatikan bahwa tanda kutip yang ditampilkan dalam contoh output disediakan untuk penekanan saja.

menurunkan

Mengkonversi nilai ke semua huruf kecil.

Penggunaan

```
{{lower value}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, `[0]` entri `User.UserAttributes.LastName.[0]` untuk diubah menjadi huruf kecil.

```
{{lower User.UserAttributes.LastName.[0]}}
```

santos jika *Santos* adalah nilai. `[0]`

sekarang

Mencetak tanggal saat ini berdasarkan ID zona waktu yang dilewati. Untuk daftar ID zona waktu, lihat https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_tz_database_time_zones.

Penggunaan

```
{{now ["format"] [tz=timeZoneId] [locale=localeID]}}
```

formatParameter harus salah satu dari:

- “full“: format tanggal lengkap. Misalnya: *Selasa, 19 September 2020*
- “long“: format tanggal panjang. Misalnya: *19 September 2020*
- “medium“: format tanggal sedang. Misalnya: *19 September 2020*
- “short“: format tanggal pendek. Misalnya: *9/19/20*
- “pattern“: pola tanggal. Untuk informasi selengkapnya tentang pola tanggal, lihat <https://docs.oracle.com/javase/8/docs/api/java/text/SimpleDateFormat.html>.

“locale“: menggunakan format tanggal berdasarkan lokal tertentu. Untuk informasi lebih lanjut tentang lokal, lihat <https://commons.apache.org/proper/commons-lang/apidocs/org/apache/commons/lang3/LocaleUtils.html#toLocale-java.lang.String->.

Jika format tidak diteruskan, maka medium digunakan secara default.

Contoh

Dalam contoh ini, tanggal saat ini di Los Angeles dikembalikan dengan medium format.

```
{{now "medium" tz=America/Los_Angeles}}
```

19 September 2020.

menordinalisasi

Ordinalisasi nilai numerik yang diteruskan dalam argumen. Misalnya, *1* diordinalisasikan sebagai *1, 2 sebagai 2*, dll. Hanya nilai numerik yang didukung.

Penggunaan

```
{{ordinalize [number]}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, [0] entri `User.UserAttributes.UserAge` diordinalisasi dan dikembalikan, bersama dengan pesan.

Congratulations on your `{{ordinalize User.UserAttributes.UserAge.[0]}}` birthday!mengembalikan `22` diordinalisasi sebagai `22`.

Selamat atas ulang tahunmu yang ke-22!

menggantikan

Mengganti satu string dengan string lain. Sebuah string atau nilai numerik harus literal. Karakter wildcard tidak didukung.

Penggunaan

```
{{replace stringToReplace replacementValue}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, garis bawah (_) menggantikan spasi putih.

```
{{replace Location.City " " "_"}}kembali
```

Los_Angeles jika itu Location.City adalah Los Angeles.

radil

Membenarkan nilai ke margin kanan dan menambahkan spasi ke kiri sehingga panjang nilai cocok dengan angka tersebut. Angka negatif tidak didukung.

Anda dapat secara opsional meneruskan karakter untuk ditampilkan untuk pad atau menjaga bidang kosong. Jika Anda menyimpan pad nilai kosong, nilai default adalah spasi putih.

Penggunaan

```
{{rjust value size=X [pad=" "]}}, di mana X adalah panjang total nilai, termasuk spasi putih.
```

Contoh

Dalam contoh ini, nilai justifikasi yang tepat dari **15** diterapkan pada `Location.City` atribut.

```
{{rjust Location.City size=15}}kembali
```

“Los Angeles”. jika itu `Location.City` adalah *Los Angeles*. Perhatikan bahwa tanda kutip yang ditampilkan dalam output disediakan untuk penekanan saja.

melumpuhkan

Mengonversi nilai yang diteruskan menjadi huruf kecil, menghapus karakter non-kata (alfanumerik dan garis bawah), mengonversi spasi menjadi tanda hubung, dan menghapus spasi putih di depan atau di belakang.

Penggunaan

```
{{slugify value}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, slugify dilakukan untuk atribut `Location.City`

```
{{slugify Location.City}}kembali
```

los-angeles jika `Location.City` *Los Angeles*.

StripTags

Strip [X] tag HTML dari nilai.

Penggunaan

```
{{stripTags value}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, tag HTML untuk Pengguna `UserAttributes.interest.[0]` dihapus.

```
{{stripTags User.UserAttributes.interests.[0]}}kembali
```

Seni, jika `User.UserAttributes.interests.[0]` ada `<h1>Art</h1>`.

substring

Mengembalikan string baru sebagai substring dari nilai lulus. Panjang dan posisi ditentukan oleh `endOffset` parameter `startOffset` dan, yang harus bilangan bulat. Angka negatif tidak didukung. Jika tidak `endOffset` dilewatkan, substring menggunakan nilai akhir asli dari string.

Penggunaan

```
{{substring value startOffset [endOffset]}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, offset 4 dan Endoffset dari 9 diterapkan ke atribut Location.City.

```
{{substring Location.City 4 9}} kembali
```

Angel jika Los Angeles adalah nilainya Location.City adalah *Los Angeles*.

atas

Mengkonversi nilai yang dilewatkan ke huruf besar.

Penggunaan

```
{{upper value}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, [0] entri untuk User.UserAttributes.LastName atribut dikonversi ke semua huruf besar.

```
{{upper User.UserAttributes.LastName.[0]}}kembali
```

ROE jika User.UserAttributes.LastName.[0] nilainya adalah *Roe*.

yesno

Menggantikan true, false, dan NULL dengan Yes, No, dan Maybe.

Penggunaan

```
{{yesno value [yes="yes"] [no="no"] maybe=["maybe"]}}
```

Contoh

Dalam contoh ini, IsUserSubscribed atribut mengembalikan apakah pengguna berlangganan daftar tertentu.

```
{{yesno Attributes.IsUserSubscribed}}kembali
```

ya jika Attributes.IsUserSubscribed *benar*.

Pembantu matematika dan pengkodean

Bagian ini menjelaskan pembantu matematika dan pengkodean.

- `add`— Mengembalikan jumlah dari dua angka.
- `ceiling`— Membulatkan bilangan bulat ke langit-langit matematikanya.
- `decode64`— Mendekode nilai yang dikodekan Base64 ke string.
- `divide`— Mengembalikan hasil bagi dua angka.
- `encode64`— Mengkodekan string menggunakan Base64.
- `floor`— Membulatkan bilangan bulat ke lantai matematikanya.
- `md5`— Hash string yang dilewatkan menggunakan algoritma MD5.
- `modulo`— Mengembalikan sisa dari dua angka menggunakan floating point.
- `multiply`— Mengembalikan produk dari dua angka.
- `round`— Membulatkan desimal ke bilangan bulat terdekat.
- `sha256`— Hash string yang dilewatkan menggunakan SHA-256.
- `sha512`— Hash string yang dilewatkan menggunakan SHA-512.
- `subtract`— Mengembalikan selisih dua angka.
- `uuid`— Secara acak menghasilkan UUID dalam format 128-bit.

tambahkan

Mengembalikan jumlah dua angka bersama dengan floating point.

Penggunaan

```
{{add arg1 arg2}}
```

Contoh

```
{{add 5 2.3}} kembali
```

7.3

langit-langit

Membulatkan bilangan bulat ke langit-langit matematikanya, yang merupakan bilangan bulat tertinggi yang paling dekat dengan nilai yang dilewatkan.

Penggunaan

```
{{ceiling value}}
```

Contoh

```
{{ceiling 5.23}}kembali
```

6

decode64

Mendekode nilai yang dikodekan Base64 ke string.

Penggunaan

```
{{decode64 "string"}}
```

Contoh

```
{{decode64 "SGVsbG8gd29ybGQ="}}kembali
```

Halo Dunia

membagi

Mengembalikan hasil bagi dua angka, termasuk floating point.

Penggunaan

```
{{divide arg1 arg2}}
```

Contoh

```
{{divide 5 2.3}}kembali
```

2.17391304

dikode64

Mengkodekan string yang diteruskan dalam argumen menggunakan Base64.

Penggunaan

```
{{encode64 "string"}}
```

Contoh

```
{{encode64 "Hello World"}}
```

```
SGvsbg8gd29ybgq=
```

lantai

Membulatkan bilangan bulat ke lantai matematikanya, yang merupakan bilangan bulat terendah yang paling dekat dengan nilai yang dilewatkan.

Penggunaan

```
{{floor value}}
```

Contoh

```
{{floor 5.23}}kembali
```

```
5
```

md5

Hash string yang dilewatkan menggunakan algoritma MD5.

Penggunaan

```
{{md5 "string"}}
```

Contoh

```
{{md5 "Hello World"}}
```

```
3e25960a79dbc69b674cd4ec67a72c62
```

modulo

Mengembalikan sisa dari dua angka menggunakan floating point.

Penggunaan

```
{{modulo arg1 arg2}}
```

Contoh

```
{{modulo 7 2}}kembali
```

```
1
```

kalikan

Mengembalikan produk dari dua angka, dengan setiap floating point.

Penggunaan

```
{{multiply arg1 arg2}}
```

Contoh

```
{{multiply 5 2.3}}kembali
```

11.5

bulat

Membulatkan tempat desimal ke atas atau ke bawah ke bilangan bulat terdekat.

Penggunaan

```
{{round value}}
```

Contoh

You spent an average of {{round *19.21*}} minutes on our website each day. mengembalikan:

Anda menghabiskan rata-rata 19 menit di situs web kami setiap hari.

sha256

Hash string yang diteruskan menggunakan keamanan kriptografi SHA-256.

Penggunaan

```
{{sha256 "string"}}
```

Contoh

```
{{sha256 "Hello World"}}kembali
```

a591a6d40bf420404a011733cfb7b190d62c65bf0bcda32b57b277d9ad9f146e

a591a6d404a011733cfb7b190d62c65bcda32b57b57b57b57b57b57b57b57f146e

sha512

Hash string yang diteruskan menggunakan keamanan kriptografi SHA-512.

Penggunaan

```
{{sha512 "string"}}
```

Contoh

```
{{sha512 "Hello World"}}kembali
```

```
2c74fd17edafd80e8447b0d46741ee243b7eb74dd2149a0ab1b9246fb30382f27e853d8585719e
```

kurangi

Mengembalikan selisih dua angka, dengan floating point.

Penggunaan

```
{{subtract arg1 arg2}}
```

Contoh

```
{{subtract 5 2.3}} kembali
```

```
2.7
```

uuid

Secara acak menghasilkan UUID dalam format 128-bit standar. Tidak ada nilai yang perlu diteruskan dalam argumen.

Penggunaan

```
{{uuid}}
```

Contoh

```
{{uuid}} kembali
```

```
95f36680-152c-4052-99ec-cc3cdf7ca594
```

Partial sebaris

Meskipun secara teknis bukan pembantu, sebagian inline adalah cara Setang untuk menyederhanakan template yang menyertakan string berulang, memungkinkan penggunaan kembali yang lebih mudah. [Untuk informasi lebih lanjut, lihat Bagian sebaris di handlebarsjs.com.](https://handlebarsjs.com)

Penggunaan

```
{{#* inline "inlineName"}}Content to reuse{{/inline}}
```

Untuk mereferensikan konten sebagian inline di tempat lain, gunakan:

```
{{> inlineName}}
```

Contoh

Contoh berikut membuat sebagian inline yang menyertakan nama depan penerima, dan, jika tersedia, nama belakang, dengan menambahkan kode berikut ke awal template:

```
{{#* inline "fullName"}}  
  
{{User.UserAttributes.FirstName.[0]}} {{#if User.UserAttributes.LastName.  
[0]}} {{User.UserAttributes.LastName.[0]}} {{/if}}  
  
{{/inline}}
```

Setelah membuat `fullName` sebagian, Anda dapat memasukkannya di mana saja di template Anda dengan mendahului nama parsial dengan simbol `>` (lebih besar dari), diikuti oleh spasi, seperti pada contoh berikut: `{{> fullName}}`

