KONTEN SOSIAL MEDIA

- 1. Project Konten No MOQ
- BAHAN KONTEN
- 2. Produksi sendiri
- 3. Punya ready stock untuk filler container
- SOP Konten Short Video
- 4. Timboel Memiliki Seni yang Tinggi
- 5. Pilihan barang banyak karena model banyak
- 6. Kapasitas produksi besar
- 7. Produksi 2 bulan

1. Project Konten No MOQ

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar negeri
- where/dimana: sosial media
- when/kapan: 17 Desember 2025
- who/siapa: Mas Magis
- why/mengapa: NO MOQ merupakan kekuatan paling besar di Timboel
- how/bagaimana: membuat konten video 15 detik

Checklist

- ☑ menentukan hook
- ☑ membuat naskah
- ☑ take video
- ☑ editing
- ☑ ads

Catatan Keputusan

- 10 Des 2025, menentukan hook : MOQ - Free zone. Bring your cart or us containers. Karena dari sekian banyak hook, ini lebih menarik.

Jadwal (opsional)

- ☑ 09/01/2026 ads

Lampiran (opsional)

- Open Script
- Open Video

BAHAN KONTEN

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: Bahan Konten
- where/dimana: US, Eropa, gulf country
- when/kapan:
- who/siapa: Mas Magis
- why/mengapa: Sebagai highlight konten
- how/bagaimana:

Checklist

- ☐ Barang Timboel Unik di IFEX
- ☑ Seninya Tinggi
- ☐ Tempat berada di Jogja - Centra Kerajinan
- ☐ Konsistensi di pengiriman (Jarang terlambat)
- ☐ Pelayanan administrasi bagus
- ☐ Sudah punya banyak buyer lama
- ☐ Pilihan barang banyak karena model banyak
- ☑ Tidak ada MOQ
- ☐ Memiliki Export Licence sendiri
- ☐ Item outdoor/Low maintenance
- ☐ Kapasitas produksi besar
- ☐ 2 Bulan produksi
- ☑ Punya ready stock untuk filler container
- ☑ Produksi sendiri
- ☐ showroom berdekatan

Catatan Keputusan

- 6/1/2026 melibatkan mas Ama saat produksi agar editor mengetahui teknis dan jika ada ide bisa menambahkan
- 6/1/2026 project per video akan 2 minggu atau 12 hari kerja.

Jadwal (opsional)

- ☐ Jadwal aktivitas penting + tanggal deadline
- ☐ Format: nama kegiatan, YYYY-MM-DD

Lampiran (opsional)

- Daftar dokumen yang dibutuh kan project

2. Produksi sendiri

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar negeri
- where/dimana: sosial media
- when/kapan: 20 Januari 2026
- who/siapa: Mas Magis
- why/mengapa:
- how/bagaimana: membuat konten video 15 detik

Checklist

- ☑ menentukan hook
- ☑ membuat naskah
- ☑ take video
- ☑ editing
- ☐ ads

Catatan Keputusan

- Tanggal Keputusan, keputusan yang diambil apa, kenapa keputusan diambil

Jadwal (opsional)

- ☑ 09/01/2026 deadline naskah
- ☑ 14/01/2026 deadline take video
- ☑ 20/01/2026 deadline editing

Lampiran (opsional)

- Open Script
- Video Jadi

3. Punya ready stock untuk filler container

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar neger
- where/dimana: take di showroom
- when/kapan: deadline 3 Februari 2026
- who/siapa: development marketing
- why/mengapa: karena punya showroom dan ready stock untuk filler container
- how/bagaimana: konten video 15-30 detik

Checklist

- ☑ menentukan hook
- ☑ membuat naskah
- ☑ take video
- ☑ editing
- ☐ ads

Catatan Keputusan

- Tanggal Keputusan, keputusan yang diambil apa, kenapa keputusan diambil

Jadwal (opsional)

- ☑ pembuatan naskah selesai 24 Januari 2026
- ☑ take video selesai 28 Januari 2026

☑ editing selesai 3 Februari 2026

☐ ads

Lampiran (opsional)

- Video Jadi klik disini

SOP Konten Short Video

OBJECTIVE (GOALS)