```
Hello {{> fullName}}
```

mengembalikan nama depan dan belakang pengguna jika benar - misalnya, *Hello Jane Doe*. Jika tidak, jika tidak ada nama belakang yang ditemukan, *Hello Jane* dikembalikan.

Setang mencakup fitur tambahan di luar yang didokumentasikan di sini. Untuk informasi lebih lanjut, lihat handlebarsjs.com.

Menggunakan variabel dengan pembantu template pesan

Atribut kustom Amazon Pinpoint `User.UserAttributes.LastName`, seperti, disimpan sebagai daftar, terlepas dari apakah ada satu item atau beberapa item. Saat meneruskan daftar di helper yang mengharapkan string, Anda harus menentukan nilai indeks atribut bersama dengan nama atribut. Nilai indeks atribut ini menunjukkan posisi nilai dari daftar atribut: `. [0]` untuk entri pertama dalam daftar, `. [1]` untuk yang kedua, `. [2]` untuk yang ketiga, dan seterusnya. Misalnya, katakanlah Anda menggunakan `upper` helper untuk mengonversi entri (`[0]`) pertama `User.UserAttributes.LastName` ke semua huruf besar. Penggunaan helper

adalah `{{upper value}}`, dan atribut diformat sebagai `User.UserAttributes.LastName`. Ganti *nilai* dengan nama atribut dan nilai indeks atribut `. [0]` sebagai berikut: `{{upper User.UserAttributes.LastName. [0]}}`. Respons kemudian mengembalikan `[0]` entri dari daftar, diformat dalam semua huruf besar. Misalnya, jika nilai *Santos*, `[0] responsnya` mengembalikan *SANTOS*.

Amazon Pinpoint nama atribut kustom mendukung spasi. Untuk memiliki atribut kustom yang disebut, "Last Name" Anda perlu memformat atribut sebagai `User.UserAttributes. [Last Name]`. Untuk mengakses entri pertama dalam daftar indeks atribut formatnya adalah `User.UserAttributes. [Last Name]. [0]`.

Nama atribut kustom dapat berisi hingga 50 karakter. Nilai atribut dapat berisi hingga 100 karakter. Saat Anda menentukan nama atribut kustom, hindari menggunakan karakter berikut: tanda angka (#), titik dua (:), tanda tanya (?), garis miring terbalik (\), dan garis miring (/). Konsol Amazon Pinpoint tidak dapat menampilkan nama atribut yang berisi karakter ini. Pembatasan ini tidak berlaku untuk nilai atribut.

Menggunakan pembantu bersarang

Anda dapat bersarang beberapa pembantu template pesan dalam satu sama lain. Contoh berikut menunjukkan cara memformat dua pembantu: `{{ first helper (second helper)}}`. Pembantu kedua diproses terlebih dahulu, diikuti oleh penolong pertama. Ingatlah bahwa penolong pertama selalu menentukan output. Pembantu selanjutnya harus bersarang di dalam helper sebelumnya sebagai berikut: `{{ first helper (second helper (third helper))}}`

Contoh berikut menunjukkan cara membuat sarang dua pembantu **JANE** untuk diubah menjadi **Jane**: `{{capitalizeFirst (lower "JANE")}}`. `lower` pertama mengkonversi **JANE** ke **jane**. Kemudian `capitalizeFirst` mengkonversi **jane** ke **Jane**.

Mengelola templat pesan

Parameter Templat pesan halaman di konsol Amazon Pinpoint menyediakan satu lokasi bagi Anda untuk membuat, melihat, dan mengelola semua templat pesan untuk akun Amazon Pinpoint Anda di saat ini AWS Wilayah. Dengan menggunakan halaman ini, Anda dapat mengelola templat pesan sebagai satu koleksi. Ini dapat membantu Anda merancang pesan yang konsisten dan menggunakan kembali konten dengan lebih mudah dan efektif. Anda dapat menggunakan halaman ini untuk melakukan tugas manajemen seperti melihat dan mengedit template, dan menyalin, menghapus, dan membuat template.

Topik

- [Melihat koleksi templat pesan](#)
- [Membuka template pesan](#)
- [Mengedit template pesan](#)
- [Menyalin template pesan](#)
- [Menghapus templat pesan](#)
- [Menambahkan sebuah tag ke templat](#)
- [Menghapus tag dari templat](#)

Untuk informasi tentang membuat templat pesan, lihat [Membuat templat email](#), [Membuat templat notifikasi push](#), [Membuat templat SMS](#), atau [Membuat templat suara](#), tergantung jenis templat yang ingin Anda buat.

Untuk informasi tentang melihat dan mengelola versi template, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Melihat koleksi templat pesan

ParameterTemplat pesanhalaman menampilkan daftar semua templat pesan untuk akun Amazon Pinpoint Anda di saat iniAWSWilayah. Untuk menelusuri daftar dengan lebih mudah atau menemukan templat tertentu dengan cepat, Anda dapat mengurutkan dan memfilter daftar, memilih kolom mana yang akan ditampilkan, dan mengubah pengaturan tampilan lainnya untuk daftar.

Untuk melihat koleksi templat pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilihTemplat pesan. ParameterTemplat pesanHalaman membuka dan menampilkan jumlah templat dalam koleksi Anda dan daftar templat tersebut.
3. Untuk menyesuaikan daftar atau menemukan templat tertentu dengan cepat, pilih salah satu opsi berikut ini:
 - Untuk mengurutkan daftar berdasarkan jenis nilai tertentu, klik judul kolom untuk nilai tersebut. Untuk mengubah urutan pengurutan dari naik ke descending atau sebaliknya, klik judul kolom lagi.
 - Untuk menerapkan filter yang hanya menampilkan jenis template tertentu, gunakan pemilih saluran di bagian atas halaman untuk memilih saluran. Untuk menghapus filter, pilihSemua saluran pesandari pemilih saluran.

- Untuk menerapkan filter yang hanya menampilkan templat yang namanya berisi teks tertentu, masukkan teks di Carikotak di atas daftar. Untuk menghapus filter, pilih X di Carikotak.
- Untuk mengubah jumlah templat yang ditampilkan dalam daftar, pilih ikon pengaturan di bagian atas halaman. Kemudian, untuk Ukuran halaman, pilih jumlah templat yang ingin Anda tampilkan, lalu pilih Simpan perubahan.
- Untuk menambahkan atau menghapus kolom dari daftar, pilih ikon pengaturan di bagian atas halaman. Kemudian, untuk Pilih kolom yang terlihat, aktifkan atau nonaktifkan setiap kolom, dan pilih Simpan perubahan.

Membuka template pesan

Dengan menggunakan Templat pesan halaman, Anda dapat dengan cepat menemukan dan membuka template pesan tertentu untuk melihat isi template dan informasi tentang template. Misalnya, Anda dapat melihat versi template saat ini dan sebelumnya, dan menentukan kapan template terakhir diperbarui. Setelah Anda membuka template, Anda juga bisa [edit templat](#).

Untuk membuka template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang ingin Anda buka. Halaman templat membuka dan menampilkan informasi tentang templat. Ini juga menampilkan isi dari versi aktif template.
4. Untuk melihat versi template yang berbeda, gunakan pemilih versi di bawah Rincian templat untuk memilih versi yang ingin Anda lihat.

Mengedit template pesan

Anda dapat membuka template pesan untuk mengedit dengan dua cara: saat Anda membuat pesan yang menggunakan template, dan dengan menggunakan Templat pesan halaman. Topik ini menjelaskan cara membuka dan mengedit templat dengan menggunakan Templat pesan halaman.

Jika Anda mengedit template, Amazon Pinpoint mungkin menerapkan perubahan pada pesan yang ada yang menggunakan template dan belum dikirim, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu. Hal ini tergantung pada apakah Anda mengedit versi aktif template dan bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan yang menggunakan template. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Mengedit template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang ingin Anda edit. Halaman templat membuka dan menampilkan informasi tentang templat. Ini juga menampilkan isi dan pengaturan untuk versi aktif template.
4. Pilih Edit.
5. Di bawah Rincian templat, gunakan pemilih versi untuk memilih versi template yang ingin Anda gunakan sebagai titik awal untuk perubahan Anda. Jika Anda memilih versi terbaru dari template, Anda dapat menyimpan perubahan Anda langsung ke versi template tersebut. Jika tidak, Anda dapat menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template.
6. Buat perubahan yang Anda inginkan. Anda dapat mengubah salah satu konten atau pengaturan template, kecuali nama template. Untuk mengubah nama templat, Anda bisa [membuat salinan template](#), simpan salinan dengan nama yang Anda inginkan, dan kemudian hapus templat asli secara opsional.
7. Setelah selesai membuat perubahan, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template, pilih Simpan sebagai versi baru. Untuk membantu memastikan bahwa perubahan Anda tidak memengaruhi pesan yang ada, sebaiknya pilih opsi ini.
 - Untuk menyimpan perubahan Anda sebagai pembaruan ke versi terbaru dari template, pilih Versi pembaruan. Pilihan ini hanya tersedia jika Anda memilih versi templat terbaru di langkah 5. Jika Anda memilih opsi ini, perubahan Anda mungkin memengaruhi pesan yang ada yang menggunakan template.

Menyalin template pesan

Untuk segera membuat templat pesan baru yang mirip dengan templat yang ada, Anda dapat membuat salinan templat. Anda kemudian dapat mengedit salinan template tanpa mengubah template asli.

Menyalin template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.

3. Pada **Templat pesan Halaman**, pilih kotak centang di samping templat yang ingin Anda salin.
4. Pada **Tindakan menu**, pilih **Duplikasi**.
5. Untuk **Nama templat**, masukkan nama untuk salinan templat. Nama harus diawali dengan huruf kecil atau angka. Ini bisa berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. Setelah Anda selesai memasukkan nama, pilih **Templat duplikat**. Halaman template membuka dan menampilkan semua konten dan pengaturan untuk versi aktif template yang Anda salin.
7. (Opsional) Untuk mengubah salinan templat, pilih **Mengedit**, buat perubahan yang Anda inginkan, lalu pilih **Simpan** sebagai versi baru.

Menghapus templat pesan

Jika Anda ingin menghapus template pesan dari Amazon Pinpoint sepenuhnya, Anda dapat menghapus template. Jika Anda menghapus template, itu tidak memengaruhi pesan yang ada yang menggunakan template, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu.

Warning

Jika Anda menghapus template, Amazon Pinpoint menghapus semua versi, konten, dan pengaturan untuk template. Selain itu, template menjadi tidak tersedia untuk semua pesan di masa depan. Anda tidak dapat memulihkan templat setelah menghapusnya.

Untuk menghapus templat pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih **Templat pesan**.
3. Pada **Templat pesan Halaman**, pilih kotak centang di samping setiap templat yang ingin Anda hapus.
4. Dari menu **Tindakan**, pilih **Hapus**.

Menambahkan sebuah tag ke templat

Tanda adalah label yang dapat Anda tetapkan dan kaitkan dengan **AWS sumber daya**, termasuk jenis sumber daya Amazon Pinpoint tertentu.

Menambahkan tag ke templat dapat membantu Anda mengategorikan dan mengelola templat dengan cara yang berbeda, seperti berdasarkan tujuan, pemilik, pemilik, lingkungan, atau kriteria lainnya. Anda dapat menggunakan tag untuk dengan mudah menemukan template yang ada, atau untuk mengontrol pengguna mana yang dapat mengakses template tertentu. Anda dapat menambahkan paling banyak 50 pasangan kunci-nilai, dengan setiap kunci menjadi unik.

Untuk menambahkan sebuah tag

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan Halaman, pilih templat yang ingin Anda tambahkan sebuah tag.
4. Di bagian Tanda, pilih Kelola tanda.
5. Pilih Add new tag (Tambahkan tanda baru).
6. Masukkan kunci tag dan pasangan nilai yang ingin Anda tambahkan.
7. (Opsional) Untuk menambahkan tanda tambahan, pilih Tambahkan tag baru.
8. Setelah selesai, pilih Simpan tag.

Menghapus tag dari templat

Jika Anda tidak lagi memerlukan tag untuk diterapkan ke templat, Anda dapat menghapusnya melalui konsol.

Untuk menghapus sebuah tag

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang ingin Anda hapus sebuah tag.
4. Di bagian Tanda, pilih Kelola tanda.
5. Di samping tag yang ingin Anda hapus, pilih Menghapus.
6. Pilih Simpan tag.

Untuk informasi lebih lanjut tentang cara menggunakan tag di kebijakan IAM, lihat [Mengelola tag](#).

Mengelola versi template pesan

Untuk membantu Anda mengelola pengembangan dan penggunaan templat pesan individual, Amazon Pinpoint mendukung versi untuk semua jenis templat pesan. Versi menyediakan cara bagi Anda untuk membuat riwayat perubahan pada template—setiap versi adalah snapshot dari template pada titik waktu tertentu. Versi juga menyediakan cara bagi Anda untuk mengontrol isi dan pengaturan pesan yang menggunakan template.

Setiap kali Anda mengubah template, Anda dapat menentukan apakah Anda ingin menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template atau sebagai update ke versi terbaru dari template yang ada. Saat Anda merancang, mengembangkan, dan memperbaiki template, masing-masing versi ini berfungsi sebagai snapshot yang dapat membantu Anda melacak kemajuan dan status template. Artinya, Anda dapat menggunakan versi untuk menyimpan, melacak, dan mengelola template karena berubah dari waktu ke waktu. Anda dapat:

- Melacak sejarah template- Untuk setiap template, Amazon Pinpoint menyediakan daftar versi template. Daftar ini menampilkan nama setiap versi, dan ini menunjukkan kapan setiap versi terakhir diubah. Daftar ini diurutkan dalam urutan kronologis menurun dengan versi terbaru terdaftar pertama.
- Melihat dan membandingkan versi template- Dengan menggunakan daftar versi, Anda dapat menelusuri versi sebelumnya dari template. Jika Anda memilih versi dari daftar, Amazon Pinpoint akan menampilkan konten dan pengaturan yang disimpan dalam versi tersebut.
- Memulihkan versi templat sebelumnya— Jika Anda menemukan masalah dalam versi terbaru dari template, Anda dapat membuka dan mengedit versi sebelumnya yang tidak berisi masalah. Anda kemudian dapat menyimpan versi sebelumnya sebagai versi baru dari template. Versi baru kemudian menjadi versi terbaru dari templat.

Anda juga dapat menggunakan versi untuk mengontrol versi template yang dapat digunakan dalam pesan. Anda melakukan ini dengan menunjuk versi tertentu sebagai versi aktif dari templat. Parameter versi aktif biasanya versi yang baru-baru ini ditinjau dan disetujui untuk digunakan dalam pesan, tergantung pada alur kerja organisasi Anda untuk mengembangkan dan mengelola template.

Ketika Anda menetapkan versi sebagai versi aktif, Anda mengaktifkan versi tersebut untuk digunakan dalam pesan. Sebagai template berubah dari waktu ke waktu, Anda dapat menunjuk versi yang berbeda sebagai versi aktif, dan Anda dapat mengubah sebutan itu beberapa kali.

Topik

- [Cara kerja versi](#)
- [Melihat versi template pesan](#)
- [Melihat versi aktif dari template pesan](#)
- [Menunjuk versi aktif dari template pesan](#)
- [Mengedit versi aktif dari template pesan](#)

Cara kerja versi

Dalam alur kerja pengembangan yang khas, template pesan memiliki banyak versi. Versi ini meluas dari awal desain dan pengembangan melalui pengujian, ulasan, dan, pada akhirnya, persetujuan untuk digunakan dalam pesan. Dalam beberapa kasus, Anda dapat membuat dan menyetujui versi tambahan setelah persetujuan awal, saat Anda memperbaiki dan memperbarui template. Misalnya, Anda dapat menambahkan tautan atau mengubah tata letak template sebagai respons terhadap data analitik untuk kampanye yang menggunakan templat.

Penomoran versi

Ketika Anda membuat template, hanya ada satu versi template—Versi 1. Setiap kali Anda kemudian mengubah template, Anda menentukan apakah Anda ingin menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template, atau sebagai update ke versi terbaru dari template.

Jika Anda menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru, Amazon Pinpoint secara otomatis menambah nomor versi dengan 1 dan memberikan nomor versi ke versi—Versi 1 untuk versi pertama, Versi 2 untuk versi kedua, Versi 3 untuk versi ketiga, dan sebagainya. Nomor versi tidak pernah digunakan kembali. Anda dapat menyimpan sebanyak 5.000 versi dari templat.

Jika Anda menyimpan perubahan sebagai pembaruan ke versi terbaru, Amazon Pinpoint menimpa versi terbaru untuk menyertakan perubahan Anda. Untuk memastikan bahwa Anda memiliki pandangan yang akurat tentang riwayat template, Anda hanya dapat menimpa versi terbaru dari template dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Anda tidak dapat menimpa versi templat sebelumnya dengan menggunakan konsol.

Versi saat ini dan aktif

Untuk mendukung pengembangan template jangka panjang dan berkelanjutan, dua versi template dapat terjadi pada saat bersamaan. Mereka adalah:terbaruversi, yang merupakan versi yang paling baru diubah; dan,aktifversi, yang merupakan versi yang dapat digunakan dalam pesan.

Bergantung pada alur kerja organisasi Anda, versi aktif biasanya merupakan versi yang paling baru ditinjau dan disetujui untuk digunakan dalam pesan. Ini belum tentu versi terbaru dari template. Selain itu, versi apa pun selain versi aktif dianggap sebagai draft atau versi arsip dari template. Ini berarti bahwa Anda hanya dapat menggunakan versi aktif template dalam pesan yang Anda buat dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint.

Misalnya, Anda dapat membuat beberapa versi template saat Anda merancang dan mengembangkan template. Ketika versi terbaru dari template selesai dan disetujui untuk digunakan dalam pesan, Anda dapat menunjuk versi itu sebagai versi aktif dari template. Anda kemudian dapat menggunakan versi aktif template dalam pesan. Jika nanti Anda memutuskan untuk mengubah template, Anda dapat membuat versi tambahan untuk perubahan tersebut, tanpa memengaruhi versi aktif template atau pesan yang ada yang menggunakan template.

Dari semua versi template, satu versi harus ditetapkan sebagai versi aktif dari template. Sebagai template berubah dari waktu ke waktu, Anda dapat menunjuk versi yang berbeda sebagai versi aktif, dan Anda dapat mengubah sebutan itu beberapa kali.

Pengaturan versi untuk pesan

Untuk menggunakan versi tertentu dari template dalam pesan, versi harus menjadi versi aktif template ketika Anda membuat pesan atau ketika Amazon Pinpoint mengirimkan pesan. Hal ini tergantung pada bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan untuk menggunakan template. Ketika Anda membuat pesan dan memilih template untuk itu, Anda memiliki dua pilihan:

- Gunakan versi yang saat ini aktif— Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint selalu mengirimkan konten dan pengaturan pesan yang sama, sebagaimana ditentukan dalam versi template yang aktif saat Anda membuat pesan. Ini berarti bahwa pesan tetap sama, terlepas dari perubahan yang Anda buat pada template nanti.
- Gunakan versi yang aktif saat pesan dikirim— Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint secara otomatis memperbarui konten pesan dan pengaturan agar sesuai dengan versi template mana yang aktif saat mengirim pesan. Ini berarti pesan berubah jika Anda menetapkan versi yang berbeda sebagai versi aktif setelah Anda membuat pesan.

Misalnya, jika Anda melakukan hal berikut:

1. Buat Versi 1 dari templat.
2. Menunjuk Versi 1 sebagai versi aktif dari templat.
3. Buat pesan yang menggunakan template dan jadwalkan pesan yang akan dikirim di lain waktu.

4. Ubah template beberapa kali.
5. Tentukan versi baru (Versi 5) sebagai versi aktif dari templat.

Amazon Pinpoint melakukan hal berikut untuk setiap opsi saat mengirim pesan:

- Gunakan versi yang saat ini aktif— Jika Anda memilih opsi ini untuk pesan, Amazon Pinpoint menggunakan konten dan pengaturan yang ditentukan oleh Versi 1 dari templat. Hal ini dilakukan karena Versi 1 adalah versi aktif dari template ketika pesan dibuat.
- Gunakan versi yang aktif saat pesan dikirim— Jika Anda memilih opsi ini untuk pesan, Amazon Pinpoint secara otomatis memperbarui pesan untuk menggunakan konten dan pengaturan yang ditentukan oleh Versi 5 dari templat. Hal ini dilakukan karena Versi 5 adalah versi aktif templat saat pesan dikirim.

Jika Anda ingin memastikan bahwa perubahan pada template tidak memengaruhi pesan yang sudah ada yang belum Anda kirim, sebaiknya konfigurasi pesan untuk menggunakan versi template yang aktif saat pesan dibuat, tidak dikirim. Atau, jika Anda ingin terus mengembangkan template setelah Anda mulai menggunakannya dalam pesan, Anda dapat [membuat salinan template](#), dan kemudian mengedit dan menggunakan salinan template dalam pesan baru.

Melihat versi template pesan

Dengan menggunakan Templat pesan halaman, Anda dapat dengan cepat menemukan dan membuka template pesan tertentu. Anda kemudian dapat melihat daftar versi yang ada untuk template. Dari daftar itu, Anda dapat memilih versi tertentu untuk melihat konten dan pengaturan untuk versi template tersebut.

Untuk melihat versi template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang versi ingin Anda lihat. Halaman templat membuka dan menampilkan informasi tentang templat. Ini juga menampilkan isi dan pengaturan untuk versi aktif template.
4. Di bawah Rincian templat, buka pemilih versi untuk menampilkan daftar versi untuk template.

5. Untuk melihat konten dan pengaturan untuk versi tertentu, gunakan pemilih versi untuk memilih versi. Setelah Anda memilih versi, Amazon Pinpoint menampilkan konten dan pengaturan untuk versi template tersebut.

Melihat versi aktif dari template pesan

Anda dapat melihat versi aktif template pesan dengan dua cara: saat Anda membuat pesan yang menggunakan template, dan dengan menggunakan Templat pesan halaman. Untuk melihat versi aktif template saat Anda membuat pesan, pilih template untuk pesan. Amazon Pinpoint secara otomatis menampilkan pratinjau versi aktif template.

Untuk melihat versi aktif template dengan menggunakan Templat pesan halaman, ikuti langkah-langkah dalam topik ini.

Untuk melihat versi aktif dari template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang versi aktifnya ingin Anda lihat. Halaman templat membuka dan menampilkan informasi tentang templat. Ini juga menampilkan isi dan pengaturan untuk versi aktif template. Di bawah Rincian templat, perhatikan bahwa VERSI AKTIF muncul (dalam warna hijau) di sebelah nama versi dalam pemilih versi.
4. Untuk melihat versi template yang berbeda, gunakan pemilih versi di bawah Rincian templat untuk memilih versi yang Anda inginkan. Untuk melihat versi aktif lagi, gunakan pemilih versi untuk memilih versi yang ditampilkan VERSI AKTIF (hijau) di samping nama versi.

Menunjuk versi aktif dari template pesan

Saat Anda membuat template pesan, Amazon Pinpoint secara otomatis menunjuk versi pertama template sebagai versi aktif template. Ketika Anda membuat dan mengembangkan versi berikutnya dari template, Anda dapat menunjuk versi yang berbeda sebagai versi aktif dari template, dan Anda dapat mengubah sebutan itu beberapa kali.

Sebelum Anda menunjuk versi sebagai versi aktif dari template, ada baiknya untuk memastikan bahwa semua konten dan pengaturan dalam versi aktif yang diusulkan selesai dan siap digunakan.

Sebaiknya Anda memverifikasi bahwa perbedaan antara versi aktif saat ini dan yang diusulkan tidak akan memengaruhi pesan yang ada dengan cara yang tidak terduga atau tidak diinginkan. Jika

Anda menetapkan versi yang berbeda sebagai versi aktif, Amazon Pinpoint mungkin menerapkan perubahan Anda ke pesan yang ada yang menggunakan template dan belum dikirim. Hal ini tergantung pada bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan yang menggunakan template. Untuk informasi selengkapnya, lihat [the section called “Pengaturan versi untuk pesan”](#).

Jika template digunakan dalam pesan yang belum dikirim, bandingkan versi yang saat ini aktif dengan versi yang ingin Anda jadikan aktif. Juga, tinjau aktivitas dan kampanye perjalanan apa pun yang menggunakan templat. Kemudian, edit template yang diperlukan untuk mengatasi masalah apa pun yang Anda temukan sebelum Anda menunjuk versi yang berbeda sebagai versi aktif.

Jika Anda khawatir tentang efek menunjuk versi yang berbeda sebagai versi aktif, Anda dapat [membuat salinan template](#) sebagai gantinya. Anda kemudian dapat mengedit dan menggunakan salinan template dalam pesan baru.

Untuk menunjuk versi aktif dari template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang ingin Anda tentukan versi aktif. Halaman templat membuka dan menampilkan informasi tentang templat. Ini juga menampilkan konten dan pengaturan untuk versi yang saat ini versi aktif dari template.
4. Di bawah Rincian templat, gunakan pemilih versi untuk memilih versi yang ingin Anda tetapkan sebagai versi aktif. Setelah Anda memilih versi, Amazon Pinpoint menampilkan konten dan pengaturan untuk versi template tersebut.
5. Pilih Membuat versi aktif.

Versi aktif baru dari template sekarang tersedia untuk digunakan dalam pesan baru. Selain itu, pesan ini digunakan dalam pesan yang sudah ada yang belum dikirim dan dikonfigurasi untuk menggunakan versi template yang aktif saat pesan dikirim.

Mengedit versi aktif dari template pesan

Sebelum Anda mengedit versi aktif template, penting untuk diingat bahwa hanya versi aktif template yang dapat digunakan dalam pesan yang Anda buat dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Untuk alasan ini, sebaiknya terlebih dahulu memverifikasi bahwa perubahan Anda selesai dan siap digunakan.

Sebaiknya Anda memverifikasi bahwa perubahan Anda tidak akan memengaruhi pesan yang ada dengan cara yang tidak terduga atau tidak diinginkan. Amazon Pinpoint mungkin menerapkan perubahan Anda pada pesan yang ada yang menggunakan template dan belum dikirim. Hal ini tergantung pada bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan yang menggunakan template. Untuk informasi selengkapnya, lihat [the section called “Pengaturan versi untuk pesan”](#).

Untuk menentukan bagaimana perubahan Anda dapat memengaruhi pesan yang ada, tinjau konten dan pengaturan untuk versi template yang saat ini aktif. Juga, tinjau aktivitas dan kampanye perjalanan apa pun yang menggunakan templat. Kemudian, pertimbangkan perubahan yang Anda rencanakan untuk membuat dan memastikan bahwa perubahan Anda sejajar dengan tujuan Anda untuk pesan yang ada yang menggunakan template.

Akhirnya, jika Anda khawatir tentang efek mengedit versi aktif template, Anda dapat [membuat salinan template](#) sebagai gantinya. Anda kemudian dapat mengedit dan menggunakan salinan template dalam pesan yang Anda buat nanti.

Untuk mengedit versi aktif dari template pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat pesan.
3. Pada Templat pesan halaman, pilih templat yang versi aktifnya ingin Anda edit. Halaman templat membuka dan menampilkan informasi tentang templat. Ini juga menampilkan konten dan pengaturan untuk versi yang saat ini ditetapkan sebagai versi aktif template.
4. Pilih Edit.
5. Di bawah Rincian templat, gunakan pemilih versi untuk memastikan bahwa Anda mengedit versi aktif template. VERSI AKTIF muncul (dalam warna hijau) di sebelah nama versi aktif.
6. Buat perubahan yang Anda inginkan, lalu pilih Simpan sebagai versi baru.
7. Di bawah Rincian templat, gunakan pemilih versi untuk memilih versi template yang Anda buat di langkah sebelumnya.
8. Pilih Membuat versi aktif.

Versi aktif baru dari template sekarang tersedia untuk digunakan dalam pesan baru. Selain itu, pesan ini digunakan dalam pesan yang sudah ada yang belum dikirim dan dikonfigurasi untuk menggunakan versi template yang aktif saat pesan dikirim.

Model pembelajaran mesin di Amazon Pinpoint

SEBUAH Model Machine Learning adalah representasi matematika dari masalah dari dunia nyata. Model ML menemukan pola dalam data dan menghasilkan prediksi berdasarkan pola yang ditemukan. Prediksi ini biasanya meningkat dari waktu ke waktu, karena model ML menerima lebih banyak data dan orang melatih atau menyetel model untuk memperbaiki dan mengoptimalkan analisis data model.

Di Amazon Pinpoint, Anda dapat terhubung ke jenis model ML tertentu, yang disebut sebagai Model recommender, untuk memprediksi item mana yang akan berinteraksi dengan pengguna dan mengirim item tersebut ke penerima pesan sebagai rekomendasi yang dipersonalisasi. SEBUAH Model recommender adalah model yang dirancang untuk menjawab pertanyaan, “Apa yang akan pengguna sukai atau tertarik?” Ini memprediksi apa yang pengguna tertentu akan lebih memilih dari satu set tertentu produk atau item, dan memberikan informasi itu sebagai satu set rekomendasi bagi pengguna. Dengan menggunakan model recommender dengan Amazon Pinpoint, Anda dapat mengirim rekomendasi yang dipersonalisasi ke penerima pesan berdasarkan atribut dan perilaku masing-masing penerima.

Untuk menggunakan model recommender dengan Amazon Pinpoint, mulailah dengan bekerja dengan tim sains data Anda untuk membuat dan menerapkan model sebagai kampanye Amazon Personalize. Selanjutnya, konfigurasi Amazon Pinpoint untuk menggunakan data rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize. Anda melakukannya dengan menyiapkan koneksi antara Amazon Pinpoint dan kampanye Amazon Personalize. Saat menyiapkan sambungan, Anda menentukan cara mengambil dan menggunakan data dari kampanye Amazon Personalize.

Setelah menyiapkan sambungan ke kampanye Amazon Personalize, Anda dapat mulai menambahkan rekomendasi ke pesan. Untuk melakukan ini, buat template pesan. Di template, tambahkan variabel pesan untuk rekomendasi yang ingin Anda gunakan. Anda dapat menambahkan variabel ini ke jenis template berikut:

- Templat email, untuk pesan email yang Anda kirim dari kampanye atau perjalanan.
- Templat notifikasi push, untuk notifikasi push yang Anda kirim dari kampanye.
- Template SMS, untuk pesan teks SMS yang Anda kirim dari kampanye.

Kemudian, buat kampanye atau perjalanan untuk mengirim pesan yang menggunakan template. Saat Anda mengirim pesan, Amazon Pinpoint mengambil data terbaru dari kampanye Amazon

Personalize, dan mengganti setiap variabel dengan nilai yang direkomendasikan model Anda untuk setiap penerima pesan.

Fitur ini tersedia di AWS Wilayah:

- US East (N. Virginia)
- US West (Oregon)
- Asia Pacific (Mumbai)
- Asia Pacific (Sydney)
- Asia Pacific (Seoul)
- Asia Pasifik (Singapura)
- Asia Pacific (Tokyo)
- Europe (Ireland)
- Canada (Central)

Topik dalam bab ini menjelaskan cara mengkonfigurasi Amazon Pinpoint untuk menggunakan data rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize. Mereka juga menjelaskan cara memasukkan data tersebut ke dalam pesan.

Topik

- [Cara kerja rekomendasi di Amazon Pinpoint](#)
- [Mempersiapkan untuk menggunakan model recommender dengan Amazon Pinpoint](#)
- [Menyiapkan model recommender di Amazon Pinpoint](#)
- [Menggunakan rekomendasi dalam pesan](#)
- [Mengelola model machine learning di Amazon Pinpoint](#)

Cara kerja rekomendasi di Amazon Pinpoint

Dalam alur kerja yang khas, tim Anda melakukan serangkaian kegiatan untuk membuat dan menggunakan model recommender dengan Amazon Pinpoint. Secara umum, kegiatan tersebut adalah:

1. Di Amazon Personalize, buat solusi untuk model dan sebarkan itu sebagai kampanye Amazon Personalize. Kemudian latih, evaluasi, dan perbarui model dalam siklus terus menerus untuk memperbaiki prediksi dan rekomendasi yang dibuat.

2. Konfigurasi Amazon Pinpoint untuk menyambung ke kampanye Amazon Personalize. Gunakan pengaturan konfigurasi untuk koneksi untuk menentukan cara Anda ingin mengambil dan memproses data dari kampanye Amazon Personalize.
3. Buat satu atau beberapa email, pemberitahuan push, atau templat pesan SMS. Rancang templat tersebut untuk menyertakan variabel pesan yang mengacu pada atribut yang direkomendasikan. SEBUAHVariabel pesanadalah placeholder yang mengacu pada atribut tertentu. SEBUAHatribut yang Direkomendasikanadalah atribut yang sementara menyimpan data yang diambil Amazon Pinpoint dari kampanye Amazon Personalize.
4. Buat satu atau beberapa kampanye Amazon Pinpoint yang menggunakan templat pesan. Atau, jika Anda membuat template email di aktivitas sebelumnya, buat satu atau beberapa aktivitas perjalanan yang menggunakan templat tersebut.

Setelah tim Anda melakukan aktivitas ini, Amazon Pinpoint melakukan hal berikut setiap kali mengirim pesan yang menyertakan rekomendasi dari model:

1. Mengevaluasi pengaturan dan isi pesan dan pesan template.
2. Menentukan bahwa Anda menghubungkan template pesan ke model recommender.
3. Memeriksa pengaturan konfigurasi yang Anda masukkan untuk menggunakan model recommender.
4. Menemukan satu atau beberapa variabel pesan untuk atribut yang direkomendasikan yang Anda buat untuk model recommender.
5. Menghubungkan ke kampanye Amazon Personalize yang Anda tentukan dalam pengaturan konfigurasi untuk model recommender.
6. Untuk setiap penerima pesan:
 - a. Mengambil rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize.
 - b. Menambahkan rekomendasi ke atribut yang direkomendasikan yang Anda buat untuk model recommender.
 - c. Menggantikan setiap variabel pesan dengan nilai yang sesuai dari atribut direkomendasikan. Jika Anda mengkonfigurasi model untuk meningkatkan rekomendasi dengan menggunakanAWS Lambdafungsi, Amazon Pinpoint menggunakan fungsi tersebut sebagai bagian dari langkah ini.
7. Mengirim versi pesan yang berisi rekomendasi yang dipersonalisasi untuk setiap penerima pesan.

Mempersiapkan untuk menggunakan model recommender dengan Amazon Pinpoint

Untuk bekerja dengan Amazon Pinpoint, model recommender harus digunakan sebagai kampanye Amazon Personalize. Selain itu, tertentuAWS Identity and Access Management(IAM) peran dan kebijakan harus dilakukan. Jika Anda ingin meningkatkan rekomendasi yang diterima Amazon Pinpoint dari model, sebuahAWS Lambda juga perlu berada di tempat untuk memproses rekomendasi.

Sebelum Anda mengatur model recommender di Amazon Pinpoint, bekerja dengan tim sains data dan pengembangan Anda untuk merancang dan membuat sumber daya ini. Juga, bekerja dengan tim tersebut untuk memastikan bahwa model memenuhi persyaratan teknis tertentu untuk bekerja dengan Amazon Pinpoint. Setelah Anda membuat sumber daya ini, bekerja dengan administrator Anda untuk memastikan bahwa Anda dan Amazon Pinpoint dapat mengaksesnya. Saat Anda mengambil langkah-langkah ini, kumpulkan informasi yang Anda perlukan untuk mengatur model di Amazon Pinpoint.

Topik

- [Kampanye Amazon Personalize](#)
- [AWS Identity and Access Managementperan dan kebijakan](#)
- [AWS Lambda fungsi](#)

Kampanye Amazon Personalize

Amazon Personalize adalahAWS layanan yang dirancang untuk membantu Anda membuat model pembelajaran mesin yang memberikan rekomendasi real-time dan personal bagi pelanggan yang menggunakan aplikasi Anda. Amazon Personalize memandu Anda melalui proses membuat dan melatih model machine learning, terutama dengan menggunakan kombinasi data dan resep. SEBUAHresepadalah algoritma yang dikonfigurasi untuk mendukung kasus penggunaan tertentu, seperti memprediksi item yang akan disukai dan berinteraksi dengan seseorang.

Kombinasi data dan resep ini disebut sebagaisolusi. Setelah solusi dilatih, itu menjadiversi solusi. Versi solusinya kemudian diuji, disempurnakan, dan disiapkan untuk digunakan. Bila versi solusi siap digunakan, versi ini digunakan sebagai kampanye Amazon Personalize. Kampanye ini kemudian digunakan untuk memberikan rekomendasi yang dipersonalisasi secara real-time. Untuk mempelajari selengkapnya tentang Amazon Personalize, lihat[Panduan Amazon Personalize](#).

Agar Amazon Pinpoint mengambil rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize, kampanye dan komponennya harus memenuhi persyaratan berikut:

- Resepnya harus menjadi `USER_PERSONALISASI` resep. Hal ini dapat menggunakan pengaturan algoritma yang didukung (hyperparameters) untuk jenis resep. Untuk informasi tentang jenis resep ini, lihat [Menggunakan resep yang telah ditetapkan](#) di dalam Panduan Amazon Personalize.
- Solusinya harus dilatih menggunakan ID pengguna yang dapat berkorelasi dengan ID endpoint atau ID pengguna dalam proyek Amazon Pinpoint. Amazon Pinpoint menggunakan `userId` bidang di Amazon Personalize untuk mengkorelasikan data antara pengguna di Amazon Personalize dan titik akhir atau pengguna dalam proyek Amazon Pinpoint.
- Solusinya harus mendukung penggunaan [GetRecommendations](#) pengoperasian Amazon Personalize Runtime API.
- Kampanye harus menggunakan versi solusi yang ingin Anda ambil rekomendasi.
- Kampanye harus dikerahkan dan memiliki status aktif.
- Kampanye harus berjalan dalam hal yang sama AWS Wilayah sebagai proyek Amazon Pinpoint yang akan menggunakan rekomendasi darinya. Jika tidak, Amazon Pinpoint tidak akan dapat mengambil rekomendasi dari kampanye, yang dapat menyebabkan kampanye Amazon Pinpoint atau aktivitas perjalanan gagal.

Selain persyaratan ini, sebaiknya konfigurasi kampanye untuk mendukung setidaknya 20 transaksi yang disediakan per detik.

Saat Anda bekerja dengan tim Anda untuk menerapkan kampanye Amazon Personalize yang memenuhi persyaratan sebelumnya, pastikan juga untuk menjawab pertanyaan berikut:

Kampanye yang mana?

Untuk mengatur model di Amazon Pinpoint, Anda harus mengetahui nama kampanye Amazon Personalize untuk mengambil rekomendasi dari. Nantinya, jika Anda bekerja dengan administrator untuk mengonfigurasi akses ke kampanye secara manual, Anda juga perlu mengetahui Amazon Resource Name (ARN) dari kampanye tersebut.

Jenis ID apa?

Saat Anda mengatur model di Amazon Pinpoint, Anda memilih apakah akan mengaitkan pengguna dalam kampanye Amazon Personalize dengan titik akhir atau pengguna dalam proyek Amazon Pinpoint Anda. Hal ini memungkinkan model untuk memberikan rekomendasi yang benar-benar spesifik untuk penerima pesan tertentu.

Dalam kampanye Amazon Personalize, setiap pengguna memiliki ID pengguna (`userId` atau `USER_ID`, tergantung konteksnya). Ini adalah urutan karakter yang secara unik mengidentifikasi pengguna tertentu dalam kampanye. Dalam proyek Amazon Pinpoint, penerima pesan dapat memiliki dua jenis ID:

- ID titik akhir— Ini adalah urutan karakter yang secara unik mengidentifikasi tujuan yang dapat Anda kirim pesan ke—seperti alamat email, nomor ponsel, atau perangkat seluler.
- ID Pengguna— Ini adalah urutan karakter yang unik mengidentifikasi pengguna tertentu. Setiap pengguna dapat dikaitkan dengan satu titik akhir atau beberapa titik akhir. Misalnya, jika Anda berkomunikasi dengan pengguna melalui email, SMS, dan aplikasi seluler, pengguna dapat dikaitkan dengan tiga titik akhir — satu untuk alamat email pengguna, yang lain untuk nomor ponsel pengguna, dan satu lagi untuk perangkat seluler pengguna.

Bila Anda memilih jenis Amazon Pinpoint ID untuk diasosiasikan dengan Amazon Personalize ID pengguna, pilih jenis yang paling konsisten Anda gunakan dalam proyek Amazon Pinpoint Anda. Jika Anda atau aplikasi Anda belum menetapkan ID ke titik akhir atau pengguna, Amazon Pinpoint tidak dapat mengambil rekomendasi untuk titik akhir atau pengguna. Hal ini dapat mencegah Amazon Pinpoint mengirim pesan ke titik akhir atau pengguna. Atau, mungkin menyebabkan Amazon Pinpoint mengirim pesan yang ditampilkan dengan cara yang tidak terduga atau tidak diinginkan.

Berapa banyak rekomendasi?

Setiap kali Amazon Pinpoint mengambil rekomendasi, Amazon Personalize mengembalikan daftar rekomendasi yang dipesan untuk setiap penerima pesan. Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengambil antara 1 dan 5 rekomendasi ini untuk setiap penerima. Jika Anda memilih satu rekomendasi, Amazon Pinpoint hanya mengambil item pertama dari daftar untuk setiap penerima—misalnya, film yang paling direkomendasikan untuk penerima. Jika Anda memilih dua rekomendasi, itu akan mengambil item pertama dan kedua dari daftar untuk setiap penerima—misalnya, dua film teratas yang direkomendasikan untuk penerima. Dan sebagainya.

Pilihan Anda untuk pengaturan ini tergantung terutama pada tujuan Anda untuk pesan yang menyertakan rekomendasi dari model. Namun, mungkin juga tergantung pada bagaimana tim Anda merancang solusi dan evaluasi tim Anda terhadap kinerja solusi. Untuk alasan ini, bekerja dengan tim Anda untuk memastikan bahwa Anda memilih nomor yang sesuai untuk pengaturan ini.

Apa rekomendasi mengandung?

Saat Amazon Pinpoint mengambil rekomendasi, Amazon Personalize mengembalikan daftar pesanan 1-5 item yang direkomendasikan, tergantung pada berapa banyak rekomendasi yang

Anda pilih untuk diambil untuk setiap penerima pesan. Setiap item hanya terdiri dari teks, seperti ID produk atau judul film. Namun, sifat dan isi item ini dapat bervariasi dari satu kampanye Amazon Personalize ke yang lain, berdasarkan desain solusi yang mendasari dan kampanye.

Oleh karena itu, sebaiknya tanyakan pada tim Anda dengan tepat konten apa yang disediakan kampanye untuk item yang direkomendasikan. Jawaban mereka mungkin akan mempengaruhi bagaimana Anda merancang pesan yang menggunakan rekomendasi dari kampanye. Jika Anda ingin meningkatkan konten yang disediakan kampanye, Anda juga dapat memilih untuk menerapkan AWS Lambda fungsi yang dapat melakukan tugas ini.

AWS Identity and Access Management peran dan kebijakan

AWS Identity and Access Management (IAM) adalah AWS layanan yang membantu administrator mengontrol akses ke AWS sumber daya. Untuk mempelajari selengkapnya tentang IAM dan cara kerjanya dengan Amazon Pinpoint, lihat [Identity and access management untuk Amazon Pinpoint](#) di dalam Panduan Developer Amazon Pinpoint.

Saat Anda menyiapkan model rekomendasi di Amazon Pinpoint, Anda menentukan kampanye Amazon Personalize mana yang ingin Anda ambil rekomendasi. Untuk memilih kampanye, administrator Anda harus terlebih dahulu mengizinkan Anda melihat kampanye untuk organisasi Anda AWS Akun. Jika tidak, kampanye tidak akan muncul di daftar kampanye yang dapat Anda pilih. Jika Anda tidak melihat kampanye dalam daftar, mintalah administrator Anda untuk memberikan akses ini kepada Anda.

Selain itu, Anda atau administrator Anda perlu membuat peran dan kebijakan IAM yang memungkinkan Amazon Pinpoint untuk mengambil rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize. Saat Anda menyiapkan model recommender, Anda dapat memilih agar Amazon Pinpoint membuat peran dan kebijakan ini untuk Anda secara otomatis. Pilihan lainnya adalah untuk Anda atau administrator Anda untuk membuat peran dan kebijakan ini secara manual, sebelum Anda mengatur model recommender di Amazon Pinpoint. Untuk mempelajari cara melakukannya, lihat [Peran IAM untuk mengambil rekomendasi](#) di dalam Panduan Developer Amazon Pinpoint.

AWS Lambda fungsi

Untuk beberapa model, Anda mungkin ingin meningkatkan rekomendasi yang diterima Amazon Pinpoint dari Amazon Personalize. Misalnya, alih-alih hanya menyertakan satu nilai yang direkomendasikan (seperti nama produk) dalam pesan, Anda mungkin ingin menyertakan konten tambahan (seperti nama produk, deskripsi, dan gambar) dalam pesan. Anda dapat melakukan

ini dengan bekerja dengan tim Anda untuk merancang dan membuat AWS Lambda fungsi yang mengubah data rekomendasi menjadi konten yang Anda inginkan.

AWS Lambda adalah AWS layanan yang dirancang untuk membantu orang menjalankan kode tanpa menyediakan atau mengelola server. Anda atau tim Anda mengembangkan dan mengemas kode, dan mengunggahnya ke AWS Lambda sebagai fungsi Lambda. AWS Lambda kemudian menjalankan fungsi setiap kali fungsi dipanggil oleh aplikasi atau layanan, seperti Amazon Pinpoint. Untuk mempelajari selengkapnya AWS Lambda, lihat [AWS Lambda Panduan Pengembang](#).

Saat Anda menyiapkan model recommender di Amazon Pinpoint, Anda menentukan cara Anda ingin Amazon Pinpoint memproses rekomendasi yang diterimanya. Salah satu pilihannya adalah menggunakan fungsi Lambda. Jika Anda ingin menggunakan fungsi Lambda, bekerja dengan tim Anda untuk:

- Tentukan apa fungsi tidak.
- Tentukan atribut yang direkomendasikan khusus yang Anda inginkan fungsi untuk digunakan saat memproses rekomendasi. Ini termasuk jumlah atribut, dan nama dan tujuan masing-masing. Fungsi Lambda dapat menggunakan sebanyak 10 atribut khusus untuk setiap penerima pesan. Anda harus memasukkan informasi tentang atribut ini saat Anda mengatur model recommender di Amazon Pinpoint.
- Pastikan bahwa fungsi di-host dalam hal yang sama AWS Wilayah sebagai proyek Amazon Pinpoint yang akan menggunakannya. Jika tidak, Amazon Pinpoint tidak akan dapat mengirim data rekomendasi ke fungsi, yang dapat menyebabkan kampanye Amazon Pinpoint atau aktivitas perjalanan gagal.

Terakhir, bekerja dengan administrator Anda untuk membuat kebijakan yang memungkinkan Amazon Pinpoint untuk memanggil fungsi Lambda setiap kali mengirim pesan yang menyertakan rekomendasi dari model.

Untuk informasi detail cara menggunakan fungsi Lambda untuk memproses rekomendasi, lihat [Rekomendasi kustomisasi dengan AWS Lambda](#) di dalam Panduan Developer Amazon Pinpoint.

Menyiapkan model recommender di Amazon Pinpoint

SEBUAH Model recommender adalah jenis model machine learning (ML) yang dirancang untuk memprediksi apa yang pengguna tertentu akan lebih memilih dari satu set tertentu produk atau item. Ini memberikan informasi itu sebagai seperangkat rekomendasi bagi pengguna. Di Amazon Pinpoint,

Anda dapat menggunakan model ini untuk mengirim rekomendasi yang dipersonalisasi ke penerima pesan berdasarkan atribut dan perilaku masing-masing penerima.

Sebelum Anda dapat menggunakan model recommender dengan cara ini, Anda harus mengatur koneksi antara Amazon Pinpoint dan kampanye Amazon Personalize yang memiliki model untuk digunakan. Saat Anda mengatur sambungan, Anda menentukan cara Anda ingin mengambil dan menggunakan rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize. Anda juga menambahkan setelan untuk atribut yang menyimpan rekomendasi sementara dari kampanye.

Sebelum Anda memulai

Sebelum Anda mengatur model recommender di Amazon Pinpoint, tinjau informasi di [Mempersiapkan untuk menggunakan model recommender dengan Amazon Pinpoint](#). Ini akan membantu Anda mengumpulkan sumber daya dan informasi yang Anda butuhkan untuk mengatur model di Amazon Pinpoint.

Langkah 1: Menyiapkan model

Untuk langkah ini, Anda menentukan kampanye Amazon Personalize mana yang ingin Anda ambil rekomendasi. Anda juga memilih pengaturan yang menentukan cara Anda ingin mengambil dan menggunakan rekomendasi tersebut.

Mengatur model recommender

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Model Machine Learning.
3. Pada Model Machine Learning halaman, pilih Tambahkan model recommender.
4. Di bawah Detail model, untuk Nama model, masukkan nama untuk model di Amazon Pinpoint. Nama harus diawali dengan huruf atau angka. Dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_).
5. (Opsional) Untuk Deskripsi model, masukkan deskripsi singkat dari model. Penjelasan dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, spasi, atau simbol berikut: _; (), -, .
6. Di bawah Konfigurasi model, untuk Peran IAM, pilih AWS Identity and Access Management (IAM) role yang mengotorisasi Amazon Pinpoint untuk terhubung ke dan mengambil rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize yang menggunakan model. Anda memiliki opsi berikut:

- Menggunakan peran yang ada— Pilih opsi ini untuk menggunakan peran IAM yang sudah ada untuk AndaAWSakun. Kemudian, dari daftar peran, pilih peran yang Anda inginkan.
- Buat peran secara otomatis— Pilih opsi ini untuk secara otomatis membuat peran IAM yang memiliki izin yang diperlukan. Kemudian, masukkan nama untuk peran.

Pilihan lainnya adalah bekerja dengan administrator Anda untuk membuat peran secara manual. Untuk informasi tentang membuat peran secara manual, lihat [Peran IAM untuk mengambil rekomendasi](#) di Panduan Developer Amazon Pinpoint.

7. Untuk Model rekomendasi, pilih kampanye Amazon Personalize yang ingin Anda ambil rekomendasi.

Daftar ini menampilkan semua kampanye Amazon Personalize yang diizinkan untuk diakses dengan AWSakun di saat ini AWSWilayah. Jika daftar tidak menyertakan kampanye yang Anda inginkan, mintalah administrator Anda untuk memberi Anda akses ke kampanye dan verifikasi bahwa Anda memilih peran IAM yang benar pada langkah sebelumnya. Juga, verifikasi bahwa kampanye ada di saat ini AWSWilayah.

8. Di bawah Pengaturan, untuk Identifier untuk digunakan untuk rekomendasi, tentukan apakah Anda ingin mengaitkan pengguna unik di kampanye Amazon Personalize dengan titik akhir (ID titik akhir) atau pengguna (ID pengguna) dalam proyek Amazon Pinpoint Anda.
9. Untuk Jumlah rekomendasi per pesan, pilih jumlah item yang direkomendasikan yang ingin Anda ambil untuk setiap titik akhir atau pengguna dalam proyek Amazon Pinpoint Anda, tergantung pada pilihan Anda pada langkah sebelumnya.

Pengaturan ini menentukan berapa banyak rekomendasi yang diambil Amazon Pinpoint dan Anda dapat menambahkan ke pesan individual. Anda dapat mengambil sebanyak lima item yang direkomendasikan. Jika Anda memilih 1, Amazon Pinpoint hanya mengambil item pertama dari daftar rekomendasi untuk setiap penerima pesan—misalnya, film yang paling direkomendasikan untuk penerima. Jika Anda memilih 2, itu mengambil item pertama dan kedua dari daftar untuk setiap penerima—misalnya, dua film teratas yang direkomendasikan untuk penerima. Dan seterusnya, untuk sebanyak lima rekomendasi.

10. Untuk Metode pemrosesan, pilih salah satu opsi berikut untuk menentukan cara yang Anda inginkan Amazon Pinpoint untuk memproses rekomendasi yang diambil:
 - Gunakan nilai yang dikembalikan oleh model— Dengan opsi ini, pesan menampilkan teks yang tepat dari rekomendasi yang disediakan oleh kampanye Amazon Personalize. Selain itu,

semua rekomendasi untuk setiap titik akhir atau pengguna disimpan sementara dalam satu atribut direkomendasikan standar untuk setiap titik akhir atau pengguna.

- Gunakan fungsi Lambda— Dengan opsi ini, pesan dapat menampilkan rekomendasi yang disempurnakan, bukan atau selain teks rekomendasi yang disediakan oleh kampanye Amazon Personalize. Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint mengirimkan rekomendasi keAWS Lambdaberfungsi untuk pemrosesan tambahan, sebelum mengirim pesan yang mencakup rekomendasi. Selain itu, Anda dapat menyimpan rekomendasi sementara dalam sebanyak 10 atribut yang direkomendasikan khusus untuk setiap titik akhir atau pengguna.

Jika Anda memilih opsi ini, gunakan jugaFungsi Lambdadaftar untuk memilih fungsi yang ingin Anda gunakan. Daftar ini menampilkan semua fungsi Lambda yang diizinkan untuk diakses denganAWSakun di saat iniAWSWilayah. Jika daftar tidak menyertakan fungsi yang Anda inginkan, mintalah administrator Anda untuk memberi Anda akses ke fungsi tersebut. Jika fungsi belum ada, pilihBuat fungsi Lambda baru, dan bekerja dengan tim pengembangan Anda untuk membuat fungsi. Untuk informasi selengkapnya, lihat[Menyiapkan rekomendasi denganAWS Lambda](#)diPanduan Developer Amazon Pinpoint.

11. Setelah Anda selesai memasukkan pengaturan ini, pilihSelanjutnyauntuk melanjutkan ke langkah berikutnya—menambahkan pengaturan atribut untuk model recommender.

Langkah 2: Menambahkan atribut ke model

Setelah memilih pengaturan untuk menyambung ke dan mengambil rekomendasi dari kampanye Amazon Personalize, Anda siap memasukkan pengaturan untuk atribut yang akan menyimpan data rekomendasi. Pilihan ini bervariasi tergantung pada metode pemrosesan yang Anda pilih pada langkah sebelumnya:

Gunakan nilai yang dikembalikan oleh model

Jika Anda memilih opsi ini, rekomendasi disimpan sementara dalam satu atribut. Ini adalah atribut standar yang direkomendasikan untuk setiap titik akhir atau pengguna, tergantung pada opsi yang Anda pilih untukIdentifier untuk digunakan untuk rekomendasipengaturan di langkah sebelumnya. Nama yang mendasari atribut ini adalahRecommendationItems.

UntukNama tampilan, masukkan nama deskriptif untuk atribut. Nama ini akan muncul diPencari atributdalam editor template ketika Anda menambahkan variabel untuk atribut ke template pesan. Nama dapat berisi hingga 25 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, spasi (_).

Gunakan fungsi Lambda

Jika Anda memilih opsi ini, Anda dapat menggunakan sebanyak 10 atribut untuk menyimpan data untuk setiap rekomendasi. Ini adalah atribut yang direkomendasikan khusus untuk setiap titik akhir atau pengguna, tergantung pada opsi yang Anda pilih untuk mengidentifikasi atribut yang digunakan untuk konfigurasi di langkah sebelumnya. Misalnya, jika Anda mengambil satu rekomendasi produk untuk setiap titik akhir atau pengguna, fungsi Lambda dapat memproses rekomendasi dan menambahkan hasilnya ke tiga atribut khusus untuk rekomendasi—nama produk, harga, dan gambar.

Untuk setiap atribut khusus yang ingin Anda tambahkan, pilih **Tambahkan atribut**, dan kemudian lakukan hal berikut:

- Untuk **Nama atribut**, masukkan nama untuk atribut. Nama ini, didahului oleh `Recommendations` awal, akan muncul di editor template setelah Anda menambahkan variabel untuk atribut ke template pesan. Nama harus sesuai dengan nama atribut yang digunakan fungsi Lambda untuk menyimpan data rekomendasi.

Nama atribut harus diawali dengan huruf atau angka dan dapat berisi hingga 50 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (`_`). Nama atribut adalah case sensitive dan harus unik.

- Untuk **Nama tampilan**, masukkan nama deskriptif untuk atribut. Nama ini akan muncul di Pencari atribut dalam editor template ketika Anda menambahkan variabel untuk atribut ke template pesan. Nama harus dimulai dengan huruf atau nomor dan dapat berisi hingga 25 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, spasi ().

Setelah Anda selesai memasukkan pengaturan atribut, pilih **Selanjutnya** untuk melanjutkan ke langkah berikutnya—meninjau dan menerbitkan pengaturan konfigurasi untuk model recommender.

Langkah 3: Tinjau dan publikasikan modelnya

Setelah Anda selesai memasukkan semua pengaturan untuk menghubungkan ke dan menggunakan model recommender, Anda siap untuk meninjau pengaturan.

Setelah selesai meninjau pengaturan, pilih **Publikasikan** untuk menyelamatkan mereka. Amazon Pinpoint kemudian memeriksa pengaturan untuk memverifikasi bahwa mereka benar. Jika ada pengaturan yang hilang atau salah, pengaturan akan menampilkan pesan untuk setiap kesalahan untuk membantu Anda menentukan pengaturan mana yang akan diperbaiki. Jika Anda perlu

memperbaiki pengaturan, gunakan panel navigasi untuk langsung menuju halaman yang berisi pengaturan.

Setelah Anda mempublikasikan pengaturan, Anda dapat mulai menggunakan rekomendasi dalam pesan.

Menggunakan rekomendasi dalam pesan

Untuk menambahkan rekomendasi dinamis dan dipersonalisasi ke pesan, buat dan gunakan templat pesan yang menyertakan variabel pesan untuk atribut yang direkomendasikan. SEBUAHVariabel pesan adalah placeholder yang mengacu pada atribut tertentu yang Anda atau Amazon Pinpoint buat untuk menyimpan informasi tentang pengguna Anda. SEBUAHatribut yang Direkomendasikan adalah atribut yang sementara menyimpan rekomendasi untuk pengguna Anda. Amazon Pinpoint mengambil rekomendasi ini dari model rekomendasi yang Anda gunakan sebagai kampanye Amazon Personalize dan mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk digunakan.

Jika template berisi variabel pesan, Amazon Pinpoint menggantikan setiap variabel dengan nilai atribut saat ini yang sesuai untuk setiap penerima. Untuk rekomendasi, proses ini mencakup pengambilan rekomendasi terbaru untuk setiap penerima dari kampanye Amazon Personalize. Amazon Pinpoint melakukan ini setiap kali mengirim pesan yang menggunakan template. Ini berarti bahwa Anda dapat merasa yakin bahwa pesan berisi rekomendasi terbaru untuk penerima.

Misalnya, jika proyek Anda adalah aplikasi yang merekomendasikan film dan acara TV kepada pengguna, Anda mungkin memiliki atribut berikut untuk setiap pengguna:

- Nama depan pengguna.
- Peringkat yang paling baru dikirimkan pengguna.
- Judul film atau menunjukkan bahwa pengguna yang paling baru dinilai.
- Judul dari tiga film teratas dan menunjukkan bahwa model merekomendasikan untuk pengguna.

Untuk proyek ini, Anda dapat menggunakan variabel teks dan pesan berikut dalam template:

```
Hi {{User.UserAttributes.FirstName}}, based on your recent
{{User.UserAttributes.LatestRating}}-star rating for
{{User.UserAttributes.LatestRatedTitle}}, we think you might also
enjoy: {{RecommendationItems.[0]}}, {{RecommendationItems.[1]}}, and
{{RecommendationItems.[2]}}.
```

Ketika Anda mengirim pesan yang menggunakan template, Amazon Pinpoint menggantikan variabel dengan nilai saat ini dari setiap atribut untuk setiap penerima. Contoh berikut menunjukkan hal ini.

Contoh 1

```
Hi Sofia, based on your recent 5-star rating for The Marvelous Mrs. Maisel - Season 3, we think you might also enjoy: Fleabag, Late Night, and Catastrophe.
```

Contoh 2

```
Hi Alejandro, based on your recent 4-star rating for Tom Clancy's Jack Ryan - Season 2, we think you might also enjoy: Hanna, Hunters, and Agatha Christie's The ABC Murders.
```

Jika Anda mengkonfigurasi model recommender untuk meningkatkan rekomendasi dengan menggunakan AWS Lambda fungsi, template dan pesan yang dihasilkan mungkin menggunakan variabel tambahan dan atribut yang direkomendasikan. Misalnya, mereka mungkin juga menggunakan variabel untuk atribut yang menyediakan gambar dan URL untuk setiap film atau acara yang direkomendasikan.

Untuk informasi selengkapnya tentang menggunakan variabel pesan di templat, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).

Menambahkan rekomendasi ke pesan

Untuk menambahkan rekomendasi yang dipersonalisasi ke pesan, buat dan gunakan templat pesan yang menyertakan variabel pesan untuk rekomendasi yang ingin Anda gunakan. Anda dapat menambahkan variabel ini ke jenis template pesan berikut:

- Templat email, untuk pesan email yang Anda kirim dari kampanye atau perjalanan.
- Templat notifikasi push, untuk notifikasi push yang Anda kirim dari kampanye.
- Template SMS, untuk pesan teks SMS yang Anda kirim dari kampanye.

Setiap template dapat menggunakan variabel dan atribut yang direkomendasikan dari satu model recommender pada satu waktu.

Anda dapat menambahkan variabel ke template baru ketika Anda membuat template, atau ke template yang ada. Jika Anda menambahkan variabel ke template yang ada, Amazon Pinpoint tidak

selalu menerapkan perubahan pada pesan yang menggunakan template dan belum dikirim, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu. Hal ini tergantung pada versi template yang Anda tambahkan variabel dan bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan yang menggunakan template. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Menambahkan rekomendasi ke templat pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat Pesan.
3. Pada Templat Pesan halaman, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk membuat template baru dan menambahkan rekomendasi untuk itu, pilih Membuat templat. Kemudian, pada halaman template, masukkan nama untuk template dan, opsional, deskripsi template.
 - Untuk menambahkan rekomendasi ke template yang ada, pilih template yang Anda inginkan. Kemudian, pada halaman template, pilih edit. Di bawah Rincian templat, gunakan pemilih versi untuk memilih versi template yang ingin Anda gunakan sebagai titik awal. Jika Anda memilih versi terbaru, Anda dapat menyimpan perubahan Anda langsung ke versi template tersebut. Jika tidak, Anda dapat menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template.
4. Di Pencari atribut, memperluas atribut yang Direkomendasikan bagian.

Jika Anda belum memilih model recommender untuk template, pilih Model Connect. Selanjutnya, pilih model yang ingin Anda ambil rekomendasi saat mengirim pesan yang menggunakan template. Kemudian pilih Model Connect.

5. Di bawah atribut yang Direkomendasikan, pilih atribut yang ingin Anda tambahkan variabel pesan. Amazon Pinpoint membuat variabel untuk atribut dan menyalinnya ke clipboard Anda. Kemudian, di editor pesan, tempelkan variabel tempat Anda ingin rekomendasi muncul dalam pesan.

Setelah Anda menempelkan variabel, Amazon Pinpoint menampilkannya sebagai nama atribut terkait, yang disertakan dalam dua set kurung kurawal — misalnya, `{{RecommendationItems}}`.

6. Jika model recommender menyediakan lebih dari satu atribut yang disarankan, ulangi langkah sebelumnya untuk setiap atribut tambahan yang ingin Anda tambahkan variabel.

Anda juga dapat menambahkan variabel untuk jenis atribut lainnya. Untuk melakukan ini, perluas bagian lain di Pencari atribut, pilih setiap atribut tambahan yang Anda inginkan, lalu tempelkan

variabel di lokasi yang Anda inginkan. Untuk mempelajari tentang menggunakan variabel untuk jenis atribut lainnya, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).

7. Untuk menentukan nilai default untuk variabel pesan, perluas Nilai atribut bagian. Kemudian, dalam daftar variabel, masukkan nilai default yang ingin Anda gunakan untuk variabel. Kami merekomendasikan agar Anda melakukannya untuk setiap variabel di templat.
8. Setelah selesai, lakukan salah satu hal berikut:
 - Jika Anda menambahkan variabel pesan ke template baru, pilih **Buat**.
 - Jika Anda menambahkan variabel pesan ke template yang ada dan Anda ingin menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template, pilih **Simpan sebagai versi baru**.
 - Jika Anda menambahkan variabel pesan ke template yang ada dan Anda ingin menyimpan perubahan Anda sebagai pembaruan ke versi terbaru dari template, pilih **Memperbarui versi**. Pilihan ini hanya tersedia jika Anda membuka versi templat terbaru di langkah 3.

Anda sekarang dapat menggunakan template untuk menyertakan rekomendasi yang dipersonalisasi dalam pesan yang Anda kirim dari kampanye dan perjalanan.

Perhatikan bahwa Anda tidak dapat menyertakan rekomendasi dalam pesan yang Anda kirim ke audiens terbatas sebagai pesan langsung atau menguji. Meskipun Anda dapat menggunakan templat dalam pesan ini secara lebih umum, Amazon Pinpoint tidak dapat menghubungkan rekomendasi dari model dengan penerima pesan langsung atau pengujian. Untuk menguji tampilan dan pemformatan template yang menggunakan rekomendasi, tentukan nilai default untuk setiap variabel pesan yang mengacu pada atribut yang disarankan, lalu kirim pesan pengujian yang menggunakan templat.

Menghapus rekomendasi dari pesan

Untuk menghapus rekomendasi yang dipersonalisasi dari pesan, perbarui templat pesan yang digunakan oleh pesan. Saat Anda memperbarui template, hapus semua atau hanya beberapa variabel pesan untuk rekomendasi.

Jika Anda menghapus rekomendasi dari template, Amazon Pinpoint tidak selalu menerapkan perubahan pada pesan yang menggunakan template dan belum dikirim, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu. Hal ini tergantung pada versi template yang Anda hapus rekomendasi dari dan bagaimana Anda mengkonfigurasi pesan yang menggunakan template. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola versi template pesan](#).

Untuk menghapus rekomendasi dari templat pesan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Templat Pesan.
3. Pada Templat Pesan Halaman, pilih templat yang ingin Anda hapus rekomendasi. Kemudian, pada halaman template, pilih edit.
4. Di bawah Rincian templat, gunakan pemilih versi untuk memilih versi template yang ingin Anda gunakan sebagai titik awal. Jika Anda memilih versi terbaru, Anda dapat menyimpan perubahan Anda langsung ke versi template tersebut. Jika tidak, Anda dapat menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template.
5. Di editor pesan, hapus semua teks variabel pesan untuk setiap atribut yang disarankan yang ingin Anda hapus. Setiap variabel pesan terdiri dari dua set kurung kurawal dan nama atribut terkait — misalnya, `{{RecommendationItems}}`.

Untuk menghapus model recommender dari template sepenuhnya, hapus semua variabel untuk atribut direkomendasikan bahwa model menyediakan. Kemudian, di Pencari atribut, memperluas atribut yang Direkomendasikan bagian dan pilih X di samping nama modelnya.

6. Setelah selesai, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk menyimpan perubahan Anda sebagai versi baru dari template, pilih Simpan sebagai versi baru.
 - Untuk menyimpan perubahan Anda sebagai pembaruan ke versi terbaru dari template, pilih Memperbarui versi. Pilihan ini hanya tersedia jika Anda memilih versi templat terbaru di langkah 4.

Mengelola model machine learning di Amazon Pinpoint

Parameter Model Machine Learning halaman di konsol Amazon Pinpoint menyediakan satu lokasi bagi Anda untuk melihat, mengubah, dan mengelola pengaturan konfigurasi Amazon Pinpoint untuk semua model machine learning (MLL) yang telah Anda hubungkan ke akun Amazon Pinpoint Anda di saat ini AWS Wilayah. Dengan menggunakan halaman ini, Anda dapat melakukan tugas manajemen seperti melihat, mengubah, dan menghapus pengaturan konfigurasi untuk koneksi ke model ML. Anda juga dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk menyambung dan menggunakan data dari model ML-nya tambahan.

Topik

- [Melihat koleksi model Anda](#)
- [Melihat pengaturan untuk model](#)
- [Mengubah pengaturan untuk model](#)
- [Menyalin model](#)
- [Menghapus model](#)

Untuk mempelajari cara menambahkan dan mengonfigurasi koneksi ke model, lihat [Menyiapkan model recommender di Amazon Pinpoint](#).

Melihat koleksi model Anda

ParameterModel Machine Learninghalaman menampilkan daftar semua konfigurasi yang Anda buat untuk mengaktifkan Amazon Pinpoint terhubung ke dan menggunakan data dari model ML-nya tertentu untuk akun Anda. Untuk menelusuri daftar dengan lebih mudah atau menemukan konfigurasi tertentu dengan cepat, Anda dapat mengurutkan dan memfilter daftar, memilih kolom mana yang akan ditampilkan, dan mengubah pengaturan tampilan lainnya untuk daftar.

Untuk melihat koleksi model ML-mu

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilihModel Machine Learning. ParameterModel Machine LearningHalaman membuka dan menampilkan jumlah konfigurasi dalam koleksi Anda dan daftar konfigurasi tersebut.
3. Untuk menyesuaikan daftar atau menemukan konfigurasi tertentu dengan cepat, pilih salah satu opsi berikut ini:
 - Untuk mengurutkan daftar berdasarkan tipe nilai tertentu, klik judul kolom untuk nilai tersebut. Untuk mengubah urutan pengurutan dari naik ke turun atau sebaliknya, klik judul kolom lagi.
 - Untuk menerapkan filter yang hanya menampilkan konfigurasi yang namanya berisi teks tertentu, masukkan teks diCarikotak di atas daftar. Untuk menghapus filter, pilihXdiCarikotak.
 - Untuk mengubah jumlah konfigurasi yang ditampilkan di daftar, pilih ikon pengaturan di bagian atas halaman. Kemudian, untukUkuran Halaman, pilih jumlah konfigurasi yang ingin Anda tampilkan, lalu pilihMenyimpan perubahan.
 - Untuk menambahkan atau menghapus kolom dari daftar, pilih ikon pengaturan di bagian atas halaman. Kemudian, untukPilih kolom yang terlihat, aktifkan atau nonaktifkan setiap kolom, dan pilihMenyimpan perubahan.

Melihat pengaturan untuk model

Dengan menggunakan Model Machine Learning halaman, Anda dapat dengan cepat menemukan dan membuka konfigurasi tertentu untuk melihat pengaturan dan informasi lainnya. Misalnya, Anda dapat melihat daftar atribut yang disediakan model untuk digunakan dalam pesan. Setelah Anda membuka konfigurasi untuk melihat pengaturannya, Anda juga bisa [mengubah pengaturan untuk konfigurasi](#).

Untuk melihat pengaturan untuk model ML-nya

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Model Machine Learning.
3. Pada Model Machine Learning halaman, pilih konfigurasi yang pengaturannya ingin Anda lihat.

Halaman konfigurasi membuka dan menampilkan pengaturan saat ini untuk konfigurasi.

Mengubah pengaturan untuk model

Sebelum Anda mengubah pengaturan konfigurasi untuk model ML-nya, penting untuk dicatat bahwa Amazon Pinpoint secara otomatis menerapkan perubahan Anda pada templat pesan yang menggunakan model. (Ini berlaku perubahan untuk kedua versi aktif dan terbaru dari template.) Ini berarti bahwa perubahan Anda juga memengaruhi pesan yang menggunakan templat tersebut dan belum dikirim, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu.

Untuk alasan ini, perubahan Anda mungkin mencegah Amazon Pinpoint mengirim pesan yang menggunakan konfigurasi dan belum dikirim. Atau, perubahan Anda dapat menyebabkan pesan tersebut ditampilkan dengan cara yang tidak terduga atau tidak diinginkan. Hal ini tergantung pada pengaturan konfigurasi yang Anda ubah. Hal ini juga tergantung pada bagaimana Anda merancang template yang menggunakan model.

Jika Anda mengubah pengaturan konfigurasi untuk model MLnya, pastikan untuk juga meninjau dan membuat perubahan yang sesuai untuk setiap template yang menggunakan konfigurasi saat ini untuk model. Misalnya, jika Anda menghapus atribut, pastikan untuk juga menghapus atau mengganti atribut itu di setiap template yang menggunakan atribut. Juga, pastikan untuk membuat perubahan tersebut pada versi yang sesuai dari setiap template pesan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengedit template pesan](#).

Jika Anda tidak ingin menerapkan perubahan pada templat dan pesan yang ada, Anda dapat [membuat salinan konfigurasi](#), dan simpan salinan dengan perubahan yang Anda inginkan.

Anda kemudian dapat menggunakan salinan konfigurasi dalam template baru, atau memperbarui template yang ada untuk menggunakan salinan konfigurasi.

Untuk mengubah pengaturan untuk model ML-nya

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Model Machine Learning.
3. Pada Model Machine Learning Halaman, pilih konfigurasi yang ingin Anda ubah. Halaman konfigurasi membuka dan menampilkan pengaturan saat ini untuk konfigurasi.
4. Pilih Mengedit model.
5. Pada Menyiapkan model Halaman, membuat perubahan yang Anda inginkan. Anda dapat mengubah salah satu pengaturan, kecuali nama konfigurasi. Untuk mengubah nama konfigurasi, Anda dapat [membuat salinan konfigurasi](#), simpan salinan dengan nama yang Anda inginkan, dan kemudian secara opsional [menghapus konfigurasi asli](#).
6. Ketika Anda selesai membuat perubahan pada pengaturan ini, pilih Selanjutnya.
7. Pada Menambahkan atribut Halaman, buat perubahan apa pun yang Anda inginkan, lalu pilih Selanjutnya.
8. Pada Memeriksa dan mempublikasikan halaman, meninjau pengaturan baru dan pastikan bahwa mereka adalah apa yang Anda inginkan. Jika mereka, pilih Publikasikan untuk menyimpan perubahan Anda.

Menyalin model

Untuk segera membuat konfigurasi baru yang mirip dengan konfigurasi yang ada untuk model MLnya, Anda dapat membuat salinan konfigurasi. Anda kemudian dapat mengubah pengaturan untuk salinan konfigurasi, tanpa mengubah konfigurasi asli.

Untuk menyalin model ML-nya

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Model Machine Learning.
3. Pada Model Machine Learning Halaman, pilih kotak centang di samping konfigurasi yang ingin Anda salin.
4. Pada Tindakan menu, pilih Duplikasi.

5. Untuk Nama model, masukkan nama untuk salinan konfigurasi. Nama harus diawali dengan huruf atau angka. Hal ini dapat berisi hingga 128 karakter. Karakter dapat berupa huruf, angka, garis bawah (_), atau tanda hubung (-).
6. Setelah Anda selesai memasukkan nama, pilih Model duplikasi. Halaman konfigurasi membuka dan menampilkan pengaturan saat ini untuk konfigurasi yang Anda salin.
7. (Opsional) Untuk mengubah salinan konfigurasi, pilih Mengedit model, lalu buat perubahan yang Anda inginkan. Setelah selesai, pilih Publikasikan.

Menghapus model

Jika Anda ingin menghapus konfigurasi untuk model ML-nya dari Amazon Pinpoint sepenuhnya, Anda dapat menghapus konfigurasi. Saat Anda menghapus konfigurasi, Amazon Pinpoint menghapus semua pengaturan untuk konfigurasi dan konfigurasi menjadi tidak tersedia untuk digunakan dalam templat pesan baru dan yang sudah ada. Anda tidak dapat memulihkan konfigurasi setelah menghapusnya.

Warning

Jika Anda menghapus konfigurasi, Amazon Pinpoint tidak akan dapat mengirim pesan yang menggunakan konfigurasi dan belum dikirim, seperti pesan kampanye yang dijadwalkan akan dikirim di lain waktu. Sebelum Anda menghapus konfigurasi, tinjau dan perbarui konten dan pengaturan untuk templat pesan yang menggunakan konfigurasi. Juga, tinjau kampanye dan aktivitas perjalanan apa pun yang menggunakan templat tersebut, dan perbarui sesuai kebutuhan.

Jika Anda menghapus konfigurasi, Amazon Pinpoint tidak menghapus sumber daya atau data apa pun yang digunakan oleh konfigurasi dan disimpan di lainnya AWS layanan. Ini termasuk Amazon Personalize solusi dan kampanye, dan apa pun AWS Lambda fungsi.

Untuk menghapus model ML-nya

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, pilih Model Machine Learning.
3. Pada Model Machine Learning Halaman, pilih kotak centang di samping setiap konfigurasi yang ingin Anda hapus.

4. Dari menu Tindakan, pilih Hapus.
5. Di jendela yang muncul, masukkan **delete** untuk mengonfirmasi bahwa Anda ingin menghapus konfigurasi yang dipilih, lalu pilih Hapus model.

Pengaturan Amazon Pinpoint

Secara umum, Anda mengonfigurasi pengaturan untuk setiap proyek, dan pengaturan ini berlaku secara default ke semua kampanye dan perjalanan dalam proyek. Jika Anda ingin menyesuaikan kampanye atau perjalanan individu untuk memenuhi kebutuhan spesifik, Anda dapat mengubah pengaturan tertentu untuk kampanye atau perjalanan. Perubahan Anda kemudian mengganti setelan default untuk proyek, dan kampanye atau perjalanan menggunakan setelan khusus yang Anda pilih.

Selain pengaturan yang khusus untuk proyek individu, kampanye, atau perjalanan, ada juga beberapa pengaturan tingkat akun. Pengaturan tingkat akun ini berlaku untuk semua proyek untuk akun Amazon Pinpoint Anda dan, dalam beberapa kasus, layanan lainnya. AWS Pengaturan ini meliputi:

- Akses produksi dan pengiriman kuota untuk saluran.
- Kredensi SMTP dan pengaturan lain untuk mengirim email dengan menggunakan antarmuka Amazon Pinpoint SMTP.
- Nomor telepon khusus untuk mengirim SMS dan pesan suara, dan untuk menerima pesan SMS.
- Identitas terverifikasi untuk mengirim email dan pesan SMS.
- Informasi SMS seperti kode pendek, kode panjang, 10DLC, kata kunci, dan ID pengirim terdaftar untuk mengirim pesan SMS.

Untuk melihat semua pengaturan untuk akun Amazon Pinpoint Anda, buka proyek Amazon Pinpoint, pilih Pengaturan di panel navigasi, lalu pilih jenis pengaturan yang ingin Anda lihat.

Topik

- [Pengaturan umum](#)
- [Pengaturan Email](#)
- [Pengaturan SMS dan suara](#)
- [Pengaturan pemberitahuan push](#)
- [Pengaturan analitik aplikasi seluler dan web](#)
- [Pengaturan aliran acara](#)

Pengaturan umum

Gunakan halaman Pengaturan umum untuk menentukan kapan Amazon Pinpoint dapat mengirim pesan untuk kampanye dan perjalanan dalam proyek saat ini dan berapa banyak pesan yang dapat dikirim Amazon Pinpoint untuk kampanye dan perjalanan tersebut. Ini termasuk pengaturan seperti kerangka waktu untuk mengirim pesan dan jumlah maksimum pesan untuk dikirim ke setiap titik akhir. Anda juga dapat menggunakan halaman Pengaturan umum untuk menghapus proyek.

Topik

- [Mengkonfigurasi pengaturan default untuk sebuah proyek](#)
- [Menghapus proyek](#)

Mengkonfigurasi pengaturan default untuk sebuah proyek

Pada halaman Pengaturan umum, Anda dapat mengonfigurasi pengaturan default dan kuota yang ingin Anda terapkan ke kampanye dan perjalanan dalam proyek. Saat Anda mengubah setelan ini, Amazon Pinpoint secara otomatis menerapkannya ke semua kampanye dan perjalanan baru yang Anda buat untuk proyek tersebut. Pengaturan tidak diterapkan ke kampanye atau perjalanan apa pun yang sebelumnya Anda buat. Anda juga dapat mengonfigurasi pengaturan yang sama ini untuk setiap kampanye dan perjalanan. Jika Anda mengonfigurasi setelan untuk kampanye atau perjalanan individual, pengaturan tersebut akan mengganti setelan yang Anda pilih di halaman Pengaturan umum.


Untuk mengkonfigurasi pengaturan default untuk proyek

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda ubah pengaturan defaultnya.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Pengaturan umum.
4. Pilih Edit.
5. Pada halaman Edit pengaturan umum, ubah salah satu pengaturan berikut:
 - a. Pengaturan kampanye

Jam waktu tenang

Gunakan pengaturan ini untuk mencegah Amazon Pinpoint mengirim pesan selama jam tertentu. Saat Anda mengonfigurasi pengaturan ini, Anda memberikan waktu Mulai dan

Waktu Akhir. Jika pesan akan dikirim antara waktu mulai dan berakhir di zona waktu lokal titik akhir, Amazon Pinpoint tidak mencoba mengirim pesan ke titik akhir tersebut.


 Note

Agar pengaturan ini dapat mengamati zona waktu lokal, definisi titik akhir untuk penerima harus menyertakan atribut yang diformat dengan benar. `Demographic.Timezone`

Waktu yang Anda tentukan harus menggunakan notasi 24 jam dan dalam format HH:MM. Misalnya, untuk 21:30, masukkan **21 : 30**.

Jumlah maksimum pesan harian per titik akhir

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim ke satu titik akhir selama periode 24 jam oleh semua kampanye dalam proyek. Nilai yang Anda tentukan tidak boleh lebih besar dari 100.

 Note

Dalam situasi tertentu, titik akhir dapat menerima sejumlah pesan yang melebihi nilai yang Anda tentukan dalam setelan ini. Misalnya, asumsikan bahwa pengaturan ini dikonfigurasi untuk mengirim maksimal lima pesan per hari. Jika Anda memiliki 10 kampanye yang menargetkan titik akhir, dan semua 10 diluncurkan pada saat yang sama, maka titik akhir menerima 10 pesan. Namun, jika ada 10 kampanye yang menargetkan titik akhir, dan waktu mulai kampanye dipisahkan oleh beberapa menit, maka penerima hanya menerima lima pesan.

Jumlah maksimum pesan per titik akhir

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim ke satu titik akhir oleh setiap kampanye. Jika kampanye berulang, pengaturan ini berlaku untuk semua proses kampanye. Nilai yang Anda tentukan tidak boleh lebih besar dari 100.

Note

Pengaturan ini mempertimbangkan jumlah pesan yang menargetkan titik akhir, sebagai lawan dari jumlah pesan yang benar-benar dikirim ke titik akhir. Misalnya, jika kampanye dikonfigurasi untuk mengirim pesan secara otomatis saat pelanggan membuat akun baru, tetapi titik akhir tidak dapat menerima pesan (misalnya, jika pengaturan waktu tenang berlaku untuk titik akhir), maka titik akhir masih dihitung sebagai telah ditargetkan. Dalam situasi ini, titik akhir akan dihapus dari kampanye berikutnya.

Jumlah maksimum pesan per detik

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah maksimum pesan yang dapat dikirim setiap detik oleh kampanye. Nilai yang Anda tentukan harus berupa angka antara 1 dan 20.000. Jika Anda menentukan parameter pesan per detik, kami mencoba mencocokkannya. Jika tidak, jika ini tidak didefinisikan, kami mencoba untuk menyampaikan pesan secepat mungkin. Perhatikan bahwa kecepatan pengiriman, bagaimanapun, bergantung pada latensi saluran pada waktu tertentu.

Jumlah waktu maksimum untuk menjalankan kampanye

Gunakan setelan ini untuk menentukan jumlah waktu maksimum, dalam hitungan detik, kampanye dapat mencoba mengirimkan pesan setelah waktu mulai yang dijadwalkan. Nilai minimum untuk pengaturan ini adalah 60 detik.

b. Pengaturan perjalanan**Pesan harian maksimum per titik akhir di semua perjalanan**

Gunakan pengaturan ini untuk menentukan jumlah maksimum kali dalam periode 24 jam bahwa titik akhir dapat dikirim ke semua perjalanan. Nilai default adalah nol dan berarti tidak ada batasan berapa kali titik akhir dapat dikirim dalam periode 24 jam.

Jumlah maksimum pesan di semua perjalanan dalam jangka waktu tertentu

Gunakan pengaturan ini untuk menentukan jumlah maksimum kali pesan dapat dikirim ke satu titik akhir dalam Jangka Waktu yang ditentukan. Misalnya, jika Anda ingin mengirim maksimal 3 pesan dalam jangka waktu 7 hari ke setiap titik akhir. Pengaturan

default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah pesan yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan.

Jangka waktu

Jumlah hari yang diterapkan ke jumlah maksimum pesan di semua perjalanan dalam jangka waktu jika tidak disetel ke 0. Pengaturan default adalah 0, yang berarti tidak ada batasan jumlah hari yang dapat diterima titik akhir dalam perjalanan.

6. Setelah selesai, pilih Simpan.

Menghapus proyek

Jika Anda ingin menghapus proyek dari Amazon Pinpoint sepenuhnya, Anda dapat menghapus proyek dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint.

Warning

Jika Anda menghapus proyek, Amazon Pinpoint menghapus semua setelan khusus proyek, kampanye, perjalanan, dan informasi lainnya untuk proyek tersebut. Informasi tidak dapat dipulihkan.

Saat Anda menghapus proyek, Amazon Pinpoint menghapus semua setelan khusus proyek untuk notifikasi push dan saluran pesan SMS dua arah, serta semua segmen, kampanye, perjalanan, dan data analitik khusus proyek yang disimpan di Amazon Pinpoint, seperti berikut ini:

- Segmen — Semua pengaturan segmen dan data. Untuk segmen dinamis, ini termasuk grup segmen dan filter yang Anda tentukan. Untuk segmen yang diimpor, ini termasuk titik akhir, ID pengguna, dan data lain yang Anda impor, dan filter apa pun yang Anda terapkan.
- Kampanye — Semua pesan, perlakuan dan variabel pesan, data analitik, jadwal, dan pengaturan lainnya.
- Perjalanan — Semua aktivitas, data analitik, jadwal, dan pengaturan lainnya.
- Analytics — Data untuk semua metrik keterlibatan, seperti jumlah pesan yang dikirim dan dikirim untuk kampanye dan perjalanan, dan semua metrik eksekusi perjalanan. Untuk aplikasi seluler dan web, semua data peristiwa yang tidak dialirkan ke AWS layanan lain seperti Amazon Kinesis, semua saluran, dan data untuk penggunaan aplikasi, pendapatan, dan metrik demografis. Sebelum Anda menghapus proyek, kami sarankan Anda mengeksport data ini ke lokasi lain. Untuk informasi selengkapnya, lihat [the section called “Mengeksport dasbor”](#).

Perhatikan bahwa setelan dan data tingkat akun untuk akun Amazon Pinpoint dan akun Akun AWS Anda tidak dihapus. Hal ini mencakup:

- Templat pesan.
- Akses produksi dan pengiriman kuota untuk saluran.
- Nomor telepon khusus untuk mengirim SMS dan pesan suara, dan untuk menerima pesan SMS.
- Identitas terverifikasi untuk mengirim email dan pesan SMS.
- Informasi SMS seperti kode pendek, kode panjang, kata kunci, dan ID pengirim terdaftar untuk mengirim pesan SMS.
- Kredensi SMTP dan pengaturan lain untuk mengirim email dengan menggunakan antarmuka Amazon Pinpoint SMTP.
- Pengaturan konfigurasi untuk menghubungkan ke dan menggunakan model pembelajaran mesin.

Selain itu, data yang disimpan di AWS layanan lain tidak dihapus. Ini termasuk data peristiwa yang Anda streaming ke AWS layanan lain seperti Amazon Kinesis, file yang diimpor dari bucket Amazon Simple Storage Service (Amazon S3) untuk menentukan segmen, serta metrik Amazon Pinpoint serta alarm pengeluaran yang Anda konfigurasi di Amazon. CloudWatch

Untuk menghapus proyek

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda hapus.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Pengaturan umum.
4. Pilih Hapus proyek.
5. Masukkan nama proyek yang ingin Anda hapus, lalu pilih Ok.

Pengaturan Email

Gunakan halaman pengaturan Email untuk melihat informasi tentang penggunaan email untuk akun Amazon Pinpoint Anda, seperti jumlah email yang telah Anda kirim selama 24 jam terakhir dan apakah ada batasan pengiriman pada akun Anda.

Anda juga dapat menggunakan halaman pengaturan Email untuk mengaktifkan atau menonaktifkan saluran email untuk proyek saat ini. Jika Anda menonaktifkan saluran email untuk proyek, Anda tidak

dapat mengirim email dari kampanye atau perjalanan dalam proyek. Namun, Anda dapat mengirim email transaksional dari akun Amazon Pinpoint Anda.

Selain itu, Anda dapat menggunakan halaman Pengaturan email untuk memverifikasi identitas email untuk proyek saat ini. Di Amazon Pinpoint, identitas adalah alamat email atau domain yang Anda gunakan untuk mengirim email. Setiap alamat email yang ingin Anda gunakan sebagai alamat “Dari,” “Sumber,” “Pengirim,” atau “Jalur Kembali” dalam email harus diverifikasi sebelum Anda dapat mengirim email dengannya menggunakan Amazon Pinpoint.

Topik

- [Melihat detail tentang penggunaan email](#)
- [Mengaktifkan dan menonaktifkan saluran email](#)
- [Memverifikasi identitas](#)

Melihat detail tentang penggunaan email

Bagian penggunaan dan pembatasan Email pada halaman pengaturan Email menyediakan informasi tentang penggunaan email untuk akun Amazon Pinpoint Anda. Anda dapat melihat berapa banyak email yang telah dikirim dari akun Anda selama 24 jam terakhir. Anda dapat membandingkan nomor tersebut dengan jumlah email maksimum yang diizinkan untuk dikirimkan akun Anda selama periode 24 jam, yang disebut sebagai kuota pengiriman Anda. Anda juga dapat melihat jumlah maksimum email yang dapat Anda kirim per detik, yang disebut sebagai tingkat pengiriman Anda. Untuk laporan terperinci tambahan, lihat halaman analitik untuk [Kampanye](#) dan pesan [Transaksional](#).

Note

Kuota pengiriman email, tarif, dan nilai penggunaan yang ditampilkan di bagian ini berlaku untuk seluruh AWS akun Anda di AWS Wilayah saat ini. Jika Anda telah menggunakan Amazon SES untuk mengirim email di Wilayah yang sama, maka bagian ini menunjukkan berapa banyak pesan email yang Anda kirim dari Amazon SES dan Amazon Pinpoint.

Bagian penggunaan dan pembatasan Email juga menunjukkan apakah akun Anda ada di kotak pasir. Jika akun Anda berada di kotak pasir, kuota pengiriman dan tarif pengiriman Anda diatur ke nilai yang relatif rendah, dan Anda dapat mengirim email hanya ke alamat email atau domain terverifikasi. Untuk informasi tentang meminta kenaikan kuota pengiriman atau tarif pengiriman Anda,

lihat. [Mengelola kuota pengiriman email](#) Untuk informasi tentang menghapus akun Anda dari kotak pasir, lihat [the section called “Sandbox email”](#).

Mengaktifkan dan menonaktifkan saluran email

Untuk mengirim email untuk kampanye dan perjalanan dalam proyek saat ini, pertama-tama Anda harus mengaktifkan saluran email untuk proyek tersebut. Jika Anda tidak berencana mengirim email untuk kampanye atau perjalanan apa pun dalam proyek, Anda dapat menonaktifkan saluran email untuk proyek tersebut.

Perhatikan bahwa Anda tidak perlu mengaktifkan saluran email untuk mengirim email transaksional, yaitu email yang biasanya dikirim hanya sekali sebagai tanggapan atas tindakan tertentu. Untuk informasi tentang mengirim email transaksional, lihat. [the section called “Mengirim email”](#)

Untuk mengaktifkan saluran email untuk sebuah proyek

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda aktifkan salurannya.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Email.
4. Pada tab Identitas, pilih Edit.
5. Pilih Aktifkan saluran email untuk proyek ini.
6. Jika Anda belum memverifikasi identitas email, selesaikan prosedur yang sesuai di [the section called “Memverifikasi identitas”](#) bagian ini. Jika tidak, pilih identitas yang ingin Anda gunakan.
7. Pilih Simpan.

Proses untuk menonaktifkan saluran email serupa. Jika Anda menonaktifkan saluran email, Anda tidak dapat mengirim email untuk kampanye atau perjalanan apa pun dalam proyek. Namun, Anda dapat mengirim email transaksional dari akun Amazon Pinpoint Anda.

Untuk menonaktifkan saluran email

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda nonaktifkan salurannya.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Email.
4. Pada tab Identitas, pilih Edit.
5. Hapus Aktifkan saluran email untuk proyek ini, lalu pilih Simpan.

Memverifikasi identitas

Identitas adalah alamat email atau domain yang Anda gunakan untuk mengirim email. Setiap identitas yang Anda gunakan sebagai alamat “Dari,” “Sumber,” “Pengirim,” atau “Jalur Kembali” dalam email harus diverifikasi sebelum Anda dapat mengirim email dengannya menggunakan Amazon Pinpoint. Anda dapat memverifikasi sebanyak 10.000 alamat email atau domain, dalam kombinasi apa pun, di setiap AWS Wilayah. Jika akun Anda masih dalam kotak pasir Amazon Pinpoint, Anda juga perlu memverifikasi identitas yang Anda rencanakan untuk mengirim email.

Memverifikasi alamat email

Jika Anda tidak dapat mengubah setelan DNS untuk domain Anda atau Anda ingin mengirim email dari alamat pada domain komersial, seperti gmail.com atau hotmail.com, Anda dapat memverifikasi alamat email individual yang ingin Anda gunakan saat mengirim email dari proyek.

Untuk memverifikasi alamat email

1. Selesaikan prosedur di [bagian sebelumnya](#) untuk mengaktifkan saluran email.
2. Di bawah Jenis identitas, pilih Alamat email, lalu pilih Verifikasi alamat email baru.
3. Lakukan salah satu hal berikut:
 - Pilih Gunakan alamat email yang ada, lalu pilih Alamat pengirim default. Anda dapat secara opsional memasukkan nama pengirim Ramah yang mengidentifikasi alamat ini.
 - Pilih Verifikasi alamat email baru, masukkan alamat pengirim Default baru yang ingin Anda verifikasi. Alamat email harus berupa alamat yang dapat Anda akses dan dapat menerima email.
4. Pilih Verifikasi alamat email.
5. Pilih Simpan.
6. Centang kotak masuk alamat yang Anda masukkan dan cari email dari no-reply-aws@amazon.com. Buka email dan klik tautan di email untuk menyelesaikan proses verifikasi alamat email.

Note

Anda akan menerima email verifikasi dalam waktu lima menit. Jika Anda tidak menerima email, lakukan hal berikut:

- Pastikan Anda mengetik alamat dengan benar.

- Pastikan bahwa alamat email yang Anda coba verifikasi dapat menerima email. Anda dapat menguji ini dengan menggunakan alamat email lain untuk mengirim email percobaan ke alamat yang ingin Anda verifikasi.
- Periksa folder email sampah Anda.

Tautan di email verifikasi kedaluwarsa setelah 24 jam. Untuk mengirim ulang email verifikasi, pilih Kirim email verifikasi lagi pada tab Identitas pada halaman Pengaturan Email.

Saat Anda memverifikasi alamat email, pertimbangkan hal berikut:

- Amazon Pinpoint memiliki titik akhir di beberapa AWS Wilayah dan status verifikasi alamat email terpisah untuk setiap Wilayah. Jika Anda ingin mengirim email dari identitas yang sama di lebih dari satu Wilayah, Anda harus memverifikasi identitas itu di setiap Wilayah. Anda dapat memverifikasi sebanyak 10.000 identitas (alamat email dan domain, dalam kombinasi apa pun) di setiap AWS Wilayah.
- Bagian lokal dari alamat email, yang merupakan bagian yang mendahului tanda at (@), peka huruf besar/kecil. Misalnya, jika Anda memverifikasi user@example.com, Anda tidak dapat mengirim email dari USER@example.com kecuali Anda memverifikasi alamat itu juga.
- Nama domain tidak peka huruf besar/kecil. Misalnya, jika Anda memverifikasi user@example.com, Anda juga dapat mengirim email dari user@EXAMPLE.com.
- Anda dapat menerapkan label ke alamat email terverifikasi dengan menambahkan tanda plus (+) diikuti dengan string teks setelah bagian lokal alamat dan sebelum tanda at (@). Misalnya, untuk menerapkan label1 ke alamat user@example.com, gunakan user+label1@example.com. Anda dapat menggunakan label sebanyak yang Anda inginkan untuk setiap alamat yang diverifikasi. Anda juga dapat menggunakan label di bidang "From" dan "Return-Path" untuk mengimplementasikan Variable Envelope Return Path (VERP).

Note

Saat Anda memverifikasi alamat yang tidak berlabel, Anda memverifikasi semua alamat yang dapat dibentuk dengan menambahkan label ke alamat tersebut. Namun, jika Anda memverifikasi alamat berlabel, Anda tidak dapat menggunakan label lain dengan alamat tersebut.

Memverifikasi domain

Jika Anda berencana untuk mengirim email dari domain yang Anda miliki, Anda harus memverifikasi domain tersebut, bukan alamat email individual dari domain tersebut. Setelah memverifikasi domain, Anda dapat mengirim email dari alamat mana pun di domain tersebut. Misalnya, jika Anda memverifikasi domain `example.com`, Anda dapat mengirim email dari `carlos@example.com`, `jane@example.com`, dan alamat lain di domain `example.com`. Anda juga dapat mengirim email dari alamat apa pun di subdomain mana pun dari domain. Misalnya, jika Anda memverifikasi domain `example.com`, Anda dapat mengirim email dari `jane@example.com` dan `john@subdomain.example.com`.

Important

Untuk memverifikasi domain, Anda harus dapat mengubah pengaturan DNS untuk domain tersebut. Prosedur untuk memodifikasi pengaturan DNS untuk domain bervariasi tergantung pada DNS atau penyedia hosting web. Untuk informasi tentang mengubah setelan DNS untuk domain Anda, lihat dokumentasi untuk penyedia Anda.

Untuk memverifikasi domain

1. Selesaikan prosedur di [bagian sebelumnya](#) untuk mengaktifkan saluran email.
2. Di bawah Jenis identitas, pilih Domain, lalu pilih Verifikasi domain baru.
3. Untuk Domain, masukkan nama domain yang ingin Anda verifikasi.
4. Untuk alamat pengirim default, masukkan alamat email yang ingin Anda gunakan secara default saat Anda mengirim email dari domain ini. Saat Anda mengirim email, Anda dapat menentukan alamat yang berbeda. Namun, jika Anda tidak menentukan alamat yang berbeda untuk email tertentu, Amazon Pinpoint mengirimkan email dari alamat default ini.
5. Pilih Verifikasi domain.
6. Di bawah catatan DNS untuk verifikasi domain, salin tiga catatan CNAME dan simpan ke lokasi di komputer Anda. Atau, untuk mengunduh dan menyimpan catatan dalam file.csv, pilih Unduh set catatan.
7. Masuk ke konsol manajemen untuk penyedia DNS Anda, lalu buat tiga catatan CNAME baru yang berisi nilai yang Anda simpan di langkah sebelumnya. Lihat bagian selanjutnya untuk tautan ke dokumentasi untuk beberapa penyedia utama.

Biasanya diperlukan waktu 24–48 jam agar perubahan pada pengaturan DNS diterapkan. Segera setelah Amazon Pinpoint mendeteksi ketiga catatan CNAME ini dalam konfigurasi DNS domain Anda, proses verifikasi selesai. Anda tidak dapat mengirim email dari domain hingga proses verifikasi selesai.

Saat Anda memverifikasi domain, pertimbangkan hal berikut:

- Anda dapat mengirim email dari subdomain mana pun dari domain yang diverifikasi tanpa memverifikasi subdomain secara khusus. Misalnya, jika Anda memverifikasi `example.com`, Anda tidak perlu memverifikasi `example.com` atau `a.b.example.com`.
- Seperti yang ditentukan dalam [RFC 1034](#), setiap label DNS dapat memiliki hingga 63 karakter. Selain itu, seluruh nama domain tidak boleh melebihi panjang total 255 karakter.
- Amazon Pinpoint memiliki titik akhir di beberapa AWS Wilayah dan status verifikasi domain terpisah untuk setiap Wilayah. Jika Anda ingin mengirim email dari identitas yang sama di lebih dari satu Wilayah, Anda harus memverifikasi identitas itu di setiap Wilayah. Anda dapat memverifikasi sebanyak 10.000 identitas (domain dan alamat email, dalam kombinasi apa pun) di setiap AWS Wilayah.

Petunjuk untuk mengkonfigurasi catatan DNS untuk berbagai penyedia

Prosedur untuk memperbarui catatan DNS untuk domain bervariasi tergantung pada DNS atau penyedia hosting web yang Anda gunakan. Tabel berikut mencantumkan tautan ke dokumentasi untuk beberapa penyedia umum. Daftar ini tidak lengkap dan penyertaan dalam daftar ini bukan merupakan dukungan atau rekomendasi produk atau layanan perusahaan mana pun. Jika penyedia Anda tidak tercantum dalam tabel, Anda mungkin dapat menggunakan domain dengan Amazon Pinpoint.

Penyedia DNS/Hosting	Tautan dokumentasi
Amazon Route 53	Membuat Rekaman dengan Menggunakan Konsol Amazon Route 53
GoDaddy	Tambahkan catatan CNAME
Dreamhost	Bagaimana cara menambahkan catatan DNS khusus?

Penyedia DNS/Hosting	Tautan dokumentasi
Cloudflare	Mengelola catatan DNS di Cloudflare
HostGator	Mengelola Rekaman DNS HostGator dengan/eNom
Namecheap	Bagaimana cara menambahkan catatan TXT/SPF/DKIM/DMARC untuk domain saya?
Names.co.uk	Mengubah pengaturan DNS domain Anda
Wix	Menambahkan atau Memperbarui Catatan CNAME di Akun Wix Anda

Kiat verifikasi domain dan pemecahan masalah

Jika Anda menyelesaikan langkah-langkah sebelumnya tetapi domain Anda masih belum diverifikasi setelah 72 jam, periksa hal berikut:

- Pastikan bahwa Anda memasukkan nilai untuk data DNS pada kolom yang benar. Beberapa penyedia menyebut bidang Name/host sebagai Host atau Hostname. Selain itu, beberapa penyedia layanan mengacu pada kolom Nilai catatan sebagai Poin ke atau Hasil.
- Pastikan bahwa penyedia Anda tidak secara otomatis menambahkan nama domain Anda ke nilai Nama/Host yang Anda masukkan dalam data DNS. Beberapa penyedia menambahkan nama domain tanpa menunjukkan bahwa mereka telah melakukannya. Jika penyedia Anda menambahkan nama domain Anda ke nilai Nama/Host, hapus nama domain dari akhir nilai. Anda juga dapat mencoba menambahkan periode ke akhir nilai dalam catatan DNS. Periode ini menunjukkan kepada penyedia bahwa nama domain sepenuhnya memenuhi syarat.
- Karakter garis bawah (_) diperlukan dalam nilai Nama/host dari setiap catatan DNS. Jika penyedia Anda tidak mengizinkan garis bawah di nama catatan DNS, hubungi tim dukungan pelanggan penyedia untuk mendapatkan bantuan tambahan.
- Catatan validasi yang harus Anda tambahkan ke konfigurasi DNS untuk domain Anda berbeda untuk setiap AWS Wilayah. Jika Anda ingin menggunakan domain untuk mengirim email dari beberapa AWS Wilayah, Anda harus memverifikasi domain di masing-masing Wilayah tersebut.

Pengaturan SMS dan suara

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Gunakan halaman pengaturan SMS dan suara untuk mengaktifkan atau menonaktifkan saluran SMS untuk proyek saat ini. Anda juga dapat menggunakan halaman ini untuk melakukan hal berikut:

- Kelola pengaturan default yang berlaku untuk semua pesan SMS yang Anda kirim dari AWS akun Anda. Pengaturan ini juga berlaku untuk pesan yang Anda kirim menggunakan AWS layanan lain seperti Amazon SNS.
- Lihat daftar nomor telepon yang dapat Anda gunakan untuk mengirim SMS dan pesan suara.
- Minta kode panjang, nomor bebas pulsa, atau nomor telepon 10DLC.

Jenis pembelian nomor

Pada halaman pengaturan SMS dan suara, Anda dapat meminta jenis nomor berikut:

- 10DLC (Amerika Serikat dan wilayah AS di Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika) — Jenis kode panjang yang terdaftar di operator seluler khusus untuk mendukung pesan SMS Aplikasi-ke-Orang (A2P) volume tinggi menggunakan 10 digit nomor telepon. Untuk menggunakan 10DLC, Anda harus terlebih dahulu mendaftarkan perusahaan dan kasus penggunaan Anda. Setelah Anda menyelesaikan pendaftaran ini, Anda dapat mengaitkan nomor telepon dengan kampanye 10DLC Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang pengaturan 10DLC, lihat [10DLC](#).
- Bebas pulsa (Amerika Serikat dan wilayah AS di Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika) — Nomor 10 digit yang dimulai dengan salah satu awalan berikut: 800, 888, 877, 866, 855, 844, atau 833. Nomor bebas pulsa hanya boleh digunakan untuk mengirim pesan transaksional, seperti konfirmasi pendaftaran atau kata sandi satu kali. Mereka dapat mendukung hingga tiga bagian pesan per detik. Pesan opt-in dan opt-out dikelola di hilir dari AWS. Untuk alasan ini, Anda tidak dapat mengubah pesan yang ditampilkan saat penerima memilih masuk

atau tidak menerima pesan Anda. Untuk informasi lebih lanjut tentang mendaftarkan nomor bebas pulsa, lihat [Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#)

- Kode panjang — Nomor telepon yang menggunakan format nomor negara atau wilayah tempat penerima Anda berada. Misalnya, di AS dan Kanada, kode panjang berisi 11 digit: nomor 1 (kode negara), kode area tiga digit, dan nomor telepon tujuh digit. Anda dapat membeli kode panjang untuk digunakan dengan saluran suara di halaman pengaturan SMS dan suara.
- Kode pendek — Nomor telepon pendek (biasanya 5-6 digit) untuk mengirim pesan SMS. Kode pendek biasanya mendukung tingkat throughput yang sangat tinggi. Misalnya, di AS dan Kanada, kode pendek mendukung 100 bagian pesan per detik secara default, dan dapat mendukung tarif yang jauh lebih tinggi dengan biaya tambahan. Kemampuan ini bervariasi menurut negara atau wilayah. Biasanya dibutuhkan beberapa minggu untuk mendapatkan kode pendek. Untuk mendapatkan kode pendek, Anda harus membuat AWS Support kasing. Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode singkat, lihat [the section called “Meminta kode pendek”](#).

Kemampuan nomor telepon AS

Amazon Pinpoint mendukung lebih banyak jenis nomor telepon di Amerika Serikat daripada di negara lain. Tabel berikut membandingkan kemampuan jenis nomor telepon yang dapat Anda gunakan untuk mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat.


Note

Kode pendek dan kode panjang tersedia di negara dan wilayah selain Amerika Serikat. Kemampuan jenis angka ini bervariasi menurut negara. Untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode pendek, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#); untuk informasi selengkapnya tentang meminta kode panjang, lihat [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#)

Nomor telepon bebas pulsa dan 10DLC hanya tersedia di Amerika Serikat dan wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika.

Jenis nomor	Format nomor	Dukungan saluran	Memerlukan pendaftaran	Waktu penyediaan	Throughput SMS
Kode pendek	5—6 digit	Hanya SMS	Ya	Setidaknya 10 minggu	100 bagian pesan per

Jenis nomor	Format nomor	Dukungan saluran	Memerlukan pendaftaran	Waktu penyediaan	Throughput SMS
					detik secara default

Jenis nomor	Format nomor	Dukungan saluran	Memerlukan pendaftaran	Waktu penyediaan	Throughput SMS
Bebas pulsa	10 digit	SMS, suara	Ya <div data-bbox="829 352 1049 1869" style="border: 1px solid #f08080; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p> Important</p> <p>Operator seluler AS baru-baru ini mengubah kebijakan mereka, dan akan mengharuskan semua nomor bebas pulsa (TFN) menyelesaikan proses pendaftaran, lihat Mendaftar kan nomor bebas pulsa Anda</p> </div>	15 hari	3 bagian pesan per detik

Jenis nomor	Format nomor	Dukungan saluran	Memerlukan pendaftaran	Waktu penyediaan	Throughput SMS
			<p>untuk informasi lebih lanjut. Anda dapat memeriksa status nomor Anda dengan mengunjungi Status pendaftaran nomor bebas pulsa. Diperlukan waktu hingga 15 hari kerja untuk pendaftaran. Anda diproses setelah diserahkan.</p>		

Jenis nomor	Format nomor	Dukungan saluran	Memerlukan pendaftaran	Waktu penyediaan	Throughput SMS
10DLC	10 digit	SMS, suara	Ya	Sekitar 2 minggu	Bervariasi berdasarkan detail perusahaan dan kampanye
Kode panjang yang tidak terdaftar	10 digit	Hanya suara	Tidak	Tersedia segera	Tidak berlaku—hanya dapat digunakan untuk suara

Kotak pasir SMS dan suara

Akun baru yang menggunakan Amazon Pinpoint SMS dan saluran pesan suara ditempatkan di lingkungan kotak pasir. Saat akun Anda berada di kotak pasir, Anda dapat mengakses semua fitur pengiriman pesan Amazon Pinpoint, tetapi dengan batasan. Anda dapat meminta akses produksi untuk menghapus batasan ini. Lihat informasi yang lebih lengkap di [Tentang kotak pasir SMS Amazon Pinpoint](#) dan [Kotak pasir suara Amazon Pinpoint](#).

10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [proses pendaftaran 10DLC di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint](#)

Jika Anda menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat atau wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika, Anda dapat menggunakan nomor telepon 10DLC untuk mengirimkan pesan tersebut. Singkatan 10DLC adalah singkatan dari “10-digit long code.” Nomor telepon 10DLC terdaftar untuk digunakan oleh pengirim tunggal dan untuk satu kasus penggunaan. Proses pendaftaran ini memberikan wawasan operator seluler tentang kasus penggunaan yang disetujui untuk setiap nomor telepon yang digunakan untuk mengirim pesan. Hasilnya, nomor telepon 10DLC dapat menawarkan tingkat throughput dan deliverability yang tinggi.

Pesan yang Anda kirim dari nomor telepon 10DLC muncul di perangkat penerima Anda sebagai nomor telepon 10 digit. Anda dapat menggunakan nomor telepon 10DLC untuk mengirim pesan transaksional dan promosi. Jika Anda sudah menggunakan kode pendek atau nomor bebas pulsa untuk mengirim pesan Anda, maka Anda tidak perlu mengatur 10DLC.

Untuk mengatur 10DLC, Anda terlebih dahulu mendaftarkan perusahaan atau merek Anda. Selanjutnya, Anda membuat kampanye 10DLC, yang merupakan deskripsi kasus penggunaan Anda. Informasi ini kemudian dibagikan dengan Registry Kampanye, sebuah organisasi industri yang mengumpulkan informasi pendaftaran 10DLC.

Note

Untuk informasi selengkapnya tentang cara Registri Kampanye menggunakan informasi Anda, lihat FAQ di [situs web Registri Kampanye](#).

Setelah perusahaan Anda dan kampanye 10DLC disetujui, Anda dapat membeli nomor telepon dan mengaitkannya dengan kampanye 10DLC Anda. Mengaitkan nomor telepon dengan kampanye 10DLC dapat memakan waktu sekitar 14 hari untuk menyelesaikannya. Meskipun Anda dapat mengaitkan beberapa nomor telepon dengan satu kampanye, Anda tidak dapat menggunakan nomor telepon yang sama di beberapa kampanye 10DLC. Untuk setiap kampanye 10DLC yang Anda buat, Anda harus memiliki setidaknya satu nomor telepon unik. Throughput untuk nomor telepon 10DLC didasarkan pada perusahaan dan informasi pendaftaran kampanye yang Anda berikan. Mengaitkan beberapa nomor telepon dengan kampanye 10DLC tidak memberikan throughput tambahan.

Jika Anda memiliki kode panjang yang tidak terdaftar di akun Amazon Pinpoint Anda, Anda dapat meminta agar kode tersebut dikonversi ke nomor 10DLC. Untuk mengonversi kode panjang yang ada, selesaikan proses registrasi, lalu buat case di AWS Support Center. Dalam beberapa situasi, tidak mungkin untuk mengonversi kode panjang yang tidak terdaftar ke nomor telepon 10DLC. Dalam

hal ini, Anda harus meminta nomor baru melalui konsol Amazon Pinpoint dan mengaitkannya dengan kampanye 10DLC Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang penggunaan 10DLC dengan kode panjang yang ada, lihat [Mengaitkan kode panjang yang ada dengan kampanye 10DLC](#)

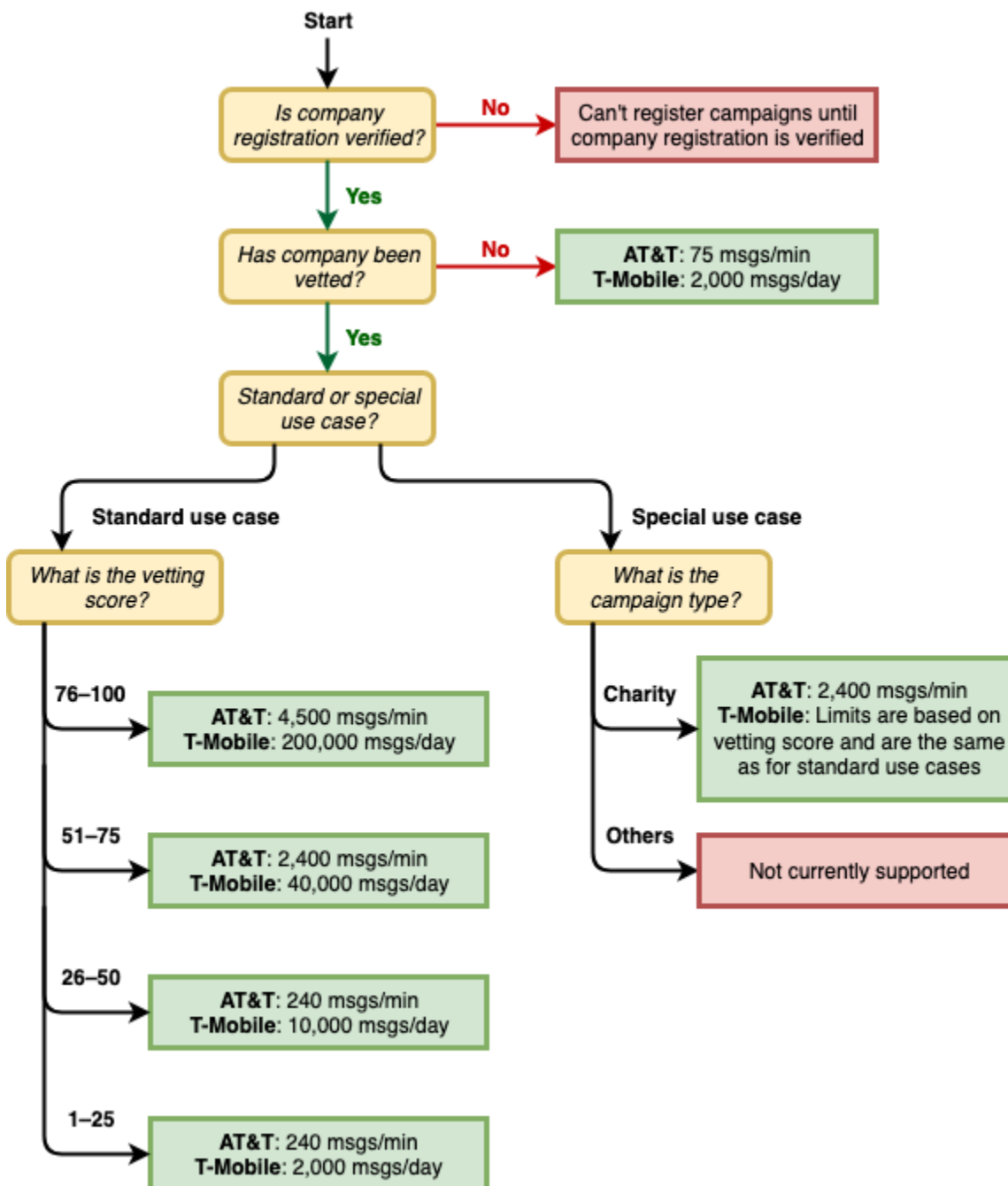
Kemampuan 10DLC

Kemampuan nomor telepon 10DLC tergantung pada operator seluler mana yang digunakan penerima Anda. AT&T memberikan batasan jumlah bagian pesan yang dapat dikirim setiap menit untuk setiap kampanye. T-Mobile menyediakan batas harian pesan yang dapat dikirim untuk setiap perusahaan, tanpa batasan jumlah bagian pesan yang dapat dikirim per menit. Verizon belum mempublikasikan batas throughput, tetapi menggunakan sistem penyaringan untuk 10DLC yang dirancang untuk menghapus spam, pesan yang tidak diminta, dan konten yang kasar, dengan sedikit penekanan pada throughput pesan yang sebenarnya.

Kampanye 10DLC baru yang terkait dengan perusahaan yang tidak diperiksa dapat mengirim 75 bagian pesan per menit kepada penerima yang menggunakan AT&T, dan 2.000 pesan per hari ke penerima yang menggunakan T-Mobile. Batas perusahaan dibagi di semua kampanye 10DLC Anda. Misalnya, jika Anda telah mendaftarkan satu perusahaan dan dua kampanye, penjatahan harian 2.000 pesan kepada pelanggan T-Mobile dibagikan di seluruh kampanye tersebut. Demikian pula, jika Anda mendaftarkan perusahaan yang sama di lebih dari satu AWS akun, penjatahan harian dibagikan di seluruh akun tersebut.

Jika kebutuhan throughput Anda melebihi batas ini, Anda dapat meminta agar pendaftaran perusahaan Anda diperiksa. Ketika Anda memeriksa pendaftaran perusahaan Anda, penyedia verifikasi pihak ketiga menganalisis detail perusahaan Anda. Penyedia verifikasi kemudian memberikan skor pemeriksaan, yang menentukan kemampuan kampanye 10DLC Anda. Ada biaya satu kali untuk layanan pemeriksaan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memeriksa pendaftaran 10DLC Anda](#).

Tingkat throughput aktual Anda akan bervariasi tergantung pada berbagai faktor, seperti apakah perusahaan Anda telah diperiksa atau tidak, jenis kampanye Anda, dan skor pemeriksaan Anda. Diagram alur berikut menunjukkan tingkat throughput untuk berbagai situasi.



Tingkat throughput untuk 10DLC ditentukan oleh operator seluler AS bekerja sama dengan Registry Kampanye. Baik Amazon Pinpoint maupun layanan pengiriman SMS lainnya tidak dapat meningkatkan throughput 10DLC di luar tarif ini. Jika Anda membutuhkan tingkat throughput yang tinggi dan tingkat pengiriman yang tinggi di semua operator AS, kami sarankan Anda menggunakan kode singkat. Untuk informasi lebih lanjut tentang mendapatkan kode pendek, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Menyiapkan 10DLC

Anda dapat mengatur 10DLC langsung di konsol Amazon Pinpoint. Untuk mengatur 10DLC, Anda harus menyelesaikan semua langkah berikut.

1. Daftarkan perusahaan Anda

Langkah pertama dalam menyiapkan 10DLC adalah mendaftarkan perusahaan atau merek Anda. Untuk informasi tentang pendaftaran perusahaan, lihat [Mendaftarkan perusahaan atau merek untuk digunakan dengan 10DLC](#). Ada biaya pendaftaran satu kali untuk mendaftarkan perusahaan Anda. Biaya ini ditampilkan di halaman pendaftaran.

2. (Opsional, tetapi disarankan) Terapkan untuk pemeriksaan

Jika pendaftaran perusahaan Anda berhasil, Anda dapat mulai membuat kampanye 10DLC bervolume rendah dan campuran. Kampanye ini dapat mengirim 75 pesan per menit ke penerima yang menggunakan AT&T, dan perusahaan terdaftar Anda dapat mengirim 2.000 pesan per hari ke penerima yang menggunakan T-Mobile. Jika kasus penggunaan Anda memerlukan tingkat throughput yang melebihi nilai-nilai ini, Anda dapat mengajukan permohonan untuk pemeriksaan pendaftaran perusahaan Anda. Memeriksa pendaftaran perusahaan Anda dapat meningkatkan tingkat throughput untuk perusahaan dan kampanye Anda, tetapi tidak dijamin untuk melakukannya. Untuk informasi lebih lanjut tentang pemeriksaan, lihat [Memeriksa pendaftaran 10DLC Anda](#).


3. Daftarkan kampanye Anda

Jika Registri Kampanye dapat memverifikasi informasi perusahaan yang Anda berikan, Anda dapat membuat kampanye 10DLC. Kampanye 10DLC berisi informasi tentang kasus penggunaan Anda. Setiap kampanye 10DLC dapat dikaitkan dengan satu perusahaan. Amazon Pinpoint mengirimkan informasi kampanye ini ke Registri Kampanye untuk persetujuan. Dalam kebanyakan kasus, persetujuan kampanye 10DLC bersifat instan. Dalam beberapa kasus, Registri Kampanye mungkin memerlukan informasi tambahan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mendaftarkan kampanye 10DLC](#). Anda dikenakan biaya bulanan berulang untuk setiap kampanye 10DLC yang Anda daftarkan. Biaya bulanan bervariasi tergantung pada kasus penggunaan Anda. Biaya berulang untuk kampanye Anda ditampilkan di halaman pendaftaran.

4. Minta nomor 10DLC Anda

Setelah kampanye 10DLC disetujui, Anda dapat meminta nomor telepon dan mengaitkan nomor tersebut dengan kampanye 10DLC yang disetujui. Setiap nomor telepon hanya dapat dikaitkan

dengan satu kampanye 10DLC. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta nomor](#). Ada biaya berulang bulanan untuk menyewakan nomor telepon. Biaya ini ditampilkan di halaman pembelian.


 Note

Anda dikenakan biaya sewa nomor 10DLC bulanan terlepas dari statusnya. Misalnya, nomor 10DLC dalam status Tertunda masih menghasilkan biaya sebulan. Untuk informasi selengkapnya tentang harga, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

Biaya pendaftaran 10DLC dan biaya bulanan

Ada biaya pendaftaran dan biaya bulanan yang terkait dengan penggunaan 10DLC, seperti mendaftarkan perusahaan dan kampanye 10DLC Anda. Ini terpisah dari bulanan atau AWS biaya lainnya. Untuk informasi selengkapnya tentang biaya 10DLC, lihat halaman Harga [Amazon Pinpoint](#).

Mendaftarkan perusahaan atau merek untuk digunakan dengan 10DLC

 Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [proses pendaftaran 10DLC di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint](#)

Sebelum Anda dapat meminta nomor telepon 10DLC, Anda harus mendaftarkan perusahaan atau merek Anda. Pendaftaran perusahaan dikelola oleh organisasi industri yang disebut Registry Kampanye.

Anda perlu mendaftarkan perusahaan Anda per setiap AWS akun yang akan menggunakan perusahaan. Setelah terdaftar, Anda dapat mengedit informasi perusahaan dan kontak Anda. Untuk menghapus perusahaan terdaftar, buat kasing dengan AWS Support. Untuk informasi selengkapnya tentang mengedit atau menghapus detail perusahaan, lihat [Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar](#).

Jika Anda adalah Penjual Perangkat Lunak Independen (ISV), yang berwenang untuk menyediakan layanan pesan kepada bisnis lain yang diwakili oleh merek mereka sendiri, Anda dapat mendaftarkan perusahaan yang Anda wakili dan meminta nomor 10DLC atas nama mereka melalui Amazon Pinpoint. Ada batas 25 perusahaan per AWS akun tetapi dapat ditingkatkan untuk pelanggan yang memenuhi syarat, lihat kuota [10DLC](#).

Status pendaftaran perusahaan 10DLC

Saat Anda mendaftarkan perusahaan atau merek Anda, salah satu dari dua status dikembalikan: Tidak Terverifikasi atau Terverifikasi. Jika status pendaftaran perusahaan Anda belum diverifikasi, itu berarti ada masalah dengan pendaftaran Anda. Misalnya, Nama Perusahaan Terdaftar yang Anda berikan mungkin tidak sama persis dengan nama terdaftar perusahaan yang terkait dengan ID Pajak yang Anda berikan. Jika Anda menemukan masalah dengan detail pendaftaran perusahaan Anda, Anda dapat memperbaikinya. Untuk informasi selengkapnya tentang memodifikasi detail pendaftaran perusahaan Anda, lihat [Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar](#).

Jika status pendaftaran perusahaan Anda Terverifikasi, maka detail pendaftaran yang Anda berikan akurat, dan Anda dapat mulai membuat kampanye 10DLC.

Mendaftarkan perusahaan atau merek Anda

Important


Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [formulir pendaftaran merek 10DLC di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint](#)

Anda dapat menyelesaikan proses pendaftaran perusahaan langsung di konsol Amazon Pinpoint. Detail yang Anda berikan dalam proses ini menentukan kemampuan throughput nomor telepon 10DLC Anda. Pastikan informasi yang Anda berikan akurat.

Cara mendaftarkan perusahaan

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)


2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, pilih Daftarkan perusahaan.

 Note

Halaman Daftarkan perusahaan Anda menampilkan biaya Pendaftaran. Ini adalah biaya satu kali yang terkait dengan pendaftaran perusahaan Anda. Biaya ini terpisah dari biaya atau biaya bulanan lainnya. Ini dibebankan kepada Anda ketika Anda mendaftarkan perusahaan Anda, atau ketika Anda memodifikasi rincian pendaftaran perusahaan yang ada.

4. Di bagian Info Perusahaan, lakukan hal berikut:

- Untuk nama perusahaan Legal, masukkan nama perusahaan yang terdaftar di bawah. Nama yang Anda masukkan harus sama persis dengan nama perusahaan yang terkait dengan ID pajak yang Anda berikan.

 Important


Pastikan untuk menggunakan nama resmi perusahaan Anda. Setelah dikirimkan, Anda tidak dapat mengubah informasi ini. Informasi yang salah atau tidak lengkap dapat mengakibatkan pendaftaran Anda tertunda atau ditolak.

- Untuk Apa jenis bentuk hukum organisasi ini, pilih opsi yang paling menggambarkan perusahaan Anda.

 Note

Pemerintah AS dan ot-for-profit opsi N hanya dapat digunakan untuk mendaftarkan organisasi yang berbasis di Amerika Serikat. Jika organisasi Anda berbasis di negara selain AS, Anda harus mendaftar sebagai Private for-profit, terlepas dari bentuk hukum sebenarnya dari organisasi Anda.

- Jika Anda memilih Publik untuk mendapatkan keuntungan pada langkah sebelumnya, masukkan simbol saham perusahaan dan bursa saham tempat terdaftar.
- Untuk Negara pendaftaran, pilih negara tempat perusahaan terdaftar.
- Untuk Melakukan Bisnis Sebagai (DBA) atau nama merek, masukkan nama lain yang perusahaan Anda lakukan sebagai bisnis.

- Untuk ID Pajak atau Nomor Registrasi Bisnis, masukkan ID pajak perusahaan Anda. ID yang Anda masukkan tergantung pada negara tempat perusahaan Anda terdaftar.
 - Jika Anda mendaftarkan entitas AS atau non-AS yang memiliki Nomor Identifikasi Pemberi Kerja IRS (EIN), masukkan EIN sembilan digit Anda. Nama perusahaan resmi, EIN, dan alamat fisik yang Anda masukkan semuanya harus sesuai dengan informasi perusahaan yang terdaftar di IRS.
 - Jika Anda mendaftarkan entitas Kanada, masukkan nomor Korporasi federal atau provinsi Anda. Jangan masukkan Nomor Bisnis (BN) yang disediakan oleh CRA. Nama perusahaan resmi, nomor Perusahaan, dan alamat fisik yang Anda masukkan semuanya harus sesuai dengan informasi perusahaan yang terdaftar di Corporations Canada.
 - Jika Anda mendaftarkan entitas yang berbasis di negara lain, masukkan ID pajak utama untuk negara Anda. Di banyak negara, ini adalah bagian numerik dari nomor ID PPN Anda.
 - Untuk Vertikal, pilih kategori yang paling menggambarkan perusahaan yang Anda daftarkan.
5. Di bagian Info kontak, lakukan hal berikut:
- Untuk Alamat/Jalan, masukkan alamat jalan fisik yang terkait dengan perusahaan Anda.
 - Untuk Kota, masukkan kota tempat alamat fisik berada.
 - Untuk Negara atau wilayah, masukkan negara bagian atau wilayah tempat alamat tersebut berada.
 - Untuk Kode Pos/Kode Pos, masukkan ZIP atau kode pos untuk alamat tersebut.
 - Untuk situs web Perusahaan, masukkan URL lengkap situs web perusahaan Anda. Sertakan “http://” atau “https://” di awal alamat.
 - Untuk email Support, masukkan alamat email.
 - Untuk nomor telepon Support, masukkan nomor telepon dengan kode negara.
- 
- Note
- Registri Kampanye memerlukan alamat email kontak dan nomor telepon jika mereka perlu memverifikasi informasi pendaftaran dengan perwakilan perusahaan Anda.
6. Setelah selesai, pilih Buat. Pendaftaran perusahaan Anda diserahkan ke Registri Kampanye. Dalam kebanyakan kasus, pendaftaran Anda diterima segera, dan status diberikan.

Jika status pendaftaran perusahaan Anda Terverifikasi, maka Anda dapat mulai membuat kampanye 10DLC bervolume rendah dan campuran. Anda dapat menggunakan jenis kampanye ini untuk mengirim hingga 75 pesan per menit ke penerima yang menggunakan AT&T, dan perusahaan terdaftar Anda dapat mengirim 2.000 pesan per hari ke penerima yang menggunakan T-Mobile. Anda juga dapat mengirim pesan ke penerima yang menggunakan operator AS lainnya, seperti Verizon dan US Cellular. Operator ini tidak secara ketat menegakkan batas throughput, tetapi mereka sangat memantau pesan 10DLC untuk tanda-tanda spam dan penyalahgunaan.

Jika kasus penggunaan Anda memerlukan tingkat throughput yang melebihi nilai ini, Anda dapat mengajukan pemeriksaan tambahan atas pendaftaran perusahaan Anda. Untuk informasi lebih lanjut tentang memeriksa pendaftaran merek Anda, lihat [Memeriksa pendaftaran 10DLC Anda](#).

Jika status pendaftaran perusahaan Anda belum diverifikasi, ada masalah dengan informasi yang Anda berikan. Periksa informasi yang Anda berikan dan konfirmasikan bahwa semua bidang berisi informasi yang benar. Anda dapat membuat perubahan pada beberapa bagian pendaftaran perusahaan Anda di konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya tentang memodifikasi detail pendaftaran perusahaan Anda, lihat [Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar](#).

Memeriksa pendaftaran 10DLC Anda

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [proses pendaftaran 10DLC di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint](#)

Jika pendaftaran perusahaan Anda berhasil dan Anda ingin mendaftarkan kampanye dengan kemampuan throughput yang lebih tinggi, maka Anda harus memeriksa pendaftaran perusahaan Anda.

Saat Anda memeriksa pendaftaran Anda, organisasi pihak ketiga menganalisis detail perusahaan yang Anda berikan dan mengembalikan skor pemeriksaan. Skor pemeriksaan yang tinggi dapat menyebabkan tingkat throughput yang lebih tinggi untuk perusahaan 10DLC Anda dan kampanye yang terkait dengannya. Namun, pemeriksaan tidak dijamin akan meningkatkan throughput Anda.

Skor pemeriksaan tidak diterapkan secara surut. Dengan kata lain, jika Anda telah membuat kampanye 10DLC, dan kemudian memeriksa pendaftaran perusahaan Anda, skor pemeriksaan Anda tidak secara otomatis diterapkan ke kampanye yang ada. Untuk alasan ini, Anda harus memeriksa perusahaan atau merek Anda sebelum Anda membuat kampanye 10DLC Anda.

 Note

Ada biaya \$40 yang tidak dapat dikembalikan untuk memeriksa perusahaan atau merek Anda.

Untuk memeriksa pendaftaran perusahaan Anda

1. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
2. Pada tab kampanye 10DLC, pilih perusahaan 10DLC yang ingin Anda periksa.
3. Pada halaman detail perusahaan, di bagian bawah halaman, pilih Terapkan untuk pemeriksaan.
4. Pada jendela Terapkan untuk pemeriksaan tambahan, pilih Kirim.

Untuk perusahaan yang berbasis di AS, proses pemeriksaan biasanya memakan waktu sekitar satu menit untuk diselesaikan. Untuk perusahaan yang tidak berbasis di AS, proses pemeriksaan mungkin memakan waktu lebih lama, tergantung pada seberapa tersedia data untuk negara itu.

Setelah Anda mengirimkan permintaan pemeriksaan, Anda kembali ke halaman detail perusahaan. Bagian hasil pemeriksaan Perusahaan menampilkan status dan hasil permintaan pemeriksaan Anda. Ketika proses pemeriksaan selesai, tabel ini menunjukkan skor pemeriksaan di kolom Skor. Skor pemeriksaan Anda menentukan kemampuan throughput 10DLC Anda. Throughput Anda bervariasi berdasarkan jenis kampanye yang Anda buat. Jika Anda membuat kampanye 10DLC penggunaan campuran atau terkait pemasaran, Anda harus memiliki skor pemeriksaan yang lebih tinggi daripada yang Anda perlukan untuk jenis kampanye lain untuk mencapai tingkat throughput yang tinggi. Untuk informasi lebih lanjut tentang kemampuan nomor telepon 10DLC, lihat [Kemampuan 10DLC](#)

Jika Anda mengubah detail pendaftaran perusahaan Anda setelah menyelesaikan proses pemeriksaan, Anda dapat meminta agar pendaftaran Anda diperiksa lagi. Jika Anda hanya mengubah Vertikal untuk pendaftaran perusahaan Anda, skor pemeriksaan Anda tidak akan berubah. Jika Anda mengubah detail apa pun selain Vertikal, hasil pemeriksaan Anda bisa berubah. Dalam kedua kasus tersebut, Anda dikenakan biaya pemeriksaan satu kali lagi.

Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengedit pendaftaran Anda](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Anda dapat mengedit beberapa informasi pendaftaran 10DLC untuk perusahaan Anda langsung di konsol Amazon Pinpoint. Anda juga dapat menghapus pendaftaran perusahaan 10DLC dengan membuat kasing di Pusat. AWS Support

Mengedit pendaftaran perusahaan 10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Setelah Anda menyelesaikan proses pendaftaran 10DLC untuk sebuah perusahaan, Anda dapat mengedit detail pendaftaran Anda.

Jika Anda melihat pesan kesalahan setelah mengedit detail pendaftaran perusahaan Anda, mungkin ada masalah lain dengan pendaftaran Anda. Anda dapat [membuka tiket](#) AWS Support untuk meminta informasi lebih lanjut.

Note

Untuk mengedit ID Pajak perusahaan, Perusahaan pendaftaran atau Jenis formulir hukum apa organisasi ini? Anda harus membuka tiket dengan AWS Support, lihat [Untuk mengedit perusahaan melalui dukungan](#).

Untuk mengedit perusahaan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, dalam daftar kampanye, pilih nama perusahaan yang ingin Anda edit detailnya.
4. Pilih Edit.
5. Ubah informasi pendaftaran sesuai kebutuhan. Setelah selesai, pilih Kirim ulang.

Note

Saat Anda mengirimkan kembali detail pendaftaran Anda, Anda dikenakan biaya pendaftaran satu kali. Saat ini, biaya pendaftaran ini adalah \$4 (USD).

Untuk mengedit ID Pajak perusahaan, Perusahaan pendaftaran atau Jenis formulir hukum apa organisasi ini? , Anda harus membuka tiket dengan AWS Support.

Sebelum Anda mengirimkan tiket dukungan, Anda harus:

- Hapus nomor 10DLC dari kampanye apa pun, lihat [Melepaskan nomor telepon](#)
- Hapus kampanye 10DLC apa pun, lihat [Menghapus kampanye 10DLC](#)

Untuk mengedit perusahaan melalui dukungan

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/).
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, pilih Minta untuk menghapus perusahaan.
4. Konfirmasikan bahwa Anda ingin melanjutkan dengan memilih Request to delete company lagi untuk membuka AWS Support Center.
5. Untuk jenis kasus, pilih Mencari peningkatan batas layanan? tautan.
6. Untuk Limit type (Jenis batas), pilih Pinpoint.
7. Di bagian Permintaan, pilih Wilayah, dan kemudian untuk Batas, pilih 10DLC - minta untuk memperbarui/menghapus perusahaan atau kampanye 10DLC.

8. Biarkan bidang Nilai batas baru kosong.
9. Untuk deskripsi kasus Penggunaan, masukkan ID Pajak baru, Perusahaan pendaftaran atau Jenis formulir hukum apa organisasi ini? Anda ingin mengedit, dan kemudian memberikan rincian untuk apa yang ingin Anda lakukan.
10. Di bawah opsi Kontak, untuk bahasa kontak pilihan, pilih bahasa yang Anda inginkan untuk digunakan saat berkomunikasi dengan tim AWS Support.
11. Untuk metode Kontak, pilih metode komunikasi pilihan Anda dengan tim AWS Support.
12. Pilih Kirim.

Menghapus pendaftaran perusahaan 10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [proses pendaftaran 10DLC di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint](#)

Jika Anda ingin menghapus perusahaan terdaftar, Anda harus membuka tiket dengan AWS Support. Anda tidak dapat menghapus perusahaan melalui konsol Amazon Pinpoint.

Untuk menghapus perusahaan

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, pilih Minta untuk menghapus perusahaan.
4. Konfirmasikan bahwa Anda ingin melanjutkan dengan memilih Request to delete company lagi untuk membuka AWS Support Center.
5. Untuk jenis kasus, pilih Mencari peningkatan batas layanan? tautan.
6. Untuk Limit type (Jenis batas), pilih Pinpoint.

7. Di bagian Permintaan, pilih Wilayah, dan kemudian untuk Batas, pilih 10DLC - minta untuk memperbarui/menghapus perusahaan atau kampanye 10DLC.
8. Biarkan bidang Nilai batas baru kosong.
9. Untuk Use case description, masukkan nama perusahaan yang ingin Anda hapus, lalu berikan detail untuk apa yang ingin Anda lakukan.
10. Di bawah opsi Kontak, untuk bahasa kontak pilihan, pilih bahasa yang Anda inginkan untuk digunakan saat berkomunikasi dengan tim AWS Support.
11. Untuk metode Kontak, pilih metode komunikasi pilihan Anda dengan tim AWS Support.
12. Pilih Submit (Kirim).

Mendaftarkan kampanye 10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [pendaftaran kampanye 10DLC di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint](#)

Vendor SMS Amazon Pinpoint memperkenalkan proses peninjauan manual baru pada kampanye 10DLC (10 Digit Long Code) untuk mengatasi masalah spam SMS yang diajukan oleh operator AS. Kampanye 10DLC ditinjau saat pertama kali dikirimkan dan ditinjau kembali saat Anda mengaitkan nomor 10DLC pertama Anda dengan kampanye. Total waktu peninjauan bisa lebih dari tiga minggu.

Kampanye Anda disetujui jika nomor 10DLC yang terkait dengan kampanye ditampilkan sebagai aktif di konsol Amazon Pinpoint. [Jika informasi tambahan diperlukan untuk menyetujui kampanye 10DLC, Anda akan diberi tahu melalui Dasbor.AWS Health](#)

Saat Anda mendaftarkan kampanye 10DLC, Anda memberikan deskripsi kasus penggunaan Anda, serta templat pesan yang akan Anda gunakan. Sebelum Anda dapat membuat dan mendaftarkan kampanye 10DLC, Anda harus terlebih dahulu mendaftarkan perusahaan Anda. Untuk informasi tentang mendaftarkan perusahaan Anda, lihat [Mendaftarkan perusahaan atau merek untuk digunakan dengan 10DLC](#).

Note

Setelah Anda mendaftarkan perusahaan Anda, Amazon Pinpoint menunjukkan salah satu dari dua status untuk pendaftaran: Terverifikasi atau Tidak Terverifikasi. Anda hanya dapat menyelesaikan proses pendaftaran kampanye 10DLC jika status pendaftaran perusahaan Anda Terverifikasi. Status ini memungkinkan Anda membuat kampanye penggunaan campuran volume rendah.

Jika statusnya belum diverifikasi, biasanya berarti bahwa beberapa data yang Anda berikan saat Anda mendaftarkan perusahaan Anda salah. Anda tidak akan dapat membuat kampanye 10DLC apa pun saat perusahaan Anda memiliki status ini. Anda dapat mengubah pendaftaran perusahaan Anda untuk mencoba memperbaiki masalah dengan pendaftaran perusahaan Anda. Untuk informasi lebih lanjut tentang memodifikasi pendaftaran perusahaan Anda, lihat [Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar](#)

Di halaman ini, Anda terlebih dahulu memberikan detail tentang perusahaan tempat Anda membuat kampanye 10DLC dan kemudian memberikan detail kasus penggunaan kampanye itu sendiri. Informasi di halaman ini kemudian diberikan ke Registri Kampanye (TCR) untuk persetujuan.

Di bagian ini, Anda memilih perusahaan untuk dikaitkan dengan kampanye 10DLC, dan memberikan beberapa detail tambahan.

Untuk mendaftarkan kampanye 10DLC

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, pilih Buat kampanye 10DLC.
4. Pada halaman Buat kampanye 10DLC, di bagian Info kampanye, lakukan hal berikut:
 - a. Untuk Company name (Nama perusahaan), pilih perusahaan tempat Anda membuat kampanye ini. Jika Anda belum mendaftarkan perusahaan atau pendaftaran perusahaan belum Terverifikasi, Anda harus melakukannya terlebih dahulu. Untuk informasi lebih lanjut tentang mendaftarkan status pendaftaran perusahaan dan perusahaan, lihat [Mendaftarkan perusahaan atau merek untuk digunakan dengan 10DLC](#) dan

[Saat Anda mendaftarkan perusahaan atau merek Anda, salah satu dari dua status dikembalikan: Tidak Terverifikasi atau Terverifikasi. Jika status pendaftaran](#)

[perusahaan Anda belum diverifikasi, itu berarti ada masalah dengan pendaftaran Anda. Misalnya, Nama Perusahaan Terdaftar yang Anda berikan mungkin tidak sama persis dengan nama terdaftar perusahaan yang terkait dengan ID Pajak yang Anda berikan. Jika Anda menemukan masalah dengan detail pendaftaran perusahaan Anda, Anda dapat memperbaikinya. Untuk informasi selengkapnya tentang memodifikasi detail pendaftaran perusahaan Anda, lihat \[Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar\]\(#\).](#)

[Jika status pendaftaran perusahaan Anda Terverifikasi, maka detail pendaftaran yang Anda berikan akurat, dan Anda dapat mulai membuat kampanye 10DLC.](#)

- b. Untuk nama kampanye 10DLC, masukkan nama untuk kampanye. Nama harus minimal 40 karakter. Jika kampanye berkaitan dengan Pengaturan Pinjaman atau Pinjaman Langsung, Anda harus memilih 'Ya' pada atribut kampanye Pinjaman langsung atau pengaturan pinjaman dalam Kasus Penggunaan.
- c. Untuk Vertikal, pilih opsi yang paling mewakili perusahaan Anda.
- d. Untuk alur kerja Opt-in, masukkan deskripsi tentang cara pengguna menyetujui untuk menerima pesan SMS. Deskripsi harus minimal 40 karakter. Misalnya, dengan mengisi formulir online di situs web Anda. Jika Anda memiliki beberapa metode opt-in, mereka harus terdaftar juga.

Alur kerja Opt-in Anda harus mencakup hal-hal berikut:

- Deskripsi program atau produk
- Identifikasi organisasi dan layanan yang direpresentasikan dalam pesan awal yang dikirim ke pengguna akhir
- Informasi yang jelas dan menyeluruh tentang bagaimana pengguna akhir Anda ikut serta dalam layanan SMS Anda dan biaya atau biaya terkait
- Sertakan tautan ke Syarat & Ketentuan (harus dapat diakses publik)
- Sertakan tautan ke Kebijakan Privasi (harus dapat diakses publik)
- Jelaskan apakah Opt-in/Call to Action memerlukan layanan log-in, belum dipublikasikan secara publik, adalah opt-in verbal, atau jika itu terjadi pada sumber cetak seperti selebaran dan formulir paper.
- Lokasi Panggilan untuk Bertindak/Keikutsertaan harus mencakup hal-hal berikut:

- Syarat dan ketentuan yang komprehensif dapat disajikan secara lengkap di bawah call-to-action, atau mereka dapat diakses dari tautan di call-to-action dekat.
 - Nama program (merek).
 - Pengungkapan frekuensi pesan.
 - Deskripsi produk.
 - Informasi kontak layanan pelanggan.
 - Informasi opt-out.
 - Pengungkapan “Pesan dan tarif data mungkin berlaku”.
- e. Untuk kata kunci Bantuan, masukkan kata kunci yang akan dikirim pelanggan Anda untuk menerima pesan Bantuan.
- f. Untuk pesan Bantuan, masukkan pesan yang diterima pelanggan Anda jika mereka mengirim kata kunci “BANTUAN” ke nomor telepon 10DLC Anda. Respons pesan bantuan harus mencakup merek atau produk Anda dan informasi kontak layanan pelanggan tambahan. Misalnya alamat email atau nomor telepon untuk menghubungi dukungan pengguna akhir Anda. Pesan harus minimal 20 karakter.
- g. Untuk kata kunci Stop masukkan kata kunci yang akan dikirim pelanggan Anda untuk memilih keluar dari menerima pesan future.
- h. Untuk pesan Stop, masukkan pesan yang diterima pelanggan Anda jika mereka mengirim kata kunci “STOP” ke nomor telepon 10DLC Anda. Respons stop message harus mencakup merek atau produk Anda dan konfirmasi bahwa tidak ada pesan lebih lanjut yang akan dikirimkan. Pesan harus minimal 20 karakter.

 Tip

Pelanggan Anda dapat membalas pesan Anda dengan kata “BANTUAN” untuk mempelajari lebih lanjut tentang pesan yang mereka terima dari Anda. Mereka juga dapat membalas “STOP” untuk memilih keluar dari menerima pesan dari Anda. Operator seluler AS mengharuskan Anda untuk memberikan tanggapan terhadap kedua kata kunci ini.

Berikut ini adalah contoh respons HELP yang sesuai dengan persyaratan operator seluler AS:


ExampleCorp Account Alerts: For help call 1-888-555-0142 or go to example.com. Msg&data rates may apply. Text STOP to cancel.

Berikut ini adalah contoh respons STOP yang sesuai:

You are unsubscribed from ExampleCorp Account Alerts. No more messages will be sent. Reply HELP for help or call 1-888-555-0142.

Tanggapan Anda terhadap kata kunci ini harus berisi 160 karakter atau kurang.


- i. Untuk kata kunci Opt-in, masukkan kata kunci yang akan dikirim pelanggan Anda untuk menyetujui opt-ing.
- j. Untuk pesan konfirmasi Keikutsertaan, masukkan pesan yang diterima pelanggan Anda jika mereka mengirim kata kunci Opt-in ke nomor telepon 10DLC Anda.

 Note

ini tidak diperlukan untuk kasus penggunaan kata sandi/2FA satu kali di mana pesan awal dapat berupa OTP.

Pesan konfirmasi harus dikirimkan segera setelah pelanggan memilih program. Pesan harus berisi:

- Deskripsi program atau produk
 - Informasi kontak layanan pelanggan
 - Instruksi opt-out (biasanya 'Balas STOP to opt-out')
 - Frekuensi pesan. Kuantitas produk atau pengungkapan program pesan berulang. Misalnya, `Message frequency varies` or `'1 message per day'`
 - Pengungkapan "Pesan dan tarif data mungkin berlaku"
5. Di bagian Kemampuan angka, lakukan hal berikut:
- Pilih SMS untuk mengaktifkan pesan teks untuk kampanye 10DLC.
 - Pilih Suara untuk mengaktifkan pesan suara untuk kampanye 10DLC.

 Note

Ketika Anda memilih untuk mengaktifkan pesan suara, itu memperpanjang jumlah waktu untuk meninjau pendaftaran Anda.

6. Di bagian Jenis pesan, pilih jenis pesan Transaksional atau Promosi.

- Transaksional — Pilih opsi ini jika kasus penggunaan Anda untuk konten yang sensitif terhadap waktu, seperti peringatan dan kata sandi satu kali.
 - Promosi - Pilih opsi ini jika kasus penggunaan Anda adalah untuk konten terkait pemasaran.
7. Di bagian Kasus penggunaan kampanye, lakukan hal berikut:
- a. Untuk jenis kasus Penggunaan, jika Anda memiliki kasus penggunaan terkait amal, pilih Khusus. Jika tidak, pilih Standar.
 - b. Untuk Use case (Kasus penggunaan), pilih kasus penggunaan yang paling mirip dengan kampanye Anda dari daftar kasus penggunaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Biaya bulanan untuk setiap kasus penggunaan muncul di samping nama kasus penggunaan.

Standar

- 2FA — Setiap otentikasi, verifikasi, atau kode sandi satu kali.
- Pemberitahuan Akun — Pemberitahuan standar untuk pemegang akun, terkait dengan dan tentang akun.
- Layanan pelanggan — Semua interaksi pelanggan, termasuk manajemen akun dan dukungan pelanggan.
- Pemberitahuan pengiriman — Informasi tentang status pengiriman produk atau layanan.
- Pesan peringatan penipuan — Pesan mengenai potensi aktivitas penipuan di akun.
- Pendidikan tinggi - Kampanye yang dibuat atas nama Perguruan Tinggi atau Universitas. Ini juga mencakup Distrik Sekolah dan lembaga pendidikan yang berada di luar model pesan “bebas untuk konsumen”.
- Pemasaran — Setiap komunikasi dengan pemasaran dan/atau konten promosi.
- Campuran - Pesan campuran yang disediakan untuk industri layanan konsumen tertentu.
- Pengumuman layanan publik — Pesan informasi yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran audiens tentang masalah penting.
- Polling dan voting — Permintaan survei dan pemungutan suara untuk arena non politik.
- Peringatan keamanan — Pemberitahuan bahwa keamanan suatu sistem, baik perangkat lunak atau perangkat keras, telah dikompromikan dalam beberapa cara dan ada tindakan yang perlu diambil pengguna akhir.
- Volume Rendah - Throughput kecil, kombinasi kasus penggunaan apa pun. Contohnya meliputi: tes, akun demo.

Khusus

- Komunikasi dari [badan amal 501 \(c\) \(3\)](#) terdaftar non-agama yang bertujuan memberikan bantuan dan mengumpulkan uang bagi mereka yang membutuhkan.

Note

Biaya bulanan untuk mendaftarkan kampanye 10DLC ditampilkan di samping setiap jenis kasus penggunaan. Sebagian besar jenis kampanye 10DLC memiliki biaya bulanan yang sama. Biaya untuk mendaftarkan kasus penggunaan Campuran Volume Rendah lebih rendah daripada jenis kasus penggunaan lainnya. Namun, kampanye Campuran Volume Rendah mendukung tingkat throughput yang lebih rendah daripada jenis kampanye lainnya.

- c. Masukkan setidaknya satu Contoh pesan SMS. Ini adalah contoh pesan yang Anda rencanakan untuk dikirim ke pelanggan Anda. Setiap pesan sampel harus minimal 20 karakter. Jika Anda berencana untuk menggunakan beberapa templat pesan untuk kampanye 10DLC ini, sertakan juga.

Important

Jangan gunakan teks placeholder untuk pesan sampel Anda. Contoh pesan yang Anda berikan harus mencerminkan pesan aktual yang Anda rencanakan untuk dikirim seakurat mungkin.

8. Bagian Atribut kampanye dan konten berisi serangkaian pertanyaan Ya atau Tidak terkait dengan fitur khusus kampanye. Beberapa atribut bersifat wajib, sehingga Anda tidak dapat mengubah nilai defaultnya.

Pastikan atribut yang Anda pilih akurat untuk kampanye Anda.

Tunjukkan apakah masing-masing hal berikut berlaku untuk kampanye yang Anda daftarkan:

- Subscriber opt-in — Pelanggan dapat memilih untuk menerima pesan tentang kampanye ini. Secara default, keikutsertaan Pelanggan diatur ke 'Ya'. Tinjau informasi alur kerja keikutsertaan di atas dan untuk informasi selengkapnya tentang alur kerja keikutsertaan lihat [Mendapatkan izin](#)

- Subscriber opt-out — Pelanggan dapat memilih untuk tidak menerima pesan tentang kampanye ini. Secara default, Subscriber opt-out diatur ke 'Ya'.
- Bantuan pelanggan — Pelanggan dapat menghubungi pengirim pesan setelah mengirim kata kunci "BANTUAN".
- Direct lending or loan arrangement (Pinjaman langsung atau pengaturan pinjaman) – Kampanye ini mencakup informasi tentang pinjaman langsung atau pengaturan pinjaman lainnya. Terlepas dari pesan yang Anda kirim dan kasus penggunaan terkait, jika perusahaan Anda terlibat dalam pengaturan pinjaman atau pinjaman langsung, pinjaman langsung atau pengaturan pinjaman ini harus diatur ke "Ya". Untuk informasi lebih lanjut, lihat kategori pesan terlarang yang terkait dengan pinjaman langsung dan perusahaan afiliasi pinjaman di [Konten pesan terlarang](#)
- Tautan tertanam - Setel ke "Ya" jika Anda bermaksud menyertakan tautan yang disematkan dalam kampanye. Tautan dari pemendek URL umum, seperti TinyUrl atau Bit.ly, tidak diizinkan. Namun, Anda dapat menggunakan pemendek URL yang menawarkan domain khusus. Pastikan Anda menyertakan contoh URL di salah satu contoh pesan.
- Nomor telepon tertanam — Setel ke "Ya" jika kampanye menyertakan nomor telepon yang bukan nomor dukungan pelanggan yang diperlukan dalam respons "BANTUAN".
- Afiliasi pemasaran — Kampanye ini mencakup informasi dari pemasaran afiliasi.
- Konten berpagar usia — Setel ke "Ya" jika informasi layanan/situs web Anda mengharuskannya diberi batas usia sebagaimana ditentukan oleh pedoman operator dan Asosiasi Telekomunikasi dan Internet Seluler (CTIA).

9. Pilih Buat.

Note

Status kampanye 10DLC Anda disetel ke Tertunda saat ditinjau. Setelah peninjauan berhasil diselesaikan, status kampanye 10DLC Anda adalah Memerlukan nomor. Anda harus mengaitkan kampanye 10DLC dengan nomor 10DLC. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta nomor](#).

Setelah Anda mengaitkan nomor, kampanye 10DLC Anda akan kembali ke status Tertunda untuk peninjauan akhir dengan mitra pendaftaran pihak ketiga.

Setelah Anda mengirimkan detail pendaftaran untuk kampanye Anda, SMS dan halaman suara akan terbuka. Sebuah pesan akan muncul yang menunjukkan bahwa kampanye Anda telah dikirimkan dan sedang ditinjau. Anda dapat melihat status permintaan Anda di tab 10DLC campaigns (Kampanye 10DLC). Anda dapat memeriksa status pendaftaran Anda di tab 10DLC, yang berupa salah satu dari status berikut:

- **Active (Aktif)** – Kampanye 10DLC Anda telah disetujui. Anda dapat meminta nomor telepon 10DLC tambahan untuk dikaitkan dengan kampanye 10DLC Anda sesuai kebutuhan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Meminta nomor](#).
- **Memerlukan Nomor** - Kampanye 10DLC Anda berhasil melewati tinjauan awal dan sekarang harus dikaitkan dengan nomor telepon 10DLC. Setelah Anda mengaitkan nomor tersebut, kampanye 10DLC masuk ke tinjauan akhir dengan mitra pendaftaran pihak ketiga sebelum ditetapkan ke Aktif.
- **Memerlukan Pembaruan** - Tinjauan kampanye 10DLC Anda telah ditolak. Anda harus mengatasi umpan balik penolakan sebelum mengirimkan ulang untuk ditinjau dan disetujui. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Alasan penolakan pendaftaran kampanye 10DLC](#).
- **Tertunda** - Kampanye 10DLC Anda belum disetujui. Dalam beberapa kasus, persetujuan mungkin memakan waktu satu minggu atau lebih. Jika status berubah, konsol Amazon Pinpoint mencerminkan perubahan itu. Kami tidak memberi tahu Anda tentang perubahan status.
- **Ditolak** - Kampanye 10DLC Anda ditolak. Untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang mengapa kampanye 10DLC Anda ditolak dan cara memperbaikinya, lihat [Alasan penolakan pendaftaran kampanye 10DLC](#). Jika Anda membutuhkan bantuan lebih lanjut, kirimkan permintaan dukungan yang menyertakan ID kampanye dari kampanye yang ditolak.
- **Suspended (ditangguhkan)** – Satu atau beberapa operator menangguhkan kampanye 10DLC Anda. Untuk mendapatkan informasi lebih lanjut, kirimkan permintaan dukungan yang menyertakan ID kampanye yang ditangguhkan. Amazon Pinpoint tidak menyertakan alasan penangguhan di konsol tersebut, dan kami tidak memberi tahu Anda jika kampanye Anda ditangguhkan.

Jika kampanye 10DLC Anda disetujui, Anda dapat meminta nomor telepon 10DLC untuk dikaitkan dengan kampanye tersebut. Untuk informasi tentang meminta nomor 10DLC, lihat [Meminta nomor](#).


Alasan penolakan pendaftaran kampanye 10DLC

Jika kampanye 10DLC Anda ditolak, gunakan tabel berikut untuk menentukan mengapa ditolak dan apa yang dapat Anda lakukan untuk memperbaiki pendaftaran kampanye 10DLC Anda. Setelah menentukan alasan kampanye ditolak, Anda dapat mengubah kampanye yang ada untuk mengatasi

masalah tersebut dan mengirimkan ulang. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengedit kampanye 10DLC](#).

Alasan penolakan

Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint	Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint
<p>Atribut Kampanye tidak cocok dengan situs web, konten pesan sampel, atau keduanya.</p>	<p>Atribut kampanye tidak sejajar atau cocok dengan situs web perusahaan, contoh konten pesan, atau keduanya. Perbarui pendaftaran untuk menyelaraskan atribut kampanye dengan situs web perusahaan, contoh konten pesan, atau keduanya. Atribut kampanye dapat mencakup vertikal perusahaan, opt-in/-out pelanggan, respons bantuan, dan konten berbatasan usia.</p> <div data-bbox="829 884 1507 1486" style="border: 1px solid #f08080; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p> Important</p> <p>Kampanye tidak dikirimkan ulang secara otomatis saat Anda mengirimkan kembali pendaftaran perusahaan Anda. Jika Anda membuat perubahan pada informasi perusahaan Anda, maka Anda harus mengirimkan kembali informasi perusahaan. Jika Anda membuat perubahan kampanye, Anda harus mengirimkan kembali pendaftaran kampanye.</p> </div>
<p>Contoh kasus penggunaan dan pesan tidak konsisten.</p>	<p>Ada ketidakkonsistenan antara kasus penggunaan dan sampel pesan yang disediakan dalam kampanye. Perbarui pendaftaran untuk menyelaraskan kasus penggunaan dan sampel pesan.</p>
<p>Sampel perusahaan dan pesan adalah sampel pesan yang tidak konsisten atau hilang.</p>	<p>Ada ketidakkonsistenan antara situs web perusahaan dan sampel pesan yang disediakan</p>

Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint	Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint
	<p>n dalam kampanye, atau kampanye tidak ada sampel pesan. Perbarui informasi pendaftaran perusahaan dan kampanye Anda sehingga sampel situs web dan pesan sejajar.</p> <div data-bbox="829 430 1507 1031" style="border: 1px solid #f08080; border-radius: 10px; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p> Important</p> <p>Kampanye tidak dikirimkan ulang secara otomatis saat Anda mengirimkan kembali pendaftaran perusahaan Anda. Jika Anda membuat perubahan pada informasi perusahaan Anda, maka Anda harus mengirimkan kembali informasi perusahaan. Jika Anda membuat perubahan kampanye, Anda harus mengirimkan kembali pendaftaran kampanye.</p> </div>
<p>Kasus penggunaan, sampel pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : ganja.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: ganja.</p>
<p>Kasus penggunaan, contoh pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : senjata/amunisi.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: senjata/amunisi.</p>

Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint	Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint
<p>Kasus penggunaan, sampel pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : SHAFT.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: SHAFT.</p>
<p>Kasus penggunaan, contoh pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : perjudian.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: perjudian.</p>
<p>Kasus penggunaan, contoh pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : kebencian.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: benci.</p>

Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint	Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint
<p>Kasus penggunaan, sampel pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : alkohol dengan kegagalan gerbang usia.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: alkohol dengan kegagalan gerbang usia.</p>
<p>Kasus penggunaan, sampel pesan, atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; konten terlarang : tembakau/vape dengan kegagalan gerbang usia.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan, atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Konten terlarang: tembakau/vape dengan kegagalan gerbang usia.</p>
<p>Kasus penggunaan, sampel pesan atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; kasus penggunaan yang dilarang: pembuatan timbal/pemasaran afiliasi; lainnya.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Kasus penggunaan yang dilarang: pembuatan timbal/pemasaran afiliasi; lainnya.</p>


Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint	Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint
<p>Kasus penggunaan, sampel pesan atau keduanya dianggap dibatasi atau tidak diizinkan oleh operator seluler; kasus penggunaan yang dilarang: pembuatan timbal/pemasaran afiliasi; keuangan berisiko tinggi.</p>	<p>Kasus penggunaan, sampel pesan yang disediakan atau keduanya dianggap konten terbatas berdasarkan peraturan Telecom AS. Jika Anda yakin bahwa konten Anda dianggap salah dibatasi, Anda dapat mencoba memperbarui pesan sampel dan kasus penggunaan Anda, dan mengirimkan ulang pendaftaran. Kasus penggunaan yang dilarang: generasi timbal/pemasaran afiliasi; keuangan berisiko tinggi.</p>
<p>ISV/Pengecer. Informasi perusahaan dan informasi layanan/sampel pesan tidak cocok.</p>	<p>Informasi perusahaan dan kampanye tidak cocok dan diidentifikasi sebagai vendor perangkat lunak independen (ISV) atau reseller. Daftarkan informasi perusahaan yang cocok dengan layanan dan pengguna akhir. Buat kampanye baru yang memiliki informasi layanan yang selaras dengan informasi perusahaan.</p>
<p>Kampanye tampaknya Pengaturan Pinjaman Langsung tetapi Atribut Konten yang sesuai tidak dipilih.</p>	<p>Rincian perusahaan dan kampanye yang diajukan tampaknya merupakan pengaturan pinjaman langsung. Edit kampanye Anda dan tandai "Ya" untuk atribut Pengaturan Pinjaman Langsung dan kirim ulang.</p>

Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint


Domain email tidak resmi untuk apa yang tampaknya merupakan perusahaan besar yang akan memiliki domain resmi.

Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint

Domain email yang disediakan tampaknya tidak resmi mengingat informasi perusahaan yang dikirimkan dengan pendaftaran. Perbarui pendaftaran dengan alamat email resmi yang cocok dengan domain perusahaan dan kirim ulang.

 Important

Kampanye tidak dikirimkan ulang secara otomatis saat Anda mengirimkan kembali pendaftaran perusahaan Anda. Jika Anda membuat perubahan pada informasi perusahaan Anda, maka Anda harus mengirimkan kembali informasi perusahaan. Jika Anda membuat perubahan kampanye, Anda harus mengirimkan kembali pendaftaran kampanye.

Deskripsi singkat penolakan Amazon Pinpoint	Deskripsi panjang penolakan Amazon Pinpoint
<p>Proses keikutsertaan tidak sesuai atau keikutsertaan tidak eksplisit.</p>	<p>Alur kerja opt-in yang Anda berikan tidak cukup, tidak sesuai, atau tidak eksplisit bagi pengguna akhir untuk menerima pesan SMS tertentu. Proses keikutsertaan yang sesuai akan dengan jelas menentukan bagaimana penerima Anda dapat memberikan persetujuan an eksplisit mereka untuk menerima pesan SMS. Beberapa alasan penolakan umum: bahasa eksplisit yang hilang seputar persetujuan an keikutsertaan SMS, ketidakcocokan antara nama perusahaan yang diberikan dan sampel pesan, menerima pesan teks tidak diperlukan untuk mendaftar layanan, atau persetujuan keikutsertaan SMS tidak dapat dimasukkan dalam Ketentuan Layanan.</p>
<p>Situs web tidak disediakan atau tidak berfungsi.</p>	<p>Informasi perusahaan tidak termasuk situs web atau situs web tidak dapat diakses. Perbarui informasi perusahaan Anda dengan situs web yang dapat diakses dan kirimkan kembali perusahaan dan kampanye Anda untuk ditinjau.</p> <div data-bbox="829 1241 1507 1843" style="border: 1px solid #f08080; border-radius: 15px; padding: 15px; margin-top: 10px;"> <p> Important</p> <p>Kampanye tidak dikirimkan ulang secara otomatis saat Anda mengirimkan kembali pendaftaran perusahaan Anda. Jika Anda membuat perubahan pada informasi perusahaan Anda, maka Anda harus mengirimkan kembali informasi perusahaan. Jika Anda membuat perubahan kampanye, Anda harus mengirimkan kembali pendaftaran an kampanye.</p> </div>

Menggunakan kampanye 10DLC dalam beberapa Wilayah AWS

Ketika Anda mendaftarkan perusahaan, perusahaan itu tersedia Akun AWS di semua yang didukung Wilayah AWS. Namun, hal yang sama tidak berlaku untuk kampanye 10DLC setelah dikaitkan dengan nomor 10DLC. Kampanye 10DLC dapat dilihat di semua yang didukung Wilayah AWS, tetapi setelah Anda mengaitkan nomor 10DLC ke kampanye, kampanye kemudian dikunci untuk dikirim dari nomor 10DLC Wilayah AWS yang dibeli.

Jika Anda berencana untuk menggunakan 10DLC di lebih dari satu Wilayah AWS, Anda harus mendaftarkan kampanye 10DLC terpisah di masing-masing kampanye tersebut. Wilayah AWS Langkah ini diperlukan untuk memenuhi persyaratan operator. Anda dikenakan biaya untuk setiap kampanye yang Anda daftarkan, meskipun kasus penggunaannya persis sama.

Mendaftarkan beberapa kampanye memiliki manfaat tambahan untuk meningkatkan tingkat throughput Anda untuk pesan yang Anda kirim ke penerima yang menggunakan AT&T sebagai operator seluler mereka. AT&T memberikan tingkat throughput 10DLC untuk setiap kampanye. Secara komparatif, T-Mobile menangani throughput 10DLC berdasarkan alokasi pesan harian untuk setiap perusahaan, terlepas dari jumlah kampanye.

Mengedit atau menghapus kampanye 10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengedit pendaftaran Anda](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Anda dapat mengedit respons HELP, respons STOP, dan contoh pesan untuk kampanye 10DLC menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Anda juga dapat menghapus kampanye 10DLC menggunakan konsol.

Mengedit kampanye 10DLC

Setelah kampanye disetujui, Anda dapat mengubah HELP, STOP, dan pesan sampel. Anda juga dapat menambahkan pesan sampel tambahan. Perubahan pada bidang ini tidak memerlukan

persetujuan ulang dari Registri Kampanye atau dari operator. Anda tidak dapat mengubah bidang lain setelah kampanye 10DLC disetujui.

Anda dapat memiliki maksimal lima contoh pesan. Anda tidak dapat mengurangi jumlah pesan sampel yang awalnya Anda daftarkan. Misalnya, jika Anda mendaftarkan kampanye dengan tiga contoh pesan SMS, Anda tidak dapat mengurangi jumlah contoh pesan SMS menjadi kurang dari tiga.

Note

Jika Anda ingin mengubah bidang apa pun selain HELP, STOP, dan pesan sampel, Anda harus terlebih dahulu menghapus kampanye 10DLC dan kemudian membuat ulang kampanye untuk menyertakan informasi yang diperbarui.

Untuk mengedit kampanye 10DLC

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, pilih kampanye 10DLC yang ingin Anda edit.
4. Di bagian Pesan kampanye di halaman detail kampanye, pilih Edit.
5. Perbarui salah satu bidang berikut:
 - Bidang berikut membutuhkan minimal 40 karakter:
 - Nama/deskripsi kampanye
 - Alur kerja ikut serta
 - Bidang berikut membutuhkan minimal 20 karakter:
 - Pesan bantuan
 - Hentikan pesan
 - Contoh pesan SMS

Anda tidak dapat menghapus pesan sampel yang ditambahkan sebelumnya, atau menghapus konten pesan sampel sehingga bidang kosong. Jika Anda menghapus isi pesan tanpa mengganti konten tersebut, pesan asli akan digunakan saat memperbarui.

6. Pilih Perbarui. Spanduk konfirmasi muncul yang memberi tahu Anda bahwa pesan kampanye telah diperbarui.

Menghapus kampanye 10DLC

Anda dapat menghapus kampanye 10DLC menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Sebelum menghapus kampanye 10DLC, Anda harus terlebih dahulu menghapus semua nomor telepon yang terkait dengan kampanye tersebut.

Important

Ketika Anda menghapus nomor 10DLC dari kampanye, Anda tidak lagi memiliki akses ke nomor itu. Selain itu, kampanye 10DLC yang dihapus tidak dapat dipulihkan.

Untuk menghapus kampanye 10DLC

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, pilih kampanye 10DLC yang ingin Anda edit.
4. Di bagian Nomor telepon, catat nomor telepon yang terkait dengan kampanye.

Note

Langkah ini hanya diperlukan jika Anda memiliki beberapa nomor telepon 10DLC yang terkait dengan kampanye. Jika Anda hanya memiliki satu nomor telepon yang terkait dengan kampanye 10DLC, nomor tersebut akan muncul di tab kampanye 10DLC. Perhatikan nomor yang ditampilkan di tab.

5. Pada tab Nomor telepon, pilih nomor 10DLC yang ingin Anda hapus, lalu pilih Hapus nomor telepon.
6. Masukkan **delete** ke dalam kotak konfirmasi, lalu pilih Konfirmasi. Pesan sukses muncul di bagian atas halaman SMS dan suara.
7. Ulangi dua langkah sebelumnya untuk setiap nomor 10DLC yang terkait dengan kampanye.
8. Setelah menghapus nomor apa pun yang terkait dengan kampanye 10DLC, pilih tab kampanye 10DLC.

9. Pilih kampanye 10DLC yang ingin Anda hapus.
10. Di sudut kanan atas halaman detail kampanye 10DLC, pilih Hapus.
11. Masukkan **delete** ke dalam kotak konfirmasi, lalu pilih Konfirmasi. Pesan sukses muncul di bagian atas halaman SMS dan suara.

Mengaitkan kode panjang yang ada dengan kampanye 10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Jika Anda memiliki kode panjang yang ada, Anda dapat mengaitkan kode panjang itu dengan salah satu kampanye 10DLC Anda saat ini dengan membuka tiket. AWS Support Kode panjang yang Anda kaitkan dengan kampanye 10DLC hanya dapat digunakan dengan kampanye itu, dan Anda tidak dapat menggunakannya untuk kampanye 10DLC lainnya.

Sebelum Anda membuka permintaan, catat kode panjang yang ingin Anda kaitkan dengan kampanye 10DLC Anda, dan ID kampanye kampanye yang Anda inginkan untuk dikaitkan dengan setiap kode panjang.

Important

Sebelum Anda dapat mengaitkan kode panjang dengan kampanye, Anda harus mendaftarkan kampanye 10DLC. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mendaftarkan kampanye 10DLC](#).

Untuk mengaitkan kode panjang dengan kampanye 10DLC

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/).
2. Di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.

3. Pilih kode panjang yang ingin Anda kaitkan dengan kampanye 10DLC, lalu pilih Tetapkan ke kampanye 10DLC. AWS Support Center terbuka di tab baru.
4. Di bawah Buat kasus, pilih Mencari peningkatan batas layanan? tautan.
5. Di bagian Detail kasus, untuk tipe Batas, pilih Pinpoint.
6. Di bagian Permintaan, lakukan hal berikut:
 - Untuk Wilayah, pilih di Wilayah AWS mana kode panjang Anda ada.
 - Untuk Limit, pilih 10DLC - Kaitkan kode panjang AS yang ada ke kampanye 10DLC.
 - Untuk nilai batas baru, masukkan nilai apa pun. Nilai yang Anda masukkan di bidang ini tidak penting.
7. Di bagian Deskripsi kasus, untuk Use case description, cantumkan ID kampanye 10DLC dan kode panjang yang ingin Anda kaitkan dengan kampanye tersebut. Anda dapat menyertakan beberapa kode panjang dalam permintaan, tetapi hanya satu ID kampanye.
8. Di bawah opsi Kontak, untuk bahasa kontak pilihan, pilih bahasa yang Anda inginkan untuk digunakan saat berkomunikasi AWS Support.
9. Untuk metode Kontak, pilih metode komunikasi pilihan Anda. AWS Support
10. Pilih Kirim.

Menyiapkan akses lintas akun 10DLC

Important


Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Setiap nomor telepon 10DLC dikaitkan dengan satu akun dalam satu akun. Wilayah AWS Jika Anda ingin menggunakan nomor telepon 10DLC yang sama untuk mengirim pesan di lebih dari satu akun atau Wilayah, Anda memiliki dua opsi:

1. Anda dapat mendaftarkan perusahaan dan kampanye yang sama di masing-masing perusahaan Anda Akun AWS. Pendaftaran ini dikelola dan dibebankan secara terpisah. Jika Anda

mendaftarkan perusahaan yang sama di beberapa AWS akun, jumlah pesan yang dapat Anda kirim ke pelanggan T-Mobile per hari dibagikan di masing-masing akun tersebut.

2. Anda dapat menyelesaikan proses pendaftaran 10DLC dalam satu Akun AWS, dan menggunakan AWS Identity and Access Management (IAM) untuk memberikan izin akun lain untuk mengirim melalui nomor 10DLC Anda.

 Note

Opsi ini memungkinkan akses lintas akun yang sebenarnya ke nomor telepon 10DLC Anda. Namun, perhatikan bahwa pesan yang dikirim dari akun sekunder Anda diperlakukan seolah-olah dikirim dari akun utama Anda. Kuota dan penagihan dihitung terhadap akun utama dan bukan terhadap akun sekunder mana pun.

Menyiapkan akses lintas akun menggunakan kebijakan IAM

Anda dapat menggunakan peran IAM untuk mengaitkan akun lain dengan akun utama Anda. Kemudian, Anda dapat mendelegasikan izin akses dari akun utama Anda ke akun sekunder Anda dengan memberi mereka akses ke nomor 10DLC di akun utama.

Untuk memberikan akses ke nomor 10DLC di akun utama Anda

1. Jika Anda belum melakukannya, selesaikan proses pendaftaran 10DLC di akun utama. Proses ini melibatkan tiga langkah:
 - Daftarkan perusahaan Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mendaftarkan perusahaan atau merek untuk digunakan dengan 10DLC](#).
 - Daftarkan kampanye 10DLC Anda (kasus penggunaan). Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mendaftarkan kampanye 10DLC](#).
 - Kaitkan nomor telepon dengan kampanye 10DLC Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengaitkan kode panjang yang ada dengan kampanye 10DLC](#).
2. Buat peran IAM di akun utama Anda yang memungkinkan akun lain memanggil operasi SendMessages API untuk nomor telepon 10DLC Anda. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat peran, lihat [Membuat peran IAM](#) di Panduan Pengguna IAM.
3. Delegasikan dan uji izin akses dari akun utama Anda menggunakan peran IAM dengan akun Anda yang lain yang perlu menggunakan nomor 10DLC Anda. Misalnya, Anda dapat mendelegasikan izin akses dari akun Produksi ke akun Pengembangan Anda. Untuk informasi

selengkapnya tentang mendelegasikan dan menguji izin, lihat [Mendelegasikan akses Akun AWS menggunakan peran IAM](#) dalam Panduan Pengguna IAM.

4. Menggunakan peran baru, kirim pesan menggunakan nomor 10DLC dari akun sekunder. Untuk informasi selengkapnya tentang penggunaan peran, lihat [Menggunakan peran IAM](#) di Panduan Pengguna IAM.

Mendapatkan informasi tentang masalah pendaftaran 10DLC

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Dalam beberapa situasi, Anda dapat menerima pesan kesalahan ketika Anda mencoba mendaftarkan perusahaan Anda atau kampanye 10DLC Anda.

Masalah pendaftaran perusahaan

Ketika Anda mendaftarkan perusahaan Anda, Anda melihat salah satu dari dua status pendaftaran: Terverifikasi atau Tidak Terverifikasi. Jika status pendaftaran perusahaan Terverifikasi, maka pendaftaran perusahaan Anda berhasil. Anda dapat mulai membuat kampanye 10DLC.

Jika status pendaftaran perusahaan Anda belum diverifikasi, ada masalah dengan informasi yang Anda berikan. Konsol Amazon Pinpoint memberikan informasi tentang alasan pendaftaran perusahaan Anda menerima status ini.

Untuk melihat masalah pendaftaran untuk pendaftaran perusahaan 10DLC Anda

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab kampanye 10DLC, dalam daftar kampanye, pilih nama perusahaan yang ingin Anda temukan informasi selengkapnya.
4. Halaman detail perusahaan berisi informasi tentang masalah yang diidentifikasi dalam pendaftaran Anda. Jika bidang di bagian Info Perusahaan berisi simbol peringatan



),

masalah pendaftaran terkait dengan informasi di bidang tersebut.

Periksa informasi yang Anda berikan dan konfirmasi bahwa semua bidang berisi informasi yang benar. Anda dapat mengedit pendaftaran perusahaan Anda di konsol Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya tentang memodifikasi detail pendaftaran perusahaan Anda, lihat [Mengedit atau menghapus perusahaan terdaftar](#).

Jika Anda tidak dapat mengidentifikasi masalah dengan pendaftaran Anda, Anda dapat membuat kasus AWS Support untuk meminta informasi tambahan. Ikuti prosedur [Masalah pendaftaran kampanye](#) untuk membuat kasing.

Masalah pendaftaran kampanye

Saat Anda mendaftarkan kampanye 10DLC, Anda mungkin melihat pesan kesalahan dalam situasi tertentu.

Untuk mengirimkan permintaan informasi tentang kampanye 10DLC yang ditolak

1. Masuk ke AWS Management Console <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.
3. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? tautan.
5. Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
6. Di bagian Permintaan, lakukan hal berikut:
 - Untuk Wilayah, pilih tempat Wilayah AWS Anda mencoba mendaftarkan kampanye.
 - Untuk Jenis Sumber Daya, pilih Registrasi 10DLC.
 - Untuk Limit (Batasan), pilih Company or 10DLC Campaign Registration Rejection (Penolakan Pendaftaran Perusahaan atau Kampanye 10DLC).
7. Untuk deskripsi kasus Penggunaan, masukkan ID kampanye 10DLC yang ditolak.
8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih bahasa yang Anda inginkan untuk digunakan saat berkomunikasi dengan AWS Support tim.
9. Untuk metode Kontak, pilih metode komunikasi pilihan Anda dengan AWS Support tim.
10. Pilih Kirim.

AWS Support Tim akan memberikan informasi tentang alasan pendaftaran kampanye 10DLC Anda ditolak dalam kasus Anda. AWS Support

Meminta nomor

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Pada halaman pengaturan SMS dan suara, Anda dapat meminta nomor telepon untuk digunakan di berbagai negara. Untuk Amerika Serikat dan wilayah AS di Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika, Anda dapat membeli 10DLC berkemampuan SMS dan nomor bebas pulsa, serta kode panjang yang diaktifkan suara. Untuk negara lain, Anda dapat membeli kode panjang berkemampuan suara.

Jika Anda ingin membeli nomor telepon untuk negara yang tidak tercantum di halaman ini, atau jika Anda menginginkan nomor telepon berkemampuan SMS, Anda harus membuka kasing. AWS Support Untuk informasi selengkapnya tentang membuka AWS Support kasus untuk meminta kode panjang SMS khusus, lihat [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#). Untuk informasi selengkapnya tentang membuka AWS Support kasus untuk meminta kode panjang SMS khusus, lihat [Meminta kode singkat untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint](#).

Meminta nomor telepon menggunakan konsol Amazon Pinpoint

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru tentang cara meminta nomor telepon, lihat [Meminta nomor telepon](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint.

Pada halaman pengaturan SMS dan suara di konsol Amazon Pinpoint, Anda dapat meminta kode panjang, nomor bebas pulsa, atau nomor telepon 10DLC.

Untuk meminta nomor

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
3. Pada tab Nomor telepon, pilih Minta nomor telepon.
4. Pada halaman Tentukan nomor telepon Anda, untuk Negara, pilih negara tempat Anda ingin membeli nomor telepon. Anda hanya dapat memilih satu negara pada satu waktu, tetapi Anda dapat memilih negara tambahan nanti jika perlu.

Note

Anda tidak dapat meminta nomor atau kode area tertentu. Nomor telepon ditetapkan berdasarkan ketersediaan.

5. Jika Anda meminta nomor untuk digunakan di Amerika Serikat, pilih jenis nomor telepon. Bergantung pada jenisnya, Anda mungkin perlu memberikan dokumentasi tambahan untuk mendukung permintaan. Anda dapat memilih dari jenis nomor telepon berikut:
 - Kode panjang — Nomor 10 digit standar yang didedikasikan hanya untuk digunakan dengan Amazon Pinpoint. Tidak diperlukan dokumentasi khusus.


Note

Kode panjang yang tidak terdaftar hanya dapat digunakan untuk mengirim pesan suara. Jika Anda menginginkan nomor telepon untuk mengirim pesan SMS, selesaikan langkah-langkahnya [Meminta kode panjang khusus untuk pesan SMS dengan Amazon Pinpoint.](#)


- Bebas pulsa — (Hanya Amerika Serikat dan wilayah AS di Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam dan Samoa Amerika) Nomor bebas pulsa (TFN) yang dimulai dengan 888, 877, 866, 855, 844, atau 833. Throughput untuk nomor bebas pulsa dibatasi hingga 3 bagian pesan per detik. Nomor bebas pulsa mendukung SMS dan pesan suara. Mereka tidak dapat digunakan untuk mengirim pesan ke penerima di luar Amerika Serikat atau wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika.

Setelah Anda meminta TFN, nomor tersebut akan menampilkan status Tertunda atau Aktif. Jika statusnya Aktif, Anda dapat mengirim pesan dari TFN. Jika statusnya Tertunda,

Anda harus mendaftarkan nomornya sebelum Anda dapat mulai mengirim pesan. Untuk informasi lebih lanjut tentang mendaftarkan nomor bebas pulsa, lihat [Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#)

 Note

Untuk nomor bebas pulsa, kata kunci opt-out dan opt-in SMS default adalah STOP dan UNSTOP. Kata kunci ini dikelola oleh operator, jadi tidak ada kata kunci lain yang didukung. Ketika pengguna merespons dengan STOP atau UNSTOP, pesan respons juga dikelola oleh operator dan tidak dapat diubah. Pada halaman pengaturan SMS konsol Amazon Pinpoint, bidang pesan Kata Kunci dan Respons opt-out tidak aktif dan tidak dapat diedit.

 Important

Operator seluler AS baru-baru ini mengubah kebijakan mereka, dan akan mengharuskan semua nomor bebas pulsa (TFN) menyelesaikan proses pendaftaran. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mendaftarkan nomor bebas pulsa Anda](#). Anda dapat memeriksa status nomor Anda dengan mengunjungi [Status pendaftaran nomor bebas pulsa](#).

Pendaftaran dapat memakan waktu hingga 15 hari kerja. Untuk informasi lebih lanjut tentang mendaftarkan nomor bebas pulsa, lihat [Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#)

- 10DLC — (Hanya Amerika Serikat dan wilayah AS di Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika) Nomor 10 digit yang memerlukan proses pendaftaran sebelum dapat digunakan. Angka-angka ini dapat mendukung pesan SMS dan suara.

Untuk meminta nomor telepon 10DLC, Anda harus terlebih dahulu mendaftarkan perusahaan dan kampanye Anda. Sebagai praktik terbaik, ajukan pemeriksaan eksternal perusahaan Anda, yang dapat meningkatkan skor operator Anda, volume kampanye 10DLC Anda, dan batas throughput. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memeriksa pendaftaran 10DLC Anda](#). Setelah Anda menyelesaikan pendaftaran ini, Anda dapat meminta nomor telepon dan mengaitkannya dengan kampanye 10DLC. Untuk informasi lebih lanjut tentang 10DLC, lihat [10DLC](#)

Jika Anda memilih 10DLC, pilih kampanye 10DLC dari daftar tarik-turun Tetapkan nomor ke kampanye 10DLC. Nomor ini hanya dapat digunakan untuk kampanye terkait. Satu nomor telepon tidak dapat dikaitkan dengan beberapa kampanye 10DLC. Jika Anda meminta nomor 10DLC sebelum Anda memiliki kampanye 10DLC yang aktif, Amazon Pinpoint mengembalikan pesan kesalahan. Jika kampanye tidak terdaftar, verifikasi status kampanye di tab 10DLC di halaman pengaturan SMS dan suara.

Untuk nomor 10DLC dan bebas pulsa yang berbasis di AS, Anda juga harus memilih saluran yang didukung nomor tersebut. Anda dapat memilih untuk mengaktifkan saluran SMS, saluran Suara, atau keduanya.

6. Pilih jenis pesan untuk nomor telepon. Anda dapat memilih salah satu opsi berikut:
 - Promosi — Pilih opsi ini untuk mengirim pesan pemasaran atau pesan yang mempromosikan bisnis atau layanan Anda.
 - Transaksional — Pilih opsi ini untuk mengirim pesan sensitif waktu, seperti pengaturan ulang kata sandi atau peringatan transaksi.

Note

Jika Anda memilih 10DLC di Langkah 5, maka Promosi atau Transaksional sudah ditentukan saat Anda membuat kampanye 10DLC. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat kampanye 10DLC, lihat [Mendaftarkan kampanye 10DLC](#)

Di beberapa negara, nilai yang Anda pilih dapat menentukan harga yang Anda bayar untuk setiap pesan yang Anda kirim. Pesan transaksional dioptimalkan untuk pengiriman yang tinggi, menghasilkan biaya yang lebih tinggi di banyak negara. Pesan promosi dioptimalkan untuk efektivitas biaya. Untuk informasi selengkapnya tentang harga SMS, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

7. Bagian Ringkasan menampilkan informasi tentang nomor tersebut. Harga per bulan menunjukkan biaya untuk satu nomor.


Untuk Kuantitas, pilih jumlah angka yang ingin Anda beli. Anda dapat membeli hingga 10 nomor dalam satu permintaan. Anda dapat membeli nomor tambahan nanti. Subtotal memperbarui untuk menampilkan total biaya bulanan untuk jumlah nomor telepon yang Anda beli.

8. (Opsional) Jika Anda ingin membeli nomor telepon tambahan, pilih Tambahkan negara atau wilayah.
9. Setelah selesai membeli nomor telepon, pilih Berikutnya.
10. Pada halaman Tinjau dan permintaan, konfirmasi detail nomor telepon.

Jika Anda siap untuk menyelesaikan pembelian, pilih Permintaan. Jika tidak, pilih Sebelumnya untuk kembali dan membuat perubahan apa pun.

 Important

Anda dikenakan biaya sewa nomor telepon bulanan terlepas dari status nomor telepon. Misalnya, angka dalam status Tertunda masih menghasilkan biaya sebulan. Untuk informasi selengkapnya tentang harga, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

 Note

Jika Anda mengaitkan kampanye 10DLC dengan nomor 10DLC, maka status kampanye 10DLC Anda diubah kembali menjadi Tertunda untuk ditinjau. Untuk informasi selengkapnya tentang status kampanye 10DLC Anda, lihat [10 status kampanye DLC](#).

Permintaan untuk kode panjang biasanya disetujui segera. Jika permintaan Anda disetujui, Anda dapat mengakses nomor telepon baru Anda di tab Nomor telepon di halaman pengaturan SMS dan suara.

Jika ada masalah dengan permintaan Anda, pesan kesalahan muncul di bagian atas halaman. Kesalahan dapat terjadi jika tidak ada kode panjang yang tersedia untuk salah satu negara yang Anda pilih, misalnya. Dalam beberapa kasus, akun Anda mungkin memerlukan peninjauan tambahan sebelum menyetujui permintaan Anda. Jika pesan ini muncul, Anda perlu membuat tiket dukungan yang memberikan informasi lebih lanjut tentang permintaan Anda.

Mengelola pengaturan SMS dan suara di Amazon Pinpoint

 Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi

terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru.

Dalam akun Amazon Pinpoint Anda, Anda dapat mengubah beberapa pengaturan yang menentukan bagaimana pesan Anda di saluran SMS dan suara berperilaku. Bagian ini memberikan informasi tentang pengaturan ini, dan prosedur untuk mengubahnya.

Topik

- [Mengubah pengaturan SMS](#)
- [Mengelola pengaturan nomor](#)
- [Kelola kata kunci](#)
- [Opt-out yang dikelola sendiri](#)
- [Menghapus nomor](#)

Mengubah pengaturan SMS

Konsol Amazon Pinpoint menyediakan beberapa opsi untuk membantu Anda memperbarui dan mengelola pengaturan saluran SMS agar sesuai dengan kasus penggunaan dan anggaran Anda. Misalnya, Anda dapat mengaktifkan atau menonaktifkan saluran SMS untuk proyek tertentu, menetapkan kuota pengeluaran SMS bulanan untuk AWS akun Anda, atau mengubah jenis pesan default untuk AWS akun Anda.

Untuk mengubah pengaturan SMS

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, lakukan salah satu hal berikut:
 - Untuk mengubah pengaturan SMS untuk proyek tertentu, pilih proyek.
 - Untuk mengubah pengaturan SMS untuk AWS akun Anda, pilih proyek apa pun.
3. Di panel navigasi, di bawah Settings (Pengaturan), pilih SMS and voice (SMS dan suara).
4. Pada halaman pengaturan SMS dan suara, di sebelah Umum, pilih Edit.
5. Pada halaman Edit SMS, ubah salah satu pengaturan berikut:
 - Aktifkan saluran SMS untuk proyek ini — Pilih opsi ini untuk mengaktifkan saluran SMS untuk proyek saat ini. Untuk menonaktifkan saluran SMS untuk proyek, hapus opsi ini.

- Pengaturan tingkat akun - Ubah pengaturan ini untuk mengubah pengaturan SMS untuk akun Anda AWS . Pengaturan ini berlaku untuk seluruh akun Amazon Pinpoint Anda dan ke semua AWS layanan yang dapat Anda gunakan untuk mengirim pesan SMS, seperti Amazon Simple Notification Service. Anda dapat mengubah pengaturan berikut:
 - Jenis pesan default — Pilih jenis pesan SMS yang akan Anda kirim. Jika Anda berencana untuk mengirim konten yang sensitif terhadap waktu, seperti peringatan dan kata sandi satu kali, pilih Transaksional. Jika Anda berencana untuk mengirim konten terkait pemasaran, pilih Promosi.
 - Batas pengeluaran akun — Tentukan jumlah maksimum uang, dalam Dolar AS, yang ingin Anda habiskan untuk mengirim pesan SMS selama setiap bulan kalender.
 - ID pengirim default — Secara opsional, tentukan ID pengirim yang Anda rencanakan untuk digunakan untuk mengirim pesan SMS. ID pengirim adalah pengenalan alfanumerik yang muncul di perangkat penerima saat mereka menerima pesan dari Anda. Dukungan untuk ID pengirim bervariasi menurut negara atau wilayah. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

6. Setelah selesai melakukan perubahan, pilih Simpan perubahan.

Mengelola pengaturan nomor

Anda dapat menggunakan opsi di bagian Pengaturan angka pada halaman pengaturan SMS dan suara untuk mengelola pengaturan kode pendek khusus dan kode panjang yang Anda minta AWS Support dan tetapkan ke akun Anda. Kode pendek adalah angka tiga digit hingga tujuh digit, tergantung pada negara tempat ia berada, yang dimaksudkan untuk pesan SMS volume tinggi. Untuk mempelajari cara meminta kode pendek khusus, lihat [the section called “Meminta kode pendek”](#). Kode panjang adalah nomor telepon standar 10 digit yang dimaksudkan untuk komunikasi volume rendah. person-to-person Untuk mempelajari cara meminta kode panjang khusus, lihat [the section called “Meminta kode panjang”](#).

Setelah Anda menerima satu atau lebih kode pendek khusus atau kode panjang dari AWS Support, angka-angka itu muncul di bagian Pengaturan angka, di mana Anda dapat mengelola pengaturan kata kunci SMS dan pengaturan pesan SMS dua arah untuk nomor tersebut.

Mengkonfigurasi SMS dua arah di Amazon Pinpoint

Anda dapat mengatur SMS dua arah dengan menggunakan konsol Amazon Pinpoint. Selesaikan prosedur di bagian ini untuk mengatur pesan SMS dua arah untuk nomor telepon.

Prasyarat

Sebelum Anda dapat mengaktifkan dan mengatur SMS dua arah di Amazon Pinpoint, Anda harus meminta nomor khusus. Jenis nomor khusus yang Anda gunakan tergantung pada negara tempat penerima Anda berada. Untuk informasi selengkapnya tentang jenis nomor khusus yang tersedia di setiap negara, lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#).

Jika Anda berencana untuk menggunakan topik Amazon SNS yang dienkripsi menggunakan AWS KMS kunci, Anda harus mengubah kebijakan kunci. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Persyaratan khusus untuk topik terenkripsi](#).

Mengaktifkan SMS dua arah

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Amazon Pinpoint SMS sekarang mendukung penggunaan Amazon Connect untuk memproses pesan dua arah, lihat pesan SMS [dua arah di Panduan Pengguna SMS](#) Amazon Pinpoint.

Anda dapat mengaktifkan pesan SMS dua arah untuk nomor telepon individual. Ketika salah satu pelanggan Anda mengirim pesan ke nomor telepon Anda, badan pesan dikirim ke topik Amazon SNS. Untuk informasi selengkapnya tentang topik Amazon SNS, lihat [Mengonfigurasi Amazon SNS](#) di Panduan Pengembang Layanan Pemberitahuan Sederhana Amazon. Prosedur untuk menyiapkan pesan dua arah tergantung pada apakah Anda ingin menggunakan topik Amazon SNS standar atau yang dienkripsi. Bagian ini berisi prosedur untuk kedua skenario. Anda hanya perlu menyelesaikan salah satu dari prosedur ini.

Untuk mengaktifkan SMS dua arah

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Di bawah Pengaturan nomor, pilih nomor telepon yang ingin Anda konfigurasi untuk SMS dua arah.

Note

Anda hanya dapat mengaktifkan SMS dua arah untuk nomor telepon jika nilai di kolom SMS Diaktifkan.

4. Di bagian SMS dua arah, pilih Aktifkan SMS 2 arah.
5. Di bawah Tujuan pesan masuk, tentukan topik Amazon SNS yang menerima pesan SMS Anda dengan memilih salah satu opsi berikut:
 - Buat topik Amazon SNS baru - Jika Anda memilih opsi ini, Amazon Pinpoint membuat topik di akun Anda. Topik dibuat secara otomatis dengan semua izin yang diperlukan.
 - Pilih topik Amazon SNS yang ada — Jika Anda memilih opsi ini, Anda harus memilih topik Amazon SNS yang ada. Kebijakan akses untuk topik yang Anda pilih harus menyertakan izin berikut:

```
{
  "Effect": "Allow",
  "Principal": {
    "Service": "sms-voice.amazonaws.com"
  },
  "Action": "sns:Publish",
  "Resource": "*",
  "Condition": {
    "StringEquals": {
      "aws:SourceAccount": "accountId"
    },
    "ArnLike": {
      "aws:SourceArn": "arn:aws:sms-voice:region:accountId:*"
    }
  }
}
```

Pernyataan contoh sebelumnya menggunakan, opsional tetapi direkomendasikan, `SourceAccount` dan `SourceArn` kondisi untuk memastikan bahwa hanya akun pemilik Amazon Pinpoint yang memiliki akses. Dalam contoh ini, ganti *accountId* dengan id akun *dan* wilayah AWS Anda dengan nama. Wilayah AWS

Note

Topik Amazon SNS FIFO tidak didukung. Jika Anda memilih topik yang dienkripsi menggunakan AWS KMS kunci, lihat [Persyaratan khusus untuk topik terenkripsi](#) persyaratan tambahan.

- (Opsional) Di bawah kata kunci SMS dua arah, tambahkan kata kunci dan pesan respons. Saat nomor Anda menerima pesan SMS yang berisi salah satu kata kunci ini, Amazon Pinpoint mengirimkan pesan ke topik Amazon SNS Anda, dan membalas dengan pesan respons yang Anda tentukan. Pilih Tambahkan kata kunci lain untuk menambahkan kata kunci tambahan.
- Setelah selesai membuat perubahan, pilih Simpan.

Persyaratan khusus untuk topik terenkripsi

Meskipun data Amazon Pinpoint dienkripsi, Anda dapat menggunakan topik Amazon SNS yang dienkripsi menggunakan AWS KMS kunci untuk tingkat keamanan tambahan. Keamanan tambahan ini dapat membantu jika aplikasi Anda menangani data pribadi atau sensitif.

Anda perlu melakukan beberapa langkah persiapan tambahan untuk menggunakan topik Amazon SNS terenkripsi dengan pesan dua arah.

Pernyataan contoh berikut menggunakan SourceArn ketentuan, opsional namun direkomendasikan, SourceAccount dan untuk memastikan bahwa hanya akun pemilik Amazon Pinpoint yang memiliki akses Dalam contoh ini, ganti accountID dengan id AWS akun dan wilayah Anda dengan nama. Wilayah AWS

Pertama, kunci yang Anda gunakan harus simetris. Topik Amazon SNS terenkripsi tidak mendukung kunci asimetris. AWS KMS

Kedua, kebijakan kunci harus dimodifikasi untuk memungkinkan Amazon Pinpoint menggunakan kunci. Tambahkan izin berikut ke kebijakan kunci yang ada:

```
{
  "Effect": "Allow",
  "Principal": {
    "Service": "sms-voice.amazonaws.com"
  },
  "Action": [
```

```

    "kms:GenerateDataKey*",
    "kms:Decrypt"
  ],
  "Resource": "*",
  "Condition": {
    "StringEquals": {
      "aws:SourceAccount": "accountId"
    },
    "ArnLike": {
      "aws:SourceArn": "arn:aws:sms-voice:region:accountId:*"
    }
  }
}

```

Untuk informasi selengkapnya tentang mengedit kebijakan utama, lihat [Mengubah kebijakan kunci](#) di Panduan AWS Key Management Service Pengembang.

Untuk informasi selengkapnya tentang mengenkripsi topik Amazon SNS AWS KMS menggunakan kunci, [lihat Mengaktifkan kompatibilitas antara sumber peristiwa AWS dari layanan dan topik terenkripsi di Panduan Pengembang Layanan Pemberitahuan Sederhana Amazon](#).

Contoh payload pesan SMS dua arah

Saat nomor Anda menerima pesan SMS, Amazon Pinpoint mengirimkan payload JSON ke topik Amazon SNS yang Anda tentukan. Payload JSON berisi pesan dan data terkait, seperti pada contoh berikut:

```

{
  "originationNumber":"+14255550182",
  "destinationNumber":"+12125550101",
  "messageKeyword":"JOIN",
  "messageBody":"EXAMPLE",
  "inboundMessageId":"cae173d2-66b9-564c-8309-21f858e9fb84",
  "previousPublishedMessageId":"wJalrXUtnFEMI/K7MDENG/bPxRfiCYEXAMPLEKEY"
}

```

Payload pesan masuk berisi informasi berikut:

Properti	Deskripsi
<code>originationNumber</code>	Nomor telepon yang mengirim pesan masuk kepada Anda (dengan kata lain, nomor telepon pelanggan Anda).
<code>destinationNumber</code>	Nomor telepon tempat pelanggan mengirim pesan (nomor telepon khusus Anda).
<code>messageKeyword</code>	Kata kunci terdaftar yang terkait dengan nomor telepon khusus Anda.
<code>messageBody</code>	Pesan yang dikirimkan pelanggan kepada Anda.
<code>inboundMessageId</code>	Pengenal unik untuk pesan yang masuk.
<code>previousPublishedMessageId</code>	Pengidentifikasi unik dari pesan yang ditanggapi pelanggan.

Kelola kata kunci

Gunakan konsol Amazon Pinpoint untuk menyesuaikan respons kata kunci untuk nomor Anda. Untuk menambahkan kata kunci baru, SMS dua arah harus dihidupkan.

Tambahkan kata kunci

1. Pada halaman pengaturan SMS dan suara, di bawah Pengaturan nomor, pilih nomor telepon yang ingin Anda kelola respons kata kunci.
2. Perluas SMS dua arah dan di bawah Kata kunci SMS dua arah - Opsional pilih Tambahkan kata kunci lain.
3. Masukkan kata kunci dan pesan respons. Ketika nomor Anda menerima pesan SMS yang dimulai dengan salah satu kata kunci ini, Amazon Pinpoint akan secara otomatis merespons dengan pesan yang dikonfigurasi. Pilih Tambahkan kata kunci lain untuk menambahkan kata kunci tambahan.
4. Setelah selesai membuat perubahan, pilih Simpan.

Mengedit kata kunci

1. Pada halaman pengaturan SMS dan suara, di bawah Pengaturan nomor, pilih nomor telepon yang ingin Anda kelola respons kata kunci.

Di bawah Kata Kunci, konsol menyediakan opsi untuk kata kunci HELP dan STOP default. Anda dapat mengedit pesan respons, tetapi Anda tidak dapat mengedit kata kunci.

2. Perluas SMS dua arah dan di bawah Kata kunci SMS dua arah - Opsional Anda dapat mengedit kata kunci apa pun dan pesan responsnya.
3. Setelah selesai membuat perubahan, pilih Simpan.

Hapus kata kunci

1. Pada halaman pengaturan SMS dan suara, di bawah Pengaturan nomor, pilih nomor telepon yang ingin Anda hapus kata kunci.
2. Perluas SMS dua arah dan di bawah Kata kunci SMS dua arah - Pilihan opsional Hapus dari kata kunci yang ingin Anda hapus.
3. Setelah selesai membuat perubahan, pilih Simpan.

Important

Kata kunci HELP dan opt-out tidak dapat dihapus, lihat [Kata kunci opt-out yang didukung](#) daftar kata kunci opt-out.

Opt-out yang dikelola sendiri


Secara default, ketika pelanggan mengirim pesan yang dimulai dengan HELP atau STOP ke salah satu nomor khusus Anda, Amazon Pinpoint secara otomatis membalas dengan pesan yang dapat disesuaikan. Dalam kasus pesan STOP yang masuk, Amazon Pinpoint juga memilih pelanggan untuk tidak menerima pesan SMS future. Jika Anda lebih suka mengelola respons HELP dan STOP dengan menggunakan layanan selain Amazon Pinpoint, Anda dapat mengaktifkan opt-out yang dikelola sendiri.

 Note

Untuk mengaktifkan opt-out yang dikelola sendiri untuk suatu nomor, Anda harus terlebih dahulu mengaktifkan pesan SMS dua arah untuk nomor tersebut.

Saat Anda mengaktifkan fitur ini, ada tiga perubahan pada cara Amazon Pinpoint menangani pesan masuk yang dikirim pelanggan Anda ke kode panjang atau pendek yang ditentukan. Pertama, berhenti mengirim respons otomatis ke pesan HELP dan STOP yang masuk. (Namun, Anda dapat menggunakan [pengaturan kata kunci](#) untuk mengonfigurasi respons terhadap pesan-pesan ini secara manual.) Kedua, Amazon Pinpoint berhenti secara otomatis memilih pelanggan Anda untuk tidak menerima pesan SMS future ketika mereka mengirim pesan STOP. Dan akhirnya, ini merutekan pesan HELP dan STOP yang masuk ke topik Amazon SNS yang Anda gunakan untuk menerima pesan SMS dua arah, daripada menanggapi pengirim secara otomatis.

Jika Anda mengaktifkan fitur ini, Anda bertanggung jawab untuk menanggapi permintaan HELP dan STOP. Anda juga bertanggung jawab untuk melacak dan menghormati permintaan opt-out.

 Important

Banyak negara, wilayah, dan yurisdiksi memberlakukan hukuman berat untuk mengirim pesan SMS yang tidak diinginkan. Jika Anda mengaktifkan fitur ini, pastikan Anda memiliki sistem dan proses untuk menangkap dan mengelola permintaan opt-out.

Untuk mengaktifkan opt-out yang dikelola sendiri

1. Di bawah Pengaturan angka, pilih kode pendek atau kode panjang yang ingin Anda aktifkan opt-out yang dikelola sendiri.
2. Pada halaman Pengaturan angka, pilih SMS dua arah.
3. Aktifkan dan atur pesan SMS dua arah, jika Anda belum melakukannya. Untuk informasi tentang mengatur pesan SMS dua arah, lihat [the section called “Pesan SMS dua arah”](#).
4. Di bawah Opt-out, pilih Aktifkan opt-out yang dikelola sendiri.

Menghapus nomor

Jika Anda tidak memerlukan nomor telepon khusus lagi, Anda dapat menghapusnya dari akun Anda. Saat Anda menghapus nomor, kami berhenti menagihnya di tagihan Anda untuk bulan kalender berikutnya.

Important

Menghapus nomor telepon dari akun Anda bersifat permanen dan tidak dapat dibatalkan. Jika Anda menghapus nomor telepon, Anda tidak akan dapat memperoleh nomor yang sama lagi di masa mendatang.

Untuk menghapus nomor dari akun Anda

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Di bagian Pengaturan nomor, pilih nomor telepon yang ingin Anda hapus. Pilih Hapus nomor telepon.

Note

Anda hanya dapat menghapus satu nomor pada satu waktu.

4. Pada jendela Hapus konfirmasi nomor, masukkan **delete** di bidang teks, lalu pilih Hapus.

Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS

Important

Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka. Halaman ini mungkin tidak lagi memiliki up-to-date informasi terbanyak. Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS [Amazon Pinpoint](#) yang baru. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Proses pendaftaran nomor bebas pulsa](#) di Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint

Important

Operator seluler AS telah mengubah kebijakan mereka, dan mengharuskan semua nomor bebas pulsa (TFN) terdaftar sebelum dapat mengirim pesan apa pun. Anda dapat memeriksa status nomor Anda dengan mengunjungi [Status pendaftaran nomor bebas pulsa](#). Untuk informasi lebih lanjut tentang pendaftaran, lihat [Mendaftarkan nomor bebas pulsa Anda](#). Diperlukan waktu hingga 15 hari kerja untuk pendaftaran Anda diproses setelah diserahkan.

Jika Anda menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pesan ke penerima di Amerika Serikat atau wilayah AS Puerto Riko, Kepulauan Virgin AS, Guam, dan Samoa Amerika, Anda dapat menggunakan nomor telepon bebas pulsa (TFN) untuk mengirimkan pesan tersebut. Setelah Anda meminta TFN, Anda dapat mendaftarkan perusahaan Anda menggunakan TFN. Setiap TFN membutuhkan kasus penggunaan khusus. Misalnya, jika Anda mendaftarkan TFN untuk digunakan untuk kata sandi satu kali, itu hanya dapat digunakan untuk mengirim kata sandi satu kali. Jika TFN digunakan untuk apa pun selain kasus penggunaan yang ditentukan, itu dapat dicabut.

Nomor bebas pulsa kasus penggunaan terlarang

Perlu AWS diketahui bahwa kemampuan kami terbatas untuk mengirim pesan apa pun atau mendaftarkan TFN untuk beberapa kasus penggunaan. Kasus penggunaan tertentu diblokir seluruhnya (misalnya, kasus penggunaan yang terkait dengan zat yang dikendalikan, atau phishing) dan kasus lainnya dapat dikenakan penyaringan tingkat tinggi (misalnya, pesan keuangan berisiko tinggi). Anda mungkin tidak dapat mendaftarkan TFN yang terkait dengan kasus penggunaan konten terbatas yang ditentukan dalam [Konten pesan terlarang](#)

Mendaftarkan nomor bebas pulsa Anda

Setelah Anda membeli nomor bebas pulsa mengikuti langkah-langkah di dalamnya, [Meminta nomor telepon menggunakan konsol Amazon Pinpoint](#) Anda harus mendaftarkan nomor tersebut. Anda dapat menyelesaikan proses pendaftaran langsung di konsol Amazon Pinpoint. Informasi yang Anda kirimkan melalui konsol Amazon Pinpoint akan diteruskan ke mitra operator kami untuk menyelesaikan pendaftaran. Saat mendaftarkan TFN Anda, pastikan informasinya lengkap dan akurat atau pendaftaran Anda dapat ditolak. Informasi yang Anda masukkan harus sama persis dengan kantor pusat perusahaan perusahaan.

Note

Diperlukan waktu hingga 15 hari kerja untuk pendaftaran Anda diproses setelah diserahkan.

Important

Informasi yang Anda kirimkan melalui konsol Amazon Pinpoint akan diteruskan ke mitra operator kami untuk menyelesaikan pendaftaran.

Untuk mendaftarkan nomor bebas pulsa

1. Sebelum Anda dapat mendaftar, beli TFN dengan mengikuti petunjuk yang ditemukan di [Meminta nomor telepon menggunakan konsol Amazon Pinpoint](#)
2. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
3. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
4. Pada tab Pendaftaran Bebas Pulsa, pilih Buat pendaftaran.
- 5.

Note


Jika Anda memilih Minta nomor bebas pulsa baru setelah menyelesaikan permintaan nomor telepon baru, formulir pendaftaran kosong baru dibuat, untuk informasi lebih lanjut tentang meminta nomor telepon baru, lihat [Meminta nomor telepon menggunakan konsol Amazon Pinpoint](#) Untuk menyelesaikan pendaftaran pilih tab Pendaftaran bebas pulsa, pilih pendaftaran baru dan kemudian lanjutkan dengan sisa langkah ini. Anda dikenakan biaya sewa nomor bebas pulsa bulanan terlepas dari statusnya. Misalnya, angka dalam status Tertunda masih menghasilkan biaya sebulan. Untuk informasi selengkapnya tentang harga, lihat Harga [Amazon Pinpoint](#).

Pada nomor Bebas Pulsa tersedia untuk mendaftar pilih nomor Bebas Pulsa yang ada dan kemudian Daftarkan nomor bebas pulsa yang ada. .

6. Di bagian Informasi Perusahaan, masukkan yang berikut ini:
 - Untuk Nama Perusahaan, masukkan nama perusahaan Anda.

- Untuk Situs Web Perusahaan, masukkan URL untuk situs web perusahaan Anda.
 - Untuk Alamat 1, masukkan alamat jalan kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Alamat 2 - opsional, jika diperlukan masukkan nomor suite kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk City, masuki kota kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Negara, masukkan negara bagian kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Kode Pos, masukkan kode pos kantor pusat perusahaan Anda.
 - Untuk Negara, masukkan kode negara ISO dua digit.
7. Di bagian Informasi Kontak, masukkan informasi berikut:
- Untuk Nama Depan, masukkan nama depan orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
 - Untuk Nama Belakang, masukkan nama belakang orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
 - Untuk Support Email, masukkan alamat email orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
 - Untuk Support Phone Number, masukkan nomor telepon orang yang akan menjadi titik kontak bisnis Anda.
8. Dalam Kasus Penggunaan Pesan, lakukan hal berikut:
- Untuk Volume SMS Bulanan pilih jumlah pesan SMS yang akan setiap bulannya.
 - Untuk Kategori Kasus Penggunaan pilih salah satu jenis kasus penggunaan berikut untuk nomor tersebut:
 - Otentikasi dua faktor — Gunakan ini untuk mengirim kode otentikasi dua faktor.
 - Kata sandi satu kali — Gunakan ini untuk mengirim kata sandi satu kali kepada pengguna.
 - Pemberitahuan — Gunakan ini jika Anda hanya bermaksud mengirim pemberitahuan penting kepada pengguna Anda.
 - Polling dan survei — Gunakan ini untuk polling pengguna pada preferensi mereka.
 - Info on demand — Ini untuk mengirim pesan pengguna setelah mereka mengirim permintaan.
 - Promosi dan Pemasaran — Gunakan ini jika Anda hanya bermaksud mengirim pesan pemasaran kepada pengguna Anda.
 - Lainnya - Gunakan ini jika kasus penggunaan Anda tidak termasuk dalam kategori lain.

- Detail Kasus Penggunaan Lengkap — opsional untuk memberikan konteks tambahan ke Kategori Kasus Penggunaan yang dipilih.
- Untuk Deskripsi Alur Kerja Keikutsertaan, masukkan deskripsi tentang cara pengguna menyetujui untuk menerima pesan SMS. Misalnya, dengan mengisi formulir online di situs web Anda.
- Untuk file alur kerja Opt-in, unggah gambar yang menunjukkan cara pengguna menyetujui untuk menerima pesan. Jenis file yang didukung adalah PNG dan ukuran file maksimum adalah 400KB. Informasi tambahan dan contoh alur kerja keikutsertaan yang sesuai dapat ditemukan di [Mendapatkan izin](#)

 Important

Contoh mockup atau screenshot opt-in:

- Keikutsertaan situs web: Mockup atau tangkapan layar formulir web tempat klien menambahkan nomor mereka dan setuju untuk menerima pesan.
- Website Posting (Support): Di mana nomor yang diiklankan dan di mana pelanggan menemukan nomor untuk teks.
- Keyword atau QR Code Opt-in: Di mana pelanggan menemukan kata kunci atau kode QR untuk ikut serta dalam pesan-pesan ini.
- 2FA/OTP: Mockup atau screenshot opt-in jika berlaku, jika verbal, memberikan mockup atau screenshot dari skrip opt-in verbal.
- Informasi: Berikan mockup atau tangkapan layar dari alur kerja persetujuan verbal dan berikan konten pesan.

9. Di bagian Sampel Pesan, lakukan hal berikut:

- Untuk Contoh Pesan 1, masukkan contoh pesan dari badan pesan SMS yang akan dikirim ke pengguna akhir Anda.
- Untuk Contoh Pesan 2 — opsional dan Contoh Pesan 3 — opsional, masukkan contoh pesan tambahan, jika diperlukan, dari badan pesan SMS yang akan dikirim.
- Setiap kotak teks Sampel Pesan memiliki batas karakter maksimum 306 karakter.

10. Setelah selesai, pilih Kirim pendaftaran.

Status pendaftaran nomor bebas pulsa

Saat Anda mendaftarkan nomor bebas pulsa, pendaftaran Anda akan berada di salah satu dari lima status berbeda:

- **Dibuat** — Pendaftaran Anda dibuat tetapi tidak dikirimkan.
- **Tertunda** — Anda harus mendaftarkan nomor sebelum Anda dapat mulai mengirim pesan.
- **Meninjau** — Pendaftaran Anda telah diterima dan sedang ditinjau. Mungkin diperlukan waktu hingga 15 hari kerja untuk peninjauan selesai.
- **Selesai** — Pendaftaran Anda telah disetujui dan Anda dapat mulai menggunakan nomor bebas pulsa untuk mulai mengirim pesan.
- **Memerlukan Pembaruan** - Anda harus memperbaiki pendaftaran Anda dan mengirimkannya kembali. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengedit pendaftaran nomor bebas pulsa](#). Bidang yang memerlukan pembaruan menampilkan ikon peringatan dan deskripsi singkat tentang masalah ini.
- **Ditutup** — Anda menghapus nomor bebas pulsa dan juga harus menghapus pendaftaran untuk nomor tersebut.

Periksa status pendaftaran Anda

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/).
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pendaftaran Bebas Pulsa, Anda kemudian dapat melihat Status pendaftaran setiap pendaftaran.

Mengedit pendaftaran nomor bebas pulsa

Setelah Anda mengirimkan pendaftaran Anda, status pendaftaran akan ditampilkan sebagai **Memerlukan Pembaruan** jika ada masalah dengan pendaftaran. Di negara bagian ini, formulir pendaftaran dapat diedit. Bidang yang memerlukan pembaruan memiliki ikon peringatan dan deskripsi singkat tentang masalah ini.

Untuk mengedit pendaftaran perusahaan

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.

2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pendaftaran bebas pulsa, pilih ID Pendaftaran yang ingin Anda edit.
4. Pilih Perbarui pendaftaran untuk mengedit formulir dan mengoreksi bidang yang memiliki ikon peringatan.
5. Unggah ulang file yang dikirimkan sebelumnya untuk file Tangkapan Layar Keikutsertaan.
- 6.

 Important

Periksa kembali semua bidang untuk memastikan bahwa mereka benar.

Pilih Kirim pendaftaran untuk mengirim ulang setelah Anda selesai.

Menghapus pendaftaran nomor bebas pulsa

Jika Anda tidak lagi ingin menggunakan nomor bebas pulsa setelah Anda mengirimkan pendaftaran nomor bebas pulsa Anda, Anda dapat menghapus pendaftaran. Disarankan agar Anda menghapus nomor bebas pulsa terlebih dahulu dan kemudian pendaftaran.

Untuk menghapus pendaftaran

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Pada tab Pendaftaran Bebas Pulsa, pilih ID pendaftaran yang ingin Anda hapus, lalu pilih Hapus Pendaftaran.

Masalah Registrasi

Jika pendaftaran Nomor Bebas Pulsa Anda tidak diterima, Anda akan melihat pesan yang menjelaskan mengapa nomor tersebut ditolak. Jika Anda memiliki pertanyaan tentang penolakan ini yang tidak dijawab dalam [Praktik Terbaik](#) kami, Anda dapat mengajukan permintaan kepada tim dukungan kami.

Untuk mengirimkan permintaan informasi tentang Nomor Bebas Pulsa yang ditolak

1. Masuk ke AWS Management Console <https://console.aws.amazon.com/>.
2. Di menu Dukungan, pilih Pusat Dukungan.

3. Pada panel Kasus dukungan Anda, pilih Buat kasus.
4. Pilih peningkatan batas Mencari layanan? tautan.
5. Untuk tipe Limit, pilih Pinpoint SMS.
6. Di bagian Permintaan, lakukan hal berikut:
 - Pilih tempat Anda mencoba mendaftarkan kampanye.
 - Untuk Jenis Sumber Daya, pilih Registrasi 10DLC atau TFN.
 - Untuk Limit, pilih Penolakan Pendaftaran Perusahaan atau Kampanye.
7. Untuk deskripsi kasus Penggunaan, masukkan Nomor Bebas Pulsa yang ditolak.
8. Di bawah Opsi kontak, untuk Bahasa kontak pilihan, pilih bahasa yang Anda inginkan untuk digunakan saat berkomunikasi dengan AWS Support tim.
9. Untuk metode Kontak, pilih metode komunikasi pilihan Anda dengan AWS Support tim.
10. Pilih Kirim.

AWS Support Tim akan memberikan informasi tentang alasan pendaftaran bebas pulsa Anda ditolak dalam AWS Support kasus Anda.

Nomor bebas pulsa pertanyaan yang sering diajukan

Pertanyaan yang sering diajukan tentang proses pendaftaran nomor bebas pulsa.

Apakah saat ini saya memiliki nomor bebas pulsa?

Untuk memeriksa apakah Anda memiliki nomor bebas pulsa

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Di panel navigasi, di bawah SMS dan suara, pilih Nomor telepon.
3. Nomor bebas pulsa memiliki jenisnya terdaftar sebagai bebas pulsa.

Apakah saya harus mendaftarkan nomor bebas pulsa saya?

Ya. Jika saat ini Anda memiliki nomor bebas pulsa, Anda harus mendaftar sebelum 09/30/2022 untuk terus menggunakannya. Jika Anda membeli nomor bebas pulsa baru setelah 08/01/2022, Anda harus mendaftarkannya untuk mengirim pesan.

Bagaimana cara membeli nomor bebas pulsa?

Ikuti petunjuk di [Meminta nomor telepon menggunakan konsol Amazon Pinpoint](#) untuk membeli nomor bebas pulsa.

Bagaimana cara mendaftarkan nomor bebas pulsa saya?

Ikuti petunjuk di [Mendaftarkan nomor bebas pulsa Anda](#) untuk mendaftarkan nomor bebas pulsa.

Apa status pendaftaran nomor bebas pulsa saya dan apa artinya?

Ikuti petunjuk di [Status pendaftaran nomor bebas pulsa](#) untuk memeriksa pendaftaran dan status Anda.

Informasi apa yang perlu saya berikan?

Anda perlu memberikan alamat perusahaan Anda, kontak bisnis, dan kasus penggunaan. Anda dapat menemukan informasi yang diperlukan di [Mendaftarkan nomor bebas pulsa Anda](#).

Bagaimana jika pendaftaran saya ditolak?

Jika pendaftaran Anda ditolak, statusnya akan diubah menjadi Memerlukan Pembaruan dan Anda dapat melakukan pembaruan dengan mengikuti petunjuk di [Mengedit pendaftaran nomor bebas pulsa](#).

Izin apa yang saya butuhkan?

Izin IAM yang Anda gunakan untuk mengunjungi konsol Amazon Pinpoint harus diaktifkan dengan izin. `"sms-voice:*"`

Pengaturan pemberitahuan push

Gunakan halaman pengaturan pemberitahuan push untuk menentukan kredensial yang harus digunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pemberitahuan push untuk proyek saat ini ke perangkat iOS, Android, atau Amazon. Anda dapat memberikan kredensial untuk layanan pemberitahuan push berikut, yang masing-masing didukung oleh saluran Amazon Pinpoint:

- Olahpesan Perangkat Amazon (ADM)
- Layanan Pemberitahuan Push Apple (APN)
- Dorongan Awan Baidu
- Firebase Cloud Messaging (FCM)

Topik

- [Memperbarui pengaturan pemberitahuan push](#)
- [Mengelola pengaturan APN](#)

Memperbarui pengaturan pemberitahuan push

Dengan menggunakan konsol, Anda dapat memperbarui kredensial yang digunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim pemberitahuan push untuk proyek saat ini ke perangkat iOS, Android, dan Amazon.

Untuk memperbarui pengaturan pemberitahuan push

1. Buka konsol Amazon Pinpoint di <https://console.aws.amazon.com/pinpoint/>.
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda perbarui pengaturan pemberitahuan push.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Pemberitahuan push.
4. Di samping Pemberitahuan push, pilih Edit.
5. Untuk memperbarui pengaturan untuk layanan Baidu Cloud Push atau ADM, pilih Tampilkan layanan notifikasi push lainnya.
6. Masukkan kredensi yang benar untuk layanan pemberitahuan push yang ingin Anda gunakan:
 - APN — Memerlukan kunci penandatanganan token otentikasi atau sertifikat TLS, yang Anda dapatkan dari akun pengembang Apple Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat bagian selanjutnya, Mengelola Pengaturan APN.
 - FCM — Memerlukan Web API Key atau Token Credentials, juga disebut sebagai API_KEY atau kunci server, yang Anda dapatkan dari Firebase console. Untuk informasi tentang mendapatkan kredensial FCM, lihat [Kredensial](#) di dokumentasi Firebase dan untuk informasi selengkapnya tentang Kredensial Token, lihat [Memigrasi dari API FCM lama](#) ke HTTP v1 di dokumentasi Firebase..
 - Baidu - Memerlukan kunci API dan kunci rahasia, yang Anda dapatkan dari proyek Baidu Cloud Push Anda.
 - ADM - Memerlukan kredensi OAuth (pengenal klien dan rahasia klien) dari akun Pengembang Amazon Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mendapatkan kredensi perpesanan perangkat amazon](#) di dokumentasi Pengembang Amazon.
7. Setelah selesai, pilih Simpan.

Mengelola pengaturan APN

Untuk layanan Pemberitahuan Push Apple (APN), Anda dapat mengotorisasi Amazon Pinpoint untuk mengirim pemberitahuan push ke aplikasi iOS Anda dengan memberikan informasi tentang kunci atau sertifikat APN Anda:

Kunci

Kunci penandatanganan pribadi yang digunakan Amazon Pinpoint untuk menandatangani token otentikasi APN secara kriptografis. Anda mendapatkan kunci penandatanganan dari akun pengembang Apple Anda.

Jika Anda memberikan kunci penandatanganan, Amazon Pinpoint menggunakan token untuk mengautentikasi dengan APN untuk setiap pemberitahuan push yang Anda kirim. Dengan kunci penandatanganan, Anda dapat mengirim pemberitahuan push ke lingkungan produksi dan kotak pasir APN.

Tidak seperti sertifikat, kunci penandatanganan Anda tidak kedaluwarsa. Anda memberikan kunci Anda hanya sekali, dan Anda tidak perlu memperbaruinya nanti. Selain itu, Anda dapat menggunakan kunci penandatanganan yang sama untuk beberapa aplikasi. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Berkomunikasi dengan APN menggunakan token autentikasi](#) di Bantuan Akun Pengembang Apple.

Sertifikat

Sertifikat TLS yang digunakan Amazon Pinpoint untuk mengautentikasi dengan APN saat Anda mengirim pemberitahuan push. Sertifikat APN dapat mendukung lingkungan produksi dan kotak pasir, atau hanya dapat mendukung lingkungan kotak pasir. Anda mendapatkan sertifikat dari akun pengembang Apple Anda.

Sertifikat berakhir setelah satu tahun. Ketika ini terjadi, Anda harus membuat sertifikat baru, yang kemudian Anda berikan ke Amazon Pinpoint untuk memperbarui pengiriman pemberitahuan push. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Berkomunikasi dengan APN menggunakan sertifikat TLS di Bantuan Akun Pengembang Apple](#).

Untuk mengelola setelan APN

1. Pada halaman Edit pemberitahuan push, pilih layanan Pemberitahuan Push Apple (APN).
2. Di bawah Jenis otentikasi default, pilih Kredensi kunci atau Kredensi sertifikat, tergantung pada jenis otentikasi yang ingin Anda gunakan. Amazon Pinpoint menggunakan pengaturan default

ini untuk setiap pemberitahuan push APN yang Anda kirim menggunakan konsol. Anda dapat mengganti setelan default saat mengirim pesan secara terprogram menggunakan Amazon Pinpoint API, file, atau SDK AWS CLI. AWS Jika jenis autentikasi default Anda gagal, Amazon Pinpoint tidak mencoba menggunakan jenis autentikasi lainnya.

- Jika Anda memilih Kredensial kunci, berikan informasi berikut dari akun pengembang Apple Anda di <https://developer.apple.com/account/> Amazon Pinpoint memerlukan informasi ini untuk membuat token otentikasi.
 - ID Kunci — ID yang ditetapkan ke kunci penandatanganan Anda. Untuk menemukan nilai ini, pilih Sertifikat, ID & Profil, dan pilih kunci Anda di bagian Kunci.
 - Pengenal bundel — ID yang ditetapkan ke aplikasi iOS Anda. Untuk menemukan nilai ini, pilih Sertifikat, ID & Profil, pilih ID Aplikasi di bagian Pengenal, dan pilih aplikasi Anda.
 - Pengenal tim — ID yang ditetapkan ke tim akun pengembang Apple Anda. Nilai ini disediakan di halaman Keanggotaan.
 - Kunci autentikasi — File.p8 yang Anda unduh dari akun pengembang Apple saat Anda membuat kunci otentikasi. Apple memungkinkan Anda mengunduh kunci otentikasi hanya sekali.
 - Jika Anda memilih kredensi Sertifikat, berikan informasi berikut:
 - Sertifikat SSL — File.p12 untuk sertifikat TLS Anda. Anda dapat mengekspor file ini dari Keychain Access setelah mengunduh dan menginstal sertifikat dari akun pengembang Apple Anda.
 - Kata sandi sertifikat — Jika Anda menetapkan kata sandi ke sertifikat Anda, masukkan di sini.
 - Jenis sertifikat — Pilih jenis sertifikat yang akan digunakan.
3. Untuk mengaktifkan saluran APN Pilih, pilih saluran yang akan diaktifkan.
 4. Setelah selesai, pilih Simpan.

Pengaturan analitik aplikasi seluler dan web

Gunakan analisis aplikasi Seluler dan halaman analitik aplikasi Web sebagai panduan untuk membantu Anda mengintegrasikan dan mengonfigurasi aplikasi seluler dan web Anda untuk mengirim data penggunaan ke Amazon Pinpoint. Data ini mencakup metrik yang dapat membantu Anda menentukan bagaimana pelanggan Anda menggunakan aplikasi Anda. Misalnya, Anda dapat menentukan berapa banyak pelanggan yang masuk ke aplikasi Anda selama 30 hari terakhir, berapa

banyak pelanggan yang menggunakan fitur spesifik aplikasi Anda, dan persentase pelanggan yang mengakses aplikasi Anda menggunakan jenis perangkat tertentu. Anda dapat menggunakan data ini untuk meningkatkan kegunaan aplikasi Anda dan untuk meningkatkan keterlibatan, kepuasan, dan retensi pelanggan.

Pengaturan aliran acara

Gunakan halaman Pengaturan aliran acara untuk mengaktifkan atau menonaktifkan streaming data penggunaan dan keterlibatan, yang dikenal sebagai data peristiwa, untuk proyek saat ini ke AWS layanan yang didukung. Jika Anda mengaktifkan streaming, Anda juga dapat memilih jenis streaming dan AWS Identity and Access Management peran yang ingin Anda gunakan.

Note

Jika Anda belum membuat aliran Amazon Kinesis, buka konsol Amazon Kinesis di <https://console.aws.amazon.com/kinesis>. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat stream, lihat Panduan Pengembang [Amazon Kinesis Data Streams](#) atau Panduan Pengembang Amazon Kinesis [Data Firehose](#).

Pastikan Anda memiliki izin untuk mengatur dan mengirim ke aliran. Untuk informasi selengkapnya tentang izin, lihat [peran IAM untuk streaming acara](#) ke Kinesis

Untuk mengatur streaming acara

1. [Masuk ke AWS Management Console dan buka konsol Amazon Pinpoint di https://console.aws.amazon.com/pinpoint/.](https://console.aws.amazon.com/pinpoint/)
2. Pada halaman Semua proyek, pilih proyek yang ingin Anda atur streaming data.
3. Di panel navigasi, di bawah Pengaturan, pilih Aliran acara.
4. Di bagian Layanan, pilih Edit.
5. Pilih Streaming ke Amazon Kinesis.
6. Di bawah Pilih jenis aliran, pilih salah satu opsi berikut:
 - Kirim peristiwa ke Amazon Kinesis Data Stream - Pilih opsi ini jika Anda ingin mengirim data peristiwa Amazon Pinpoint ke aplikasi eksternal untuk dianalisis.
 - Kirim peristiwa ke aliran Amazon Kinesis Data Firehose — Pilih opsi ini jika Anda ingin mengirim data peristiwa ke penyimpanan data AWS , seperti Amazon Redshift.

7. Untuk aliran Amazon Kinesis, pilih aliran Amazon Kinesis yang ingin Anda gunakan untuk mengekspor data.

 Note

Jika Anda belum membuat aliran Amazon Kinesis, buka konsol Amazon Kinesis di <https://console.aws.amazon.com/kinesis>. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat stream, lihat Panduan Pengembang [Amazon Kinesis Data Streams](#) atau [Panduan Pengembang Amazon Kinesis Data Firehose](#).

8. Di bawah peran IAM, pilih salah satu opsi berikut:
 - Gunakan peran yang ada — Pilih opsi ini agar Amazon Pinpoint mengambil peran IAM yang sudah ada di akun Anda. Peran yang Anda pilih harus memungkinkan `firehose:PutRecordBatch` tindakan. Untuk contoh kebijakan yang mengizinkan tindakan ini, lihat Kebijakan [Izin di Panduan](#) Pengembang Amazon Pinpoint.
 - Buat peran secara otomatis - Pilih opsi ini untuk secara otomatis membuat peran IAM dengan izin yang diperlukan. Peran ini memberi wewenang kepada Amazon Pinpoint untuk mengirim data ke aliran yang Anda pilih pada langkah 7.
9. Pilih Simpan.

Saat Amazon Pinpoint menerima peristiwa untuk proyek Anda, Amazon Pinpoint mengirimkan data ini ke aliran Kinesis Anda. Untuk informasi tentang data yang dikirimkan Amazon Pinpoint untuk suatu peristiwa, lihat [Menstreaming Acara Amazon Pinpoint ke Kinesis](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Memantau Amazon Pinpoint dengan Amazon CloudWatch

Anda dapat menggunakan Amazon CloudWatch untuk mengumpulkan, melihat, dan menganalisis beberapa metrik penting yang terkait dengan akun dan proyek Amazon Pinpoint Anda. Saat Anda mengonfigurasi CloudWatch Amazon Pinpoint, Anda mendapatkan wawasan tentang pengiriman kampanye Amazon Pinpoint Anda, serta status pendaftaran titik akhir dan pekerjaan impor Anda. Anda juga dapat menggunakan CloudWatch untuk membuat alarm yang memberi tahu Anda ketika metrik tertentu melebihi nilai yang Anda tentukan. Misalnya, Anda dapat membuat alarm yang mengirimkan email secara otomatis saat salah satu periode tertentu gagal dalam periode waktu tertentu.

Untuk petunjuk tentang cara melakukan streaming peristiwa dan log, lihat [Streaming peristiwa Amazon Pinpoint ke Kinesis](#) di [Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#).

Topik dalam Bab ini:

- [Amazon Pinpoint metrik yang diekspor ke CloudWatch](#)
- [Lihat metrik Amazon Pinpoint di CloudWatch](#)
- [Membuat alarm CloudWatch untuk metrik Amazon Pinpoint](#)

Amazon Pinpoint metrik yang diekspor ke CloudWatch

Topik berikut menjelaskan metrik yang diekspor Amazon Pinpoint. CloudWatch

Topik di bagian ini:

- [Metrik yang terkait dengan pengiriman pesan](#)
- [Metrik yang terkait dengan titik akhir](#)
- [Metrik yang terkait dengan pekerjaan impor](#)
- [Metrik yang terkait dengan kata sandi satu kali](#)
- [Metrik yang terkait dengan peristiwa](#)

Metrik yang terkait dengan pengiriman pesan

Metrik	Deskripsi
<code>DirectSendMessagePermanentFailure</code>	<p>Jumlah pesan yang tidak dikirim karena masalah permanen.</p> <p>Jenis masalah ini biasanya terjadi ketika titik akhir kedaluwarsa atau tidak valid. Ketika jenis masalah ini terjadi, Amazon Pinpoint tidak mencoba untuk mengirim ulang pesan.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>
<code>DirectSendMessageTemporaryFailure</code>	<p>Jumlah pesan langsung yang gagal dikirim karena masalah sementara.</p> <p>Jenis masalah ini biasanya menunjukkan bahwa masalah internal dengan layanan Amazon Pinpoint mencegah pesan dikirim. Ketika jenis masalah ini terjadi, Amazon Pinpoint tidak mencoba untuk mengirim ulang pesan.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>
<code>CampaignSendMessagePermanentFailure</code>	<p>Jumlah pesan kampanye yang tidak dikirim karena masalah permanen.</p> <p>Jenis masalah ini biasanya terjadi ketika token endpoint kedaluwarsa atau tidak valid.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>

Metrik	Deskripsi
CampaignSendMessageTemporaryFailure	<p>Jumlah pesan yang coba dikirim oleh kampanye, tetapi itu tidak dikirim karena masalah sementara.</p> <p>Jenis masalah ini biasanya menunjukkan bahwa masalah internal dengan layanan Amazon Pinpoint mencegah pesan dikirim. Ketika jenis masalah ini terjadi, Amazon Pinpoint tidak mencoba untuk mengirim ulang pesan.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>
DirectSendMessageThrottled	<p>Jumlah pesan langsung yang tidak terkirim karena kemampuan akun Anda untuk mengirim pesan terhambat.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>
CampaignSendMessageThrottled	<p>Jumlah pesan kampanye yang tidak dikirim karena kemampuan akun Anda untuk mengirim pesan dibatasi.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>
CampaignSendMessageLatency	<p>Jumlah waktu, dalam hitungan detik, yang berlalu antara waktu ketika kampanye mulai berjalan dan waktu ketika selesai berjalan.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, Saluran</p>

Metrik yang terkait dengan titik akhir

Metrik	Deskripsi
EndpointRegistrationFailure	<p>Jumlah pendaftaran endpoint yang dikirimkan melalui AWS SDK atau Amazon Pinpoint API yang tidak dapat diimpor.</p> <p>Jenis masalah ini biasanya terjadi ketika catatan titik akhir yang masuk tidak valid.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId</p>

Metrik yang terkait dengan pekerjaan impor

Metrik	Deskripsi
ImportedEndpointFailure	<p>Jumlah titik akhir dalam pekerjaan impor yang tidak dapat diimpor karena tidak valid.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId</p>
ImportJobFailure	<p>Jumlah pekerjaan impor yang tidak dapat diselesaikan dengan alasan apa pun.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId</p>
ImportJobDuration	<p>Jumlah waktu, dalam hitungan detik, yang berlalu antara awal dan akhir setiap pekerjaan impor.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p>

Metrik	Deskripsi
	Dimensi: ApplicationId

Metrik yang terkait dengan kata sandi satu kali

Metrik	Deskripsi
OTPVerificationSuccess	Jumlah permintaan verifikasi One-Time Password (OTP) yang berhasil. Unit: Count (Jumlah) Dimensi: ApplicationId
OTPVerificationAttempt	Jumlah total upaya untuk memverifikasi OTP. Unit: Count (Jumlah) Dimensi: ApplicationId
OTPVerificationFailure	Jumlah total permintaan verifikasi OTP yang gagal. Unit: Count (Jumlah) Dimensi: ApplicationId
OTPVerificationFailureFinalAttempt	Jumlah total permintaan verifikasi OTP yang gagal pada upaya terakhir. Unit: Count (Jumlah) Dimensi: ApplicationId

Metrik yang terkait dengan peristiwa

Metrik	Deskripsi
TotalEvents	<p>Jumlah total peristiwa yang direkam Amazon Pinpoint. Metrik ini mencakup peristiwa yang direkam oleh AWS SDK atau oleh Amazon Pinpoint API.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId</p>
ExportedEvents	<p>Jumlah total acara yang berhasil ditulis ke aliran acara untuk diekspor.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId</p>
ExportEventErrors	<p>Jumlah total kesalahan yang terjadi setelah menulis ke aliran acara. Kesalahan ini dapat mencakup masalah yang tidak terkait dengan Amazon Pinpoint.</p> <p>Misalnya, kesalahan ini dapat terjadi ketika volume peristiwa yang Anda streaming ke Kinesis Data Firehose melebihi throughput yang Anda berikan.</p> <p>Unit: Count (Jumlah)</p> <p>Dimensi: ApplicationId, ErrorCode</p>

Lihat metrik Amazon Pinpoint di CloudWatch

Anda dapat memantau metrik Amazon Pinpoint dengan menggunakan konsol Amazon CloudWatch atau API Amazon CloudWatch. Prosedur berikut menjelaskan cara melihat metrik dengan menggunakan CloudWatch.

Untuk melihat metrik dengan menggunakan konsol CloudWatch

1. Buka konsol CloudWatch di <https://console.aws.amazon.com/cloudwatch/>.
2. Di panel navigasi, pilih Metrik.
3. Pada Semua metrik tab, pilih Pinpoint.
4. Pilih jenis metrik yang ingin Anda lihat.
5. Pilih metrik yang akan ditambahkan ke grafik.

Anda juga dapat menggunakan CloudWatch untuk membuat alarm yang mengirimkan pemberitahuan tentang perubahan metrik ini. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Membuat alarm CloudWatch untuk metrik Amazon Pinpoint](#).

Membuat alarm CloudWatch untuk metrik Amazon Pinpoint

Di Amazon CloudWatch, Anda dapat membuat alarm yang mengirimkan notifikasi saat nilai metrik tertentu berada dalam atau di luar ambang batas yang Anda tentukan. Misalnya, Anda dapat membuat alarm yang memberi tahu Anda jika lebih dari sejumlah pesan kampanye tertentu tidak dikirim karena masalah sementara. Dalam contoh ini, alarm mengirimkan notifikasi jika nilai CampaignSendMessageProyKegagalanmetrik lebih besar dari nilai yang Anda tentukan.

Topik ini menjelaskan cara membuat alarm untuk metrik Amazon Pinpoint dengan menggunakan konsol CloudWatch. Untuk informasi selengkapnya tentang membuat alarm, termasuk informasi rinci tentang pengaturan konfigurasi alarm, lihat [Menggunakan alarm Amazon CloudWatch](#) di dalam Panduan Pengguna Amazon CloudWatch.

Cara membuat alarm untuk metrik Amazon Pinpoint

1. Buka konsol CloudWatch di <https://console.aws.amazon.com/cloudwatch/>.
2. Di panel navigasi, pilih Alarm.
3. Pilih Buat alarm.
4. Pilih Pilih metrik.
5. Pada Semua metrik tab, pilih Pinpoint, lalu pilih jenis metrik yang ingin Anda pasang alarm. Jenis metrik yang tersedia tergantung pada fitur Amazon Pinpoint yang Anda gunakan.
6. Pilih metrik yang ingin Anda pasang alarm, lalu pilih Pilih metrik. Halaman Tentukan metrik dan kondisi akan muncul, memperlihatkan grafik dan informasi lain tentang metrik.
7. Di bawah Kondisi, selesaikan langkah-langkah berikut:

- Untuk Jenis ambang batas, pilih Statis.
 - Untuk **metric** Kapan pun, tentukan apakah Anda ingin nilai metrik lebih besar dari, lebih besar dari atau sama dengan, kurang dari, atau kurang dari atau sama dengan ambang untuk memicu alarm. Lalu, pada daripada, masukkan nilai ambang batas yang Anda inginkan untuk memicu alarm.
8. Di bawah Konfigurasi tambahan, selesaikan langkah-langkah berikut:
- Untuk Datapoints untuk alarm, masukkan jumlah periode evaluasi (datapoints) di mana nilai metrik harus memenuhi kondisi ambang untuk memicu alarm.
 - Untuk Perawatan data yang hilang, pilih apa yang Anda ingin alarm lakukan jika beberapa data hilang.
9. Pilih Selanjutnya.
10. Di bawah Notifikasi, selesaikan langkah-langkah berikut:
- Untuk Setiap kali keadaan alarm ini, pilih Alarm.
 - Untuk Pilih topik SNS, pilih atau buat topik Amazon Simple Notification Service (Amazon SNS) yang ingin Anda kirimkan notifikasi alarm.
11. Pilih Selanjutnya.
12. Masukkan nama dan, pilihan opsional, penjelasan untuk alarm, lalu pilih Selanjutnya.
13. Di bawah Pratinjau dan buat, tinjau dan konfirmasi bahwa pengaturan alarm adalah yang Anda inginkan, lalu pilih Buat alarm.

Pemecahan Masalah

Biasakan informasi pemecahan masalah dan kemungkinan solusi untuk membantu menyelesaikan masalah saat menggunakan Amazon Pinpoint.

Sebagai praktik terbaik, pertimbangkan untuk mencatat peristiwa di Amazon Pinpoint dengan:

- Mengaktifkan Aliran Acara dengan Amazon Kinesis Data Streams mengikuti instruksi di [Pengaturan aliran acara](#).
- Menggunakan solusi pencatatan khusus. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Database Acara Keterlibatan Pengguna Digital](#). Beberapa layanan terlibat dan biaya tambahan dikeluarkan.
- Menggunakan Amazon CloudWatch metrik yang didukung oleh Amazon Pinpoint. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Memantau Amazon Pinpoint dengan Amazon CloudWatch](#).
- Menggunakan panggilan Amazon Pinpoint API yang masuk. CloudTrail Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mencatat panggilan Amazon Pinpoint API dengan AWS CloudTrail di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint](#).

Topik

- [Impor segmen gagal](#)
- [Menggabungkan Beberapa Segmen Impor](#)
- [Ekspor segmen gagal](#)
- [BadRequestException: Melebihi titik akhir maksimum per jumlah pengguna: 15](#)
- [BadRequestException saat memanggil UpdateEndpoints operasi UpdateEndpointsBatch atau: Terlalu banyak atribut khusus](#)
- [Masalah kampanye](#)
- [Segmen dinamis: Jumlah titik akhir](#)
- [Masalah perjalanan: Perjalanan berbasis peristiwa tidak diaktifkan saat menggunakan permintaan PutEvents](#)
- [Masalah perjalanan: Semua peserta perjalanan melalui cabang 'Tidak' selama aktivitas split 'Ya/Tidak'](#)
- [Kegagalan pengiriman SMS](#)
- [Keterlambatan pengiriman SMS](#)
- [SMS dua arah](#)

- [Suara](#)
- [Pemberitahuan push: Masalah pengiriman](#)
- [Pemberitahuan push: Pesan tidak diterima](#)
- [Pemberitahuan push: Pesan tidak ditampilkan](#)
- [Email: Pesan tidak ditampilkan](#)
- [E-mail: Status pantulan](#)
- [Contoh-contoh CLI](#)

Impor segmen gagal

Jika impor segmen gagal, Anda mungkin melihat pesan galat berikut atau yang serupa:

Pekerjaan impor: Impor gagal untuk SampleTemplate file.csv dengan nama segmen.
SampleTemplate Permintaan buruk: Data yang kami terima tidak sesuai dengan format yang kami harapkan untuk createImportJob operasi. Konfirmasikan bahwa informasi dalam permintaan Anda diformat dengan benar, lalu kirimkan permintaan Anda lagi.

Masalah dan solusi

- Kesalahan ini terjadi ketika template yang diimpor tidak diformat dengan benar.
- Verifikasi bahwa template dalam format JSON atau CSV yang valid. Lihat [File segmen](#) contoh format yang benar. Contoh template juga dapat diunduh dari Konsol. Di bawah proyek Anda, pilih Segmen, Buat segmen, Impor segmen, dan pilih Unduh contoh CSV.
- Verifikasi bahwa semua atribut yang ditentukan valid. ChannelTypedan alamat adalah bidang wajib saat mengimpor segmen. Nama atribut peka huruf besar/kecil. Untuk daftar lengkap kemungkinan atribut yang dapat ditambahkan ke template, lihat [Atribut yang didukung](#).

Menggabungkan Beberapa Segmen Impor

Amazon Pinpoint tidak mendukung penggabungan beberapa segmen impor. Anda dapat menggabungkan dua impor secara manual menjadi satu impor dan membuat segmen dinamis dari segmen gabungan.

Ekspor segmen gagal

Tidak dapat mengekspor segmen. Pekerjaan ekspor terus gagal dari konsol.

Masalah dan solusi

- Pekerjaan ekspor dapat gagal untuk ekspor besar saat mengekspor dari konsol.
- Sebagai solusi untuk batasan ini, segmen dapat diekspor ke bucket Amazon S3 menggunakan [CreateExportJob](#) API melalui referensi baris perintah (CLI) atau SDK.

BadRequestException: Melebihi titik akhir maksimum per jumlah pengguna: 15

Kesalahan ini terjadi ketika mencoba menambahkan lebih dari 15 titik akhir yang terkait dengan hal yang sama. `UserId`

Note

Jika titik akhir baru memiliki tipe saluran ADM, GCM, APNS, APNS_VOICE, APNS_VOIP_SANDBOX, atau BAIDU, permintaan akan berhasil jika sudah ada titik akhir dengan salah satu jenis saluran tersebut. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengelola jumlah maksimum titik akhir anggota audiens](#) di Panduan Pengembang Amazon Pinpoint.

Masalah dan solusi

- Anda mungkin melihat kesalahan ini saat membuat titik akhir baru atau mengedit yang sudah ada menggunakan API [update-endpoint](#), dan titik akhir tertentu melebihi jumlah maksimum 15 alamat titik akhir.
- Batas ini saat ini merupakan batas keras dengan layanan ini. Itu tidak bisa ditingkatkan. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Kuota titik akhir](#).

BadRequestException saat memanggil UpdateEndpoints operasi UpdateEndpointsBatch atau: Terlalu banyak atribut khusus

Kesalahan ini terjadi ketika mencoba menambahkan lebih dari 250 atribut. Atribut kustom dapat maksimal 15 KB per titik akhir.

Masalah dan solusi

- Ekspor segmen dan periksa untuk mengonfirmasi jumlah atribut khusus.
- Jumlah default atribut adalah 250, termasuk atribut yang ditetapkan ke `Attributes`, `Metrics`, dan `UserAttributes`.
- Untuk mengatasinya, Anda mungkin ingin meningkatkan batas. Untuk informasi lebih lanjut, lihat [Kuota titik akhir](#).

Masalah kampanye

Verifikasi bahwa logging diaktifkan untuk membantu mengidentifikasi penyebab kegagalan. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Pemantauan dan pencatatan](#).

Masalah kampanye: Beberapa titik akhir tidak diproses atau ditargetkan dengan sukses oleh kampanye

Titik akhir yang ditargetkan: Jumlah total titik akhir untuk saluran yang dipilih yang akan dikirim pesan saat kampanye berjalan. Total ini mengecualikan titik akhir duplikat atau tidak aktif dari segmen.

Titik akhir diproses: Jumlah total titik akhir yang berhasil ditargetkan yang dikirim pesan dalam kampanye dijalankan.

Masalah dan solusi

- Ada kemungkinan bahwa jumlah titik akhir yang berhasil diproses lebih rendah dari jumlah total titik akhir di segmen. Perbedaan ini dapat terjadi ketika segmen berisi titik akhir atau titik akhir tidak aktif yang merupakan jenis saluran yang tidak digunakan oleh kampanye. Anda dapat melihat [Metrik untuk kampanye individual](#) di bawah saluran tertentu yang terkait dengan kampanye Anda.
- Saat menggunakan segmen dinamis, Anda mungkin tidak mendapatkan hitungan akurat jumlah titik akhir per saluran yang terdapat di segmen target dengan mengeksport segmen tersebut. Data titik akhir dalam segmen tersebut dapat berubah dari waktu ke waktu berdasarkan kriteria yang ditentukan dalam segmen dinamis.

Masalah kampanye: Pelambatan pesan

Masalah dan solusi

- Pelambatan karena pengiriman pesan hilir dan layanan operator.
- Tinjau Amazon CloudWatch metrik `CampaignSendMessageThrottled` selama jangka waktu kampanye dijalankan untuk mengonfirmasi apakah ini masalahnya. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Lihat metrik Amazon Pinpoint di CloudWatch](#).
- Throttling terjadi ketika kemampuan tingkat pengiriman titik akhir terlampaui. [Untuk informasi selengkapnya, lihat Kuota Amazon Pinpoint](#).

Masalah kampanye: Zona waktu penerima

Masalah dan solusi

- Jadwalkan kampanye untuk menggunakan waktu lokal penerima dengan menyetel [isLocalTime](#) ke `true`.
- Jika kampanye dijadwalkan untuk menggunakan waktu lokal penerima untuk kampanye, semua titik akhir harus memiliki nilai `Demographic.Timezone` atribut yang diformat dengan benar dalam definisi titik akhir. Jika tidak, titik akhir tidak akan berhasil ditargetkan. [isLocalTime](#) Opsi ini mendasarkan waktu pengiriman pada zona waktu lokal masing-masing penerima.

Masalah kampanye: Waktu pemrosesan

Masalah dan solusi

- Kampanye tidak memiliki cukup waktu untuk memproses semua titik akhir.
- Jika kampanye tidak memiliki cukup waktu untuk memproses semua titik akhir yang ditargetkan, titik akhir tidak diproses dan log menampilkan `campaign_send_status` dari `EXPIRED`
- Berdasarkan jumlah titik akhir yang ditargetkan oleh kampanye Anda, verifikasi bahwa Jumlah waktu maksimum untuk menjalankan kampanye dan Jumlah maksimum pesan per detik dikonfigurasi berdasarkan kasus penggunaan dan saluran pengiriman Anda. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Mengkonfigurasi pengaturan default untuk sebuah proyek](#).

Masalah kampanye: Pengiriman, render atau kegagalan permanen

- Masalah pengiriman hilir, termasuk masalah rendering.
 - Masalah pengiriman dapat terjadi ketika mencapai jenis titik akhir yang berbeda. Verifikasi bahwa logging diaktifkan untuk membantu mengidentifikasi penyebab kegagalan. Untuk memecahkan masalah pengiriman hilir lebih lanjut, lihat masalah pengiriman yang terkait dengan jenis titik akhir yang sesuai.
 - Masalah rendering terjadi karena alasan berikut: ketika template pesan digunakan dan data template hilang, data template salah diformat, atau ada ketidakcocokan antara parameter template dan data titik akhir. Untuk informasi selengkapnya, lihat bagian email di bawah masalah pengiriman.
- Kegagalan permanen.
 - Kegagalan permanen terjadi ketika alamat titik akhir mungkin tidak dijangkau oleh Amazon Pinpoint. Alasan kesalahan permanen ditampilkan di log. Kegagalan permanen tidak dicoba lagi. Contoh kegagalan permanen dapat mencakup alamat yang tidak valid, seperti alamat email atau nomor telepon, serta masalah izin, akun di kotak pasir, atau kuota yang tidak mencukupi.

Segmen dinamis: Jumlah titik akhir

Masalah dan solusi

- Ketika segmen dinamis digunakan saat membuat kampanye, jumlah jumlah titik akhir adalah perkiraan dan mungkin tidak akurat. Segmen dapat diekspor untuk mengkonfirmasi jumlah pasti titik akhir pada titik waktu tertentu. Ini karena data titik akhir dalam segmen dinamis dapat berubah dari waktu ke waktu dan berdasarkan kriteria yang ditentukan dalam segmen dinamis

Masalah perjalanan: Perjalanan berbasis peristiwa tidak diaktifkan saat menggunakan permintaan PutEvents

Masalah dan solusi

- Verifikasi bahwa konfigurasi tidak [Ciptakan perjalanan](#) terlampaui:
 - Pesan harian maksimum per titik akhir
 - Jumlah maksimum pesan yang dapat diterima titik akhir dari perjalanan
 - Jumlah maksimum pesan perjalanan per detik

- Entri maksimum per titik akhir
- Verifikasi bahwa jumlah aktif perjalanan yang diaktifkan peristiwa tidak melebihi ambang batas yang disediakan.
- Verifikasi bahwa semua komponen permintaan [PutEvents](#) API sudah lengkap, termasuk [Komponen Peristiwa dan Komponen Titik Akhir](#).
- Verifikasi bahwa perjalanan spesifik dalam aplikasi yang sama dengan yang ada dalam PutEvent permintaan.
- Verifikasi bahwa acara yang benar dikonfigurasi untuk mengaktifkan perjalanan Anda. Anda dapat mengonfirmasi konfigurasi ini dalam [kondisi entri Perjalanan](#).
- Perjalanan yang digerakkan oleh peristiwa tidak kondusif untuk kasus penggunaan Contact Center karena masa pakai yang terbatas untuk operasi dial adalah 3 menit.
- Anda dapat menggunakan contoh permintaan berikut untuk mengaktifkan perjalanan menggunakan kondisi entri "TestEvent".

```
aws pinpoint put-events --application-id 7149cbb8XXXXXXXX --events-request file://PutEvents.json
file://PutEvents.json
{
  "BatchItem": {
    "ExampleEndpointID": {
      "Endpoint": {
        "User": {
          "UserId": "10107"
        },
        "ChannelType": "EMAIL",
        "Address": "johndoe@example.com"
      },
      "Events": {
        "JourneyEvent": {
          "EventType": "TestEvent",
          "Timestamp": "2019-02-10T19:48:57+00:00"
        }
      }
    }
  }
}
```

Masalah perjalanan: Semua peserta perjalanan melalui cabang 'Tidak' selama aktivitas split 'Ya/Tidak'

Masalah dan solusi

- Kesalahan ini dapat terjadi ketika tidak ada waktu tunggu yang dikonfigurasi. Acara kirim segera dievaluasi, yang mengakibatkan pemindahan semua peserta ke cabang 'Tidak'.
 - Untuk mengatasi masalah ini, verifikasi bahwa beberapa waktu tunggu dikonfigurasi setelah evaluasi kondisi.
- Pembagian Ya/Tidak berdasarkan kriteria acara dan mengikuti AWS Lambda kegiatan kustom memiliki waktu tunggu implisit 15 menit untuk memperoleh dan memproses hasil acara.
- Pembagian Ya/Tidak berdasarkan kriteria acara dan aktivitas saluran berikut (SMS, EMAIL, PNS) memiliki waktu tunggu 1 jam untuk memperoleh dan memproses status acara pengiriman untuk pengiriman pesan saluran.
- Hanya acara standar khusus untuk status pengiriman saluran yang didukung untuk pemisahan Ya/Tidak.

Kegagalan pengiriman SMS

Masalah dan solusi

- Konfirmasikan bahwa nomor tersebut valid menggunakan validator [nomor Amazon Pinpoint](#). Pengiriman SMS didukung untuk 'MOBILE' PhoneType. Pengiriman SMS ke nomor 'VOIP' mungkin tidak berhasil, tetapi akan dicoba dengan upaya terbaik.
- Konfirmasikan bahwa kuota belanja SMS bulanan Anda tidak habis dengan meninjau metrik di `TextMessageMonthlySpend` Amazon CloudWatch Untuk informasi lebih lanjut lihat [Lihat SMS bulanan dan pengeluaran suara Anda dengan menggunakan CloudWatch](#)
- Jika masalah pengiriman terbatas pada satu atau dua perangkat, maka singkirkan masalah terkait perangkat. Verifikasi bahwa nomor tersebut dapat menerima SMS di luar Amazon Pinpoint pada saat kegagalan.
- Aktifkan pencatatan peristiwa SMS untuk membantu mengidentifikasi penyebab kegagalan.
 - Tinjau [status pesan](#).
 - Tinjau cara mengatasi [kesalahan Tidak Dikenal saat mencoba menjangkau telepon](#).

- Perhatikan persyaratan dan peraturan khusus. Lihat [Kemampuan negara dan batasan untuk SMS dengan Amazon Pinpoint](#), dan konfirmasikan bahwa persyaratan ini dipenuhi.

Keterlambatan pengiriman SMS

Masalah dan solusi

- Masalah pengiriman SMS dapat terjadi karena berbagai alasan. Ini karena jalur terdistribusi yang dilalui pesan setelah meninggalkan AWS infrastruktur. Misalnya, masalah terkait perangkat mungkin disebabkan oleh jangkauan jaringan yang buruk.
- Sebagai praktik terbaik, ukur keterlambatan pengiriman SMS dengan membandingkan waktu pengiriman pesan dan waktu yang diterima dari perangkat tujuan.
- [Batas Message Parts per Second \(MPS\)](#) terkait dengan identitas asli juga dapat menimbulkan penundaan.

SMS dua arah

Respons SMS dua arah tidak diterima baik pada topik SNS, pelanggan, atau keduanya.

Masalah dan solusi

- Verifikasi bahwa Anda memiliki nomor dengan SMS dua arah yang diaktifkan untuk negara tempat fitur tersebut didukung. Lihat [Negara dan wilayah yang didukung \(saluran SMS\)](#) dan [Pesan SMS dua arah di Amazon Pinpoint](#).
- Verifikasi bahwa nomor pengirim berasal dari negara yang sama dengan nomor berkemampuan SMS dua arah di Amazon Pinpoint.
 - SMS masuk yang dikirim dari nomor di luar negeri mungkin gagal dikirim ke Amazon Pinpoint. Kemampuan pengiriman dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti aturan dan peraturan lokal telekomunikasi di seluruh negara. Pengiriman SMS internasional dicoba dengan upaya maksimal.
 - Jika nomor pengirim tidak berasal dari negara yang sama dengan nomor yang diaktifkan SMS dua arah di Amazon Pinpoint, dan negara sumber nomor pengirim mendukung SMS dua arah, maka kode panjang atau pendek dapat berfungsi untuk pengguna di negara tersebut. Lihat [Jenis pembelian nomor](#).

- Verifikasi bahwa nomor pengirim adalah nomor ponsel yang valid dan bukan nomor virtual dengan menggunakan API validator [Nomor Telepon Amazon Pinpoint](#). Komunikasi antara dua nomor virtual, seperti yang ada di Amazon Pinpoint, akan dicoba dengan upaya maksimal.
- Tinjau [CloudWatch metrik Amazon SNS](#) untuk `NumberOfMessagesPublished`, `NumberOfNotificationsDelivered`, dan `NumberOfNotificationsFailed` untuk memverifikasi apakah topik Amazon SNS dapat menerima SMS masuk.
 - Jika ada titik data untuk `NumberOfMessagesPublished` pada saat stempel waktu SMS masuk, maka respon penerima berhasil diterima dari hilir. Mereka kemudian berusaha menjangkau pelanggan Amazon SNS dari Amazon Pinpoint. Namun, ada masalah konfigurasi atau pengiriman antara Amazon SNS dan titik akhir tujuan. Untuk memecahkan masalah, aktifkan logging pada topik Amazon SNS untuk protokol pengiriman yang digunakan. Lihat [status pengiriman pesan Amazon SNS](#).
 - Jika ada titik data untuk `NumberOfMessagesPublished` metrik pada saat stempel waktu SMS masuk:
 - Tinjau kebijakan topik Amazon SNS untuk mengonfirmasi bahwa itu memungkinkan layanan Amazon Pinpoint untuk mempublikasikan ke topik Amazon SNS. Untuk contoh kebijakan, lihat [Mengkonfigurasi SMS dua arah di Amazon Pinpoint](#).
 - Jika topik Amazon SNS yang ditautkan ke nomor SMS dua arah dienkripsi:
 - Verifikasi bahwa kunci yang digunakan simetris.
 - Verifikasi bahwa kebijakan kunci diubah agar Amazon Pinpoint dapat menggunakan kunci tersebut, lihat. [Persyaratan khusus untuk topik terenkripsi](#)

Suara

Untuk mencatat pesan suara Amazon Pinpoint, lihat [Bagaimana cara mengatur logging untuk pesan suara Amazon Pinpoint untuk Amazon Pinpoint SMS dan Voice v1 API?](#) .

Masalah dan solusi

- Secara default, saluran suara proyek Amazon Pinpoint dimatikan. Untuk melihat apakah suara diaktifkan untuk proyek Anda, pilih halaman Pengaturan di bawah proyek. Di bawah Fitur untuk SMS dan suara, Anda akan melihat apakah masing-masing dari keduanya dimatikan atau dihidupkan. Meskipun Anda dapat mengaktifkan SMS di bawah opsi Kelola, Anda dapat mengaktifkan saluran suara dengan menjalankan perintah berikut:


```
aws pinpoint update-voice-channel --application-id AppId --voice-channel-request
Enabled=true
```

- TooManyRequests pengecualian
 - Jika akun Anda berada di kotak pasir, ada batas 20 pesan selama periode 24 jam. Batas ini dapat ditingkatkan dengan [Meminta akses produksi](#).
 - Saluran suara Amazon Pinpoint memiliki batas keras lima pesan per penerima tunggal selama periode 24 jam. Batas ini adalah batas keras yang tidak dapat ditingkatkan.

Pemberitahuan push: Masalah pengiriman

Masalah dan solusi

- Untuk pesan notifikasi push langsung yang dikirim melalui SendMessages API, verifikasi bahwa Anda menangkap respons API untuk mendapatkan wawasan tentang pengiriman. Untuk melakukannya, tinjau StatusMessage atribut di dalam [EndpointResult](#) objek dalam respons. Atribut ini berisi [kode respons Platform](#) yang diterima dari Downstream Push Notification Service.
- Untuk kampanye, verifikasi bahwa pencatatan melalui Kinesis Data Streams diaktifkan. Tinjau [kode respons Platform](#) di acara [_campaign.send](#) untuk hasil pengiriman yang diterima Amazon Pinpoint dari Layanan Pemberitahuan Push Hilir.

Pemberitahuan push: Pesan tidak diterima

Masalah dan solusi

- Masalah konektivitas perangkat — Jika masalah hanya terjadi pada perangkat tertentu, verifikasi bahwa perangkat ini tidak diblokir agar tidak tersambung ke titik akhir layanan pemberitahuan push. Lihat [port FCM dan firewall Anda](#) dan [Jika perangkat Apple Anda tidak mendapatkan pemberitahuan push Apple](#).
- Nilai OptOut atribut titik akhir - Jika OptOut nilai titik akhir diatur ke ALL, titik akhir tidak akan menerima pemberitahuan. Gunakan CLI [get-endpoint](#) untuk mengonfirmasi bahwa nilai titik OptOut akhir disetel ke NONE. Jika titik akhir tidak dipilih, pesan yang dikirim melalui kampanye atau perjalanan tidak akan dikirim ke titik akhir, dan tidak ada log yang akan dibuat.
- Lingkungan Token — Verifikasi bahwa jenis saluran untuk titik akhir Amazon Pinpoint Anda cocok dengan token yang dihasilkan untuk perangkat. Misalnya, gunakan GCM sebagai saluran untuk

alamat token aplikasi dengan integrasi FCM dan untuk APN, APNS_Sandbox untuk aplikasi Anda di kotak pasir, atau APNS untuk aplikasi yang sedang diproduksi.

Untuk wawasan tentang upaya pengiriman dengan status kegagalan, lihat [kode Respons Pemberitahuan Push untuk masing-masing Saluran Push](#) yang digunakan dalam upaya pengiriman.

Pemberitahuan push: Pesan tidak ditampilkan

Masalah dan solusi

- Anda mungkin melihat bahwa log peristiwa Kinesis menunjukkan status Pengiriman Berhasil, atau masalah hanya terjadi dengan payload permintaan atau jenis pesan tertentu. Masalah ini mungkin menunjukkan bahwa notifikasi sedang dikirimkan ke perangkat, tetapi tidak ditampilkan pada baki notifikasi sistem.
- Untuk memecahkan masalah, sertakan pernyataan log di penanganan `onMessageReceivedAPI` aplikasi Anda. Sebagai contoh, lihat [FCM](#) dan [APN](#). Tindakan ini dapat membantu menentukan apakah pemberitahuan diterima oleh perangkat, tetapi tidak ditampilkan di baki pemberitahuan sistem.
- Jika pesan diterima sebagai peringatan atau payload notifikasi, tetapi bukan sebagai data atau payload diam, tinjau kode handler pesan terima aplikasi Anda untuk mengonfirmasi bahwa notifikasi yang diterima didorong ke baki notifikasi perangkat.
- Periksa tindakan yang dimaksudkan ketika jenis pesan data, notifikasi, peringatan, atau latar belakang diterima di aplikasi Anda, dan apakah aplikasi dapat menangani berbagai jenis pesan.

Email: Pesan tidak ditampilkan

Masalah dan solusi

- Saat menggunakan template email, kegagalan rendering terjadi ketika variabel `tmessage` hilang, diformat secara tidak benar, atau ketika ada ketidakcocokan antara variabel pesan dan data titik akhir.
- Tinjau CloudWatch metrik Amazon SES `RenderingFailure` selama jangka waktu kampanye dijalankan untuk mengonfirmasi apakah rendering adalah masalahnya. Kegagalan rendering muncul di log peristiwa Amazon Pinpoint [sebagai](#) peristiwa `_email.rendering_failure`.

- Uji menjalankan kampanye tanpa templat untuk mengonfirmasi apakah titik akhir berhasil menerima pesan. Tindakan ini dapat membantu mengonfirmasi bahwa masalah terkait dengan variabel template.
- Untuk mengatasi masalah ini, verifikasi bahwa semua variabel pesan memiliki atribut endpoint yang sesuai dan dalam format yang benar. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menambahkan konten yang dipersonalisasi ke templat pesan](#).
- Konfigurasi nilai default untuk semua variabel pesan dalam template untuk memberikan pengiriman ke titik akhir jika atribut tidak ada untuk titik akhir di segmen.

E-mail: Status pantulan

Solusi untuk soft bounce

- Sebuah soft bounce terjadi karena kegagalan sementara dan akan muncul di bawah jenis peristiwa `_email.softbounce` di log. Amazon Pinpoint menangani soft bounce dengan mencoba mengirimkan email soft bounce untuk jangka waktu tertentu.
- Soft bounce dapat terjadi dalam skenario berikut:
 - Kotak pesan penerima sudah penuh.
 - Kotak pesan penerima sementara tidak tersedia.
 - Batas server terlampaui.
 - Server kelebihan beban.
- Kode kesalahan spesifik yang terkait dengan soft bounces adalah 421, 450, 451, atau 452. Untuk deskripsi kode kesalahan ini, lihat [Simple Mail Transfer Protocol \(SMTP\) Enhanced Status Codes Registry](#). `Smtplib_response` di log menyediakan kode kesalahan untuk peristiwa bouncing.

Solusi untuk hard bounce

- Hard bounce adalah kegagalan pengiriman persisten yang muncul di bawah tipe peristiwa `_email.hardbounce` di log. Kegagalan ini tidak dicoba lagi.
- Pantulan keras dapat terjadi dalam skenario berikut:
 - Alamat email tidak ada.
 - Nama domain tidak ada.
 - Server email penerima telah memblokir email tersebut.
 - Alamat email ada di daftar penindasan akun.

- Pantau jumlah pantulan keras dalam proyek Anda dan hapus alamat email yang memantul keras dari daftar penerima Anda. Pantulan keras dapat berdampak negatif pada reputasi pengiriman Anda dan pengiriman pesan email Anda. Untuk informasi lebih lanjut, tinjau praktik terbaik di [Pentalan](#).

Contoh-contoh CLI

Contoh berikut adalah perintah CLI umum untuk Amazon Pinpoint.

- Dapatkan Data Titik Akhir: CLI [get-endpoint](#)

```
aws pinpoint get-endpoint --application-id AppId --endpoint-id EndpointId
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppId* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *EndpointId* dengan ID titik akhir yang ada yang Anda ambil.
- Dapatkan Data Pengguna: [get-user-endpoints](#) CLI

```
aws pinpoint get-user-endpoints --application-id AppId --user-id UserId
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppId* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *UserId* dengan ID pengguna.
- Perbarui atau Buat Titik Akhir Baru: CLI [update-endpoint](#)

```
aws pinpoint update-endpoint --application-id AppId --endpoint-id EndpointId  
--endpoint-request '{"ChannelType":"SMS","Address":"+12345678","Location":  
{"Country":"USA"},"User":{"UserId": "UserId"}}'
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppId* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *EndpointId* dengan ID titik akhir yang ada yang Anda buat atau perbarui.
- Ganti *UserId* dengan ID pengguna.

- Hapus Titik Akhir: [hapus](#) CLI titik akhir

```
aws pinpoint delete-endpoint --application-id AppId --endpoint-id EndpointId
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppId* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *EndpointId* dengan ID titik akhir yang ada yang Anda hapus.
- Validasi nomor telepon: [phone-number-validate](#) CLI

```
aws pinpoint phone-number-validate --number-validate-request PhoneNumber=+12065550100
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *+12065550100* dengan nomor telepon yang ingin Anda validasi.
- [kirim-pesan](#) Contoh CLI: SMS ke nomor

```
aws pinpoint send-messages --application-id AppID --message-request  
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage": {"Body": "This is a test  
message"}}, "Addresses": {"DestinationPhoneNumber": {"ChannelType": "SMS"}}}'
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppID* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *DestinationPhoneNumber* dengan nomor telepon yang ingin Anda kirim.
- [kirim-pesan Contoh](#) CLI: nomor originasi ke SMS

```
aws pinpoint send-messages --application-id AppID --message-request  
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage": {"Body": "hello, how are  
you?", "OriginationNumber": "OriginPhoneNumber"}}}, "Addresses":  
{ "DestinationPhoneNumber": {"ChannelType": "SMS"} }'
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppID* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *OriginPhoneNumber* dengan nomor telepon tempat Anda ingin mengirim pesan.
- Ganti *DestinationPhoneNumber* dengan nomor telepon yang ingin Anda kirim.
- [kirim-pesan Contoh](#) CLI: SMS ke titik akhir

```
aws pinpoint send-messages --application-id AppID --message-request
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage":{"Body":"This is a test
message"}}, "Endpoints": {"EndPointId": {}}}'
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppID* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *EndPointId* dengan ID titik akhir yang ada yang Anda kirim.
- [send-messages Contoh](#) CLI: SMS ke UserID

```
aws pinpoint send-users-messages --application-id AppID --send-users-message-request
'{"MessageConfiguration": {"SMSMessage":{"Body":"This is a test"}}, "Users":
{"UserId": {}}}'
```

Di perintah sebelumnya, lakukan perubahan berikut:

- Ganti *AppID* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *UserId* dengan ID pengguna.
- Pembuatan Kampanye Dengan [Templat pesan Amazon Pinpoint CLI create-campaign](#)

```
aws pinpoint create-campaign --application-id AppId --write-campaign-request file://
campaignclirequest.json
```

```
file://campaignclirequest.json
{
  "Description": "CLITestCampaign",
  "HoldoutPercent": 0,
  "MessageConfiguration":
  {
    "DefaultMessage":
    {
      "Body": "TestFromCLI"
    }
  },
  "Name": "TestingCLICampaign",
  "Schedule":
  {
    "StartTime": "IMMEDIATE"
  },
  "TemplateConfiguration":
```

```
{
  "EmailTemplate":
  {
    "Name": "TemplateName",
    "Version": "Version"
  }
},
"SegmentId": "SegmentID",
"SegmentVersion": 1
}
```

Pada perintah dan file sebelumnya, buat perubahan berikut:

- Ganti *AppId* dengan ID proyek Amazon Pinpoint yang berisi titik akhir.
- Ganti *TemplateName* dengan nama template.
- Ganti *Versi* dengan versi template.
- Ganti *segmentID* dengan *ID* segmen yang akan ditargetkan.

Riwayat dokumen untuk Amazon Pinpoint

Tabel berikut menjelaskan perubahan penting dalam setiap rilis Panduan Pengguna Amazon Pinpoint setelah Desember 2018. Untuk notifikasi tentang pembaruan dokumentasi ini, Anda dapat berlangganan ke umpan RSS.

- Pembaruan dokumentasi terbaru: November 16, 2023

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Kotak Pasir SMS	Anda akan dikenakan biaya untuk pesan verifikasi SMS setelah pesan verifikasi pertama dikirim. Untuk informasi selengkapnya, lihat Tentang kotak pasir SMS Amazon Pinpoint .	28 November 2023
Amazon Pinpoint telah memperbarui dokumentasi panduan pengguna mereka	Untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai cara membuat, mengonfigurasi, dan mengelola sumber daya SMS dan suara Amazon Pinpoint Anda, lihat Panduan Pengguna SMS Amazon Pinpoint yang baru.	16 November 2023
Persyaratan dan proses pendaftaran nomor bebas pulsa AS	Operator seluler AS telah mengubah kebijakan mereka, dan mengharuskan semua nomor bebas pulsa (TFN) terdaftar sebelum dapat mengirim pesan apa pun. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di persyaratan dan proses	8 November 2023

pendaftaran nomor bebas pulsa AS		
Negara dan wilayah yang didukung (saluran SMS)	Memperbarui tabel Negara dan Wilayah yang Didukung untuk saluran SMS untuk wilayah Amerika Serikat Puerto Riko, Guam, Kepulauan Samoa Amerika dan Kepulauan Virgin, diperlukan nomor khusus seperti 10DLC atau Nomor Bebas Pulsa. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di Negara dan wilayah yang didukung (saluran SMS)	Agustus 30, 2023
Kredensi Token	Otentikasi pemberitahuan push telah diperbarui untuk mendukung Token Credential. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di Mengelola saluran push seluler dengan Amazon Pinpoint.	28 Juli 2023
Buat perjalanan	Petunjuk arah telah diperbarui untuk menggunakan estimasi zona waktu. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di Buat perjalanan.	26 Juni 2023
Pemecahan Masalah	Bagian baru ditambahkan. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di Pemecahan Masalah.	13 April 2023

Mendaftarkan kampanye 10DLC	Petunjuk arah telah diperbarui untuk mendaftar kampanye 10DLC dan bersama dengan dua patung kampanye 10DLC baru. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di Mendaftarkan kampanye 10DLC .	11 April 2023
Menyiapkan aktivitas pusat kontak	Petunjuk arah telah menunjukkan kuota maksimum tiga kegiatan Contact Center per perjalanan. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di pendaftaran template SMS .	4 April 2023
Pendaftaran template SMS	Petunjuk telah ditambahkan untuk meminta persetujuan template SMS. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di pendaftaran template SMS .	15 Maret 2023
Pendaftaran perusahaan 10DLC	Jika Anda memiliki masalah dalam mendaftar perusahaan 10DLC Anda, Anda dapat mengedit pendaftaran untuk memperbaiki kesalahan apa pun. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di Mengedit pendaftaran perusahaan 10DLC .	3 Maret 2023

[Alasan penolakan pendaftaran kampanye 10DLC](#)

Jika Anda memiliki masalah dalam mendaftarkan kampanye 10DLC Anda, Anda dapat menggunakan tabel untuk menentukan mengapa pendaftaran ditolak dan cara memperbaikinya. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di alasan [penolakan pendaftaran kampanye 10DLC](#).

27 Februari 2023

[Mendaftarkan ID Pengirim Anda untuk Singapura](#)

Mulai 2023—01—30 Anda harus mendaftarkan ID Pengirim Anda melalui Singapore SMS Sender ID Registry (SSIR). Jika Anda tidak mendaftarkan ID Anda pada tahun 2023-01-30, pesan apa pun yang dikirim menggunakan ID Pengirim akan mengubah ID-nya menjadi LIKLY-SCAM per peraturan badan pengatur. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di [Persyaratan khusus untuk Singapura](#).

10 Januari 2023

[Batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#)

Jika pesan SMS melebihi batas karakter yang didukung maka Pengecualian Pesan Tidak Valid dikembalikan, bukan pesan yang dipotong untuk mengecualikan karakter apa pun yang melewati batas yang didukung. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di [batas karakter SMS di Amazon Pinpoint](#).

Desember 15, 2022

[Memahami laporan penagihan dan penggunaan SMS untuk Amazon Pinpoint](#)

Cara membaca tagihan Amazon Pinpoint Anda untuk SMS Keluar. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut di [Memahami laporan penagihan dan penggunaan SMS untuk Amazon Pinpoint](#).

Desember 2, 2022

[Mendaftarkan kampanye 10DLC](#)

Bidang alur kerja Opt-in untuk mendaftar kampanye 10DLC akan diperlukan mulai 2022-11-17. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut tentang mendaftar kampanye 10DLC di [Mendaftarkan](#) kampanye 10DLC.

November 14, 2022

[Laporan nomor telepon yang dinonaktifkan](#)

Laporan penonaktifan berisi daftar nomor telepon yang dinonaktifkan saat ini dari jaringan seluler. Laporan-laporan ini membantu menjaga daftar pengiriman SMS Anda tetap terkini dan sesuai. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut tentang laporan penonaktifan SMS di [Penanganan nomor telepon yang dinonaktifkan](#).

31 Oktober 2022

[Kolam nomor telepon](#)

Pool adalah kumpulan nomor telepon dan ID Pengirim. Saat membuat pool, Anda dapat mengonfigurasi identitas originasi tertentu. Identitas ini mencakup kata kunci, jenis pesan, daftar opt-out, konfigurasi dua arah, dan konfigurasi opt-out yang dikelola sendiri. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut tentang kumpulan nomor telepon di [Managing Pools di Amazon Pinpoint](#).

27 Oktober 2022

[Ketersediaan regional](#)

Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah ini: Wilayah AS Timur (Ohio).

5 Oktober 2022

[Pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#)

Operator seluler AS baru-baru ini mengubah kebijakan mereka, dan akan mengharuskan semua nomor bebas pulsa (TFN) menyelesaikan proses pendaftaran sebelum 9/30/2022. Anda dapat menemukan informasi lebih lanjut tentang mendaftarkan nomor bebas pulsa di persyaratan dan proses [pendaftaran nomor bebas pulsa AS](#).

1 Agustus 2022

[Pinpoint jadwal perjalanan untuk pengiriman komunikasi yang lebih tepat](#)

Amazon Pinpoint telah menambahkan dua batas pengiriman perjalanan baru untuk membantu pelanggan mengontrol volume komunikasi yang dikirim ke pengguna. Perjalanan Amazon Pinpoint adalah kampanye multi-langkah yang mengirim pengguna ke jalur komunikasi berdasarkan tindakan atau atribut mereka. Untuk informasi selengkapnya, lihat [Menyiapkan aktivitas pusat kontak](#).

Mei 22, 2022

Evaluasi ulang pusat kontak perjalanan	Perilaku perjalanan yang berisi aktivitas Kirim melalui pusat kontak telah diubah. Ketika peserta perjalanan tiba pada aktivitas pusat kontak, semua keputusan sebelumnya yang mengarahkan mereka ke aktivitas tersebut dievaluasi ulang sebelum panggilan dilakukan. Untuk informasi selengkapnya, lihat Menyiapkan aktivitas pusat kontak .	Januari 13, 2022
Dorongan web Safari	Anda sekarang dapat mengirim pemberitahuan push ke pengguna browser Safari di laptop macOS dan komputer desktop.	18 November 2021
Simulator SMS	Menambahkan simulator SMS , yang dapat Anda gunakan untuk mengirim pesan SMS uji ke nomor telepon nyata, dan menerima peristiwa sukses atau kegagalan yang realistis.	18 November 2021
Perubahan daftar penindasan email	Daftar penindasan email sekarang dikelola melalui konsol Amazon SES. Untuk informasi selengkapnya, lihat Mengelola daftar penindasan email .	3 November 2021
Perpesanan dalam aplikasi	Anda dapat menggunakan kampanye dan perjalanan untuk mengirim pemberitahuan dalam aplikasi.	28 Oktober 2021

Pemeriksaan perusahaan 10DLC	Anda sekarang dapat meminta pemeriksaan pendaftaran perusahaan 10DLC Anda. Pemeriksaan dapat membantu Anda mencapai tingkat throughput SMS yang lebih tinggi.	25 Oktober 2021
Integrasi pusat panggilan Amazon Connect	Anda sekarang dapat mengonfigurasi perjalanan untuk menyertakan langkah yang mengirim pesan melalui pusat panggilan .	27 September 2021
Pengaturan peraturan India	Jika Anda mengirim pesan ke penerima di India, Anda sekarang dapat menentukan nilai ID Entitas dan ID Templat untuk rute lokal India dalam kampanye dan perjalanan.	September 17, 2021
Segmentasi	Anda dapat menggunakan fitur segmentasi lanjutan untuk lebih menyempurnakan audiens target di Amazon Pinpoint. Lihat Segmen bangunan .	Januari 14, 2021
Template pesan	Anda dapat menggunakan pembantu templat untuk menyesuaikan templat pesan di Amazon Pinpoint. Lihat Menggunakan pembantu templat untuk mempersonalisasi pesan .	16 November 2020

Perjalanan	Anda sekarang dapat membuat perjalanan yang dipicu peristiwa di Amazon Pinpoint. Lihat Buat perjalanan .	30 September 2020
Atribut khusus	Amazon Pinpoint sekarang mendukung hingga 250 atribut khusus untuk template pesan email .	18 September 2020
Persyaratan peraturan India	Langkah-langkah untuk mendaftar dengan TRAI telah berubah. Lihat Persyaratan khusus untuk mengirim pesan SMS ke penerima di India .	15 September 2020
Ketersediaan regional	Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah ini: Wilayah Asia Pasifik (Tokyo), Wilayah Eropa (London), dan Wilayah Kanada (Tengah). Perhatikan bahwa Amazon Pinpoint SMS dan Voice API tidak tersedia di Wilayah ini.	10 September 2020
Ketersediaan regional	Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah Asia Pasifik (Tokyo). Perhatikan bahwa Amazon Pinpoint SMS dan Voice API tidak mendukung Voice di Wilayah ini.	2 September 2020

Kode pendek bersama	Operator AS tidak lagi mendukung kode pendek bersama. Anda tidak dapat lagi meminta kode pendek bersama di Amazon Pinpoint.	20 Agustus 2020
Ketersediaan regional	Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah Asia Pasifik (Seoul). Anda tidak dapat menggunakan Amazon Pinpoint API untuk mengirim pesan SMS di Wilayah ini.	31 Juli 2020
Ketersediaan regional	Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah. AWS GovCloud (US)	30 April 2020
Saluran khusus	Kampanye Anda sekarang dapat mengirim pesan menggunakan saluran khusus .	23 April 2020
Pembelajaran mesin	Sekarang Anda dapat menggunakan model pembelajaran mesin dengan templat pesan untuk menambahkan rekomendasi dinamis dan dipersonalisasi ke pesan yang Anda kirim dari kampanye dan perjalanan.	4 Maret 2020
Template	Anda sekarang dapat membuat, melihat, dan mengelola versi template pesan .	20 Desember 2019

Template	Sekarang Anda dapat membuat, melihat, dan mengelola templat pesan untuk pesan suara. Anda juga dapat menentukan nilai default untuk variabel pesan yang Anda gunakan dalam semua jenis template pesan.	18 November 2019
Perjalanan	Proyek Amazon Pinpoint Anda sekarang dapat menyertakan perjalanan — alur kerja pesan kampanye multi-langkah.	31 Oktober 2019
Template	Sekarang Anda dapat membuat, melihat, dan mengelola semua templat pesan untuk akun Amazon Pinpoint Anda dari satu lokasi. Anda dapat menggunakan templat ini dalam pesan yang Anda kirim untuk salah satu proyek Amazon Pinpoint Anda.	7 Oktober 2019

[Analitik](#)

Untuk kampanye yang mengirim email, pemberitahuan push, atau pesan SMS, kami mengganti metrik pesan titik akhir dengan metrik dan bagan yang menunjukkan jumlah titik akhir unik yang dikirimkan kampanye dalam periode 24 jam. Untuk kampanye yang mengirimkan pemberitahuan push, kami mengganti metrik jumlah acara untuk sesi per titik akhir unik dan pembelian per titik akhir unik dengan metrik dan bagan yang menunjukkan berapa kali aplikasi dibuka dan jumlah unit yang dibeli dalam periode 24 jam setelah kampanye dikirim. Semua metrik dan bagan baru tersedia untuk kampanye uji standar dan A/B.

25 Juli 2019

[Dasbor pengiriman](#)

Dasbor Deliverability sekarang menyertakan kemampuan pengiriman untuk setiap kampanye. Ini juga memungkinkan Anda dengan mudah membuat alarm yang memberi tahu Anda ketika tingkat bouncing, keluhan, penempatan kotak masuk, atau daftar blokir IP Anda mencapai nilai tertentu.

13 Juni 2019

[Ketersediaan regional](#)

Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah AWS Asia Pasifik (Mumbai) dan Asia Pasifik (Sydney).

25 April 2019

[Pengaturan umum](#)

Menambahkan informasi tentang penggunaan konsol Amazon Pinpoint untuk [menghapus proyek](#).

Januari 10, 2019

Pembaruan sebelumnya

Tabel berikut menjelaskan perubahan penting dalam setiap rilis Panduan Pengguna Amazon Pinpoint hingga Desember 2018.

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Ketersediaan wilayah	Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah AWS AS Barat (Oregon) dan Eropa (Frankfurt).	21 Desember 2018
Dasbor pengiriman	Amazon Pinpoint sekarang menyertakan dasbor deliverability , yang dapat Anda gunakan untuk mengidentifikasi masalah yang dapat memengaruhi pengiriman email yang Anda kirim dengan menggunakan Amazon Pinpoint.	Selasa, 03 Desember 2018
Pemicu acara	Anda sekarang dapat mengonfigurasi kampanye yang akan dikirim ketika peristiwa tertentu terjadi. Misalnya, jika pelanggan	19 November 2018

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
	<p>menambahkan item ke keranjang mereka tetapi tidak membelinya, Anda dapat mengirim mereka email. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang mengonfigurasi kampanye yang akan dikirim saat peristiwa tertentu terjadi, lihat Langkah 4: Pilih kapan harus mengirim kampanye.</p>	
Saluran suara	<p>Anda dapat menggunakan saluran suara Amazon Pinpoint baru untuk membuat pesan suara dan mengirimkannya ke pelanggan Anda melalui telepon. Saat ini, Anda hanya dapat mengirim pesan suara dengan menggunakan Amazon Pinpoint SMS dan Voice API. Untuk informasi selengkapnya, lihat Saluran suara Amazon Pinpoint.</p>	15 November 2018

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Email transaksional	<p>Anda sekarang dapat menggunakan Amazon Pinpoint untuk mengirim email langsung ke penerima individu, tanpa harus membuat segmen atau kampanye terlebih dahulu. Untuk informasi selengkapnya tentang mengirim email transaksional, lihat Mengirim email di Amazon Pinpoint</p> <p>Untuk informasi selengkapnya tentang pengaturan saluran email, lihat Pengaturan Email.</p>	5 November 2018
Ketersediaan Eropa (Irlandia)	Amazon Pinpoint sekarang tersedia di Wilayah AWS Eropa (Irlandia).	25 Oktober 2018
Desain konsol baru	Konsol Amazon Pinpoint telah sepenuhnya didesain ulang untuk membuatnya lebih mudah digunakan. Kami juga telah merampingkan proses pembuatan proyek sehingga Anda dapat membuat proyek langsung di konsol Amazon Pinpoint, daripada harus membuatnya. AWS Mobile Hub	4 Oktober 2018

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Segmentasi lanjutan	Ditambahkan kemampuan untuk membuat segmen dinamis yang mencakup logika tingkat lanjut dan perbandingan.	4 Oktober 2018
Pemantauan CloudWatch dengan	Anda sekarang dapat menggunakan Amazon CloudWatch untuk memantau dan menganalisis metrik yang terkait dengan akun Amazon Pinpoint Anda.	4 Oktober 2018
Referensi bagan analitik	Bagian Analytics sekarang mencakup beberapa laporan baru dan yang diperbarui. Kami telah menambahkan dokumentasi yang memberi Anda informasi tambahan tentang setiap metrik.	Juni 12, 2018
Menguji kampanye	Sekarang Anda dapat menguji pesan Anda dengan mengirimkannya ke segmen atau ke daftar penerima individu.	7 Mei 2018
Tentukan segmen dengan mengimpor ID pengguna	Tentukan segmen dengan mengimpor file yang berisi daftar ID pengguna . Saat Anda mengirim pesan ke segmen, tujuan potensial menyertakan setiap titik akhir yang terkait dengan setiap ID pengguna dalam file.	7 Mei 2018

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Opt-out dan ekspor dasbor yang dikelola sendiri	Anda dapat mengonfigurasi pengaturan akun SMS Anda sehingga Anda dapat mengelola opt-out SMS di luar Amazon Pinpoint . Anda juga dapat mengeksport dasbor Amazon Pinpoint untuk analisis lebih lanjut.	28 Maret 2018
Pembuatan proyek email dan verifikasi identitas	Menambahkan informasi tentang membuat proyek email dan memverifikasi identitas yang digunakan untuk mengirim email .	21 Maret 2018
Praktik terbaik SMS	Menambahkan panduan praktik terbaik yang berisi tips dan informasi yang terkait dengan kampanye SMS.	Februari 23, 2018
Meminta dukungan untuk kasus penggunaan SMS	Hubungi AWS Support untuk meminta dukungan untuk kasus penggunaan SMS Anda jika Anda ingin menambah kuota pengeluaran Anda, memesan nomor originasi, atau memesan ID pengirim.	21 Februari 2018
Dokumentasi impor segmen	Amazon Pinpoint sekarang dapat membuat peran IAM untuk Anda secara otomatis.	6 Februari 2018

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Dukungan SMS dua arah menurut negara	Memperbarui tabel Negara dan Wilayah yang Didukung untuk saluran SMS untuk mencantumkan negara dan wilayah yang mendukung SMS 2 arah.	5 Februari 2018
Nilai Time to Live untuk push seluler	Di konsol Amazon Pinpoint, Anda dapat menentukan nilai Time to Live (TTL) saat menulis pesan push seluler untuk kampanye .	22 Desember 2017
Penghapusan dokumentasi ekspor Amazon S3	Kemampuan untuk mengekspor data peristiwa Amazon Pinpoint langsung ke Amazon S3 tidak digunakan lagi. Sebagai gantinya, Anda dapat menggunakan Amazon Kinesis Data Firehose untuk mengirim data peristiwa ke Amazon S3, Amazon Redshift, dan layanan lainnya. AWS Untuk informasi selengkapnya, lihat the section called "Streaming data acara" .	18 Desember 2017
Dokumentasi impor segmen	Mengimpor segmen mencakup informasi terbaru tentang cara membuat file titik akhir, atribut yang dapat Anda gunakan dalam file ini, dan cara membuat peran IAM untuk mengimpor.	26 Oktober 2017

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Otentikasi token APN dan dukungan kotak pasir APN	<p>Pengaturan saluran APN menerima kunci penandaan .p8 sehingga Amazon Pinpoint dapat membuat token otentikasi untuk notifikasi push Anda.</p> <p>Gunakan saluran APN untuk mengirim notifikasi ke lingkungan produksi dan kotak pasir.</p>	27 September 2017
ADM dan dorongan seluler Baidu	<p>Aktifkan saluran push seluler untuk Pesan Perangkat Amazon dan Baidu Cloud Push di proyek Anda.</p>	27 September 2017
Analisis pengguna dengan kumpulan pengguna Amazon Cognito	<p>Untuk mengaktifkan analitik tentang pengguna dan autentikasi, gunakan kumpulan pengguna Amazon Cognito untuk mengelola proses masuk pengguna.</p>	26 September 2017
Pengaturan akun	<p>Gunakan halaman pengaturan SMS di konsol untuk mengelola pengaturan SMS tingkat akun yang berlaku untuk semua proyek Anda.</p>	11 September 2017
Analitik pengguna	<p>Bagan pengguna di konsol Amazon Pinpoint menyediakan metrik tentang penggunaan aplikasi dan otentikasi pengguna.</p>	31 Agustus 2017

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Pesan email langsung	Anda dapat mengirim pesan email secara langsung , ke audiens terbatas, tanpa membuat kampanye atau melibatkan segmen.	Juli 05, 2017
Saluran baru: email dan SMS	Selain saluran push seluler , Anda dapat mengaktifkan saluran email dan SMS sebagai bagian dari proyek Amazon Pinpoint Anda. Dengan saluran ini diaktifkan, Anda dapat mengirim email atau pesan teks dengan kampanye Anda.	Juni 08, 2017
Pesan langsung	Anda dapat mengirim pemberitahuan push dan pesan teks secara langsung , ke audiens terbatas, tanpa membuat kampanye atau melibatkan segmen.	Juni 08, 2017
Grafik pendapatan	Anda dapat melihat bagan pendapatan di konsol Amazon Pinpoint untuk melihat pendapatan yang dihasilkan oleh aplikasi Anda dan jumlah item yang dibeli oleh pengguna.	31 Maret 2017
Aliran acara	Anda dapat mengonfigurasi Amazon Pinpoint untuk mengirim acara aplikasi dan kampanye ke aliran Kinesis .	24 Maret 2017

Perubahan	Deskripsi	Tanggal
Amazon Pinpoint ketersediaan umum	Rilis ini memperkenalkan Amazon Pinpoint.	1 Desember 2016

Terjemahan disediakan oleh mesin penerjemah. Jika konten terjemahan yang diberikan bertentangan dengan versi bahasa Inggris aslinya, utamakan versi bahasa Inggris.