- Produksi 1 video setiap 3 minggu
- Menghasilkan minimal 1 materi iklan (ads) dari reels per bulan
- Menjangkau dan membuka market negara potensial baru
- Meningkatkan brand awareness & eksistensi Timboel di pasar internasional
- Menjaga konsistensi komunikasi brand (visual, tone, positioning B2B)

PLATFORM & FORMAT

- Platform utama: Instagram (Reels)
- Durasi: 15–30 detik
- Format:
  - Bisa menggunakan talent / non-talent
  - Visual clean, premium, export-ready

TIM & PERAN

- Content Planner / Ideation: (internal tim / PIC konten)
- Talent Pool:
  - Mas Naufan
  - Karyawan Timboel
  - Orang yang memumpuni dan sesuai klasifikasi dengan konsep video
- Produksi (Shoot): Tim internal
- Editor
- Approval: Marketing

TOOLS

- iPhone (shooting utama)
- Mic external (BELI approved by Mas Magis 20 Januari 2026)
- Lighting (optional, jika diperlukan untuk kualitas premium)

WORKFLOW & TIMELINE (TOTAL: ±3 MINGGU)

A. PRE-PRODUCTION (±4 HARI)

Output: Naskah & konsep siap produksi

1. Ambil ide dari bank ide konten Tentukan:
    - Pengumpulan ide dilakukan ketika meeting marketing
    - Objective video (branding / selling / storytelling)
    - Target market (negara spesifik jika ada)
    - Hook (3 detik pertama)
2. Buat naskah:
    - Opening hook
    - Setelah menentukan ide, tim marketing membuat naskah
    - Soft selling / brand presence
    - Talent / non-talent
    - Properti / produk
    - Approval konsep & naskah
3. Storyboard/short list:
    - Buat storyboard/short list dengan estimasi durasi 15-30 detik (durasi yang paling efektif)

B. PRODUCTION (±7 HARI) Output: Footage lengkap

1. Shooting sesuai storyboard
2. Ambil variasi footage:
    - Close up detail produk
    - Wide / ambience
    - Movement (biar dinamis)
3. Ambil minimal:
    - 2–3 angle berbeda per scene
4. Pastikan:
    - Audio clear
    - Lighting cukup
    - Framing rapi & premium

C. POST-PRODUCTION (±7 HARI)

Output: Final video siap publish

1. Editing :
    - Cutting cepat & engaging
    - Subtitle (WAJIB untuk B2B global)
    - Musik relevan
2. Tone editing:
    - Clean
    - Elegant
    - International look

D. Review internal & revisi

- Final approval dari marketing

E. DISTRIBUTION

- Upload ke Instagram Reels
  - Kualitas setting upload HD
  - Pilih cover yang menarik
  - Pastikan jangan menggunakan music copyright
- Caption:
  - Bahasa Inggris (utama)
  - B2B-friendly
  - Soft selling
- Hashtag:
  - Mix niche + global + industry
  - Gunakan hastag yang relevan

F. ADS STRATEGY (WAJIB)

- Minimal 1 konten per bulan dijadikan ads
- Budget Rp150.000/video
- Ads menggunakan hp marketing
- Awareness market baru, lokasi ads bisa berubah sesuai dengan target yang mau dituju
- Engagement

NOTES TAMBAHAN

- ide konten disini
- Konten tidak harus selalu jualan
- Visual harus bisa “jualan sendiri”
- Reels harus reusable untuk:
  - Organic
  - Ads

4. Timboel Memiliki Seni yang Tinggi

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar neger
- where/dimana: take di showroom
- when/kapan:
- who/siapa: development marketing
- why/mengapa: Karena Timboel memiliki seni yang tinggi
- how/bagaimana: konten video 15-30 detik

Checklist

- ☑ menentukan hook
- ☑ membuat naskah
- ☑ take video
- ☐ editing
- ☐ ads

Catatan Keputusan

- Tanggal Keputusan, keputusan yang diambil apa, kenapa keputusan diambil

Jadwal (opsional)

- ☑ pembuatan naskah selesai (13 Februari 2026)
- ☑ take video selesai (18 Februari 2026)

- [ ] editing selesai (24 Februari 2026)
- [ ] ads

Lampiran (opsional)

- Daftar dokumen yang dibutuh kan project

5. Pilihan barang banyak karena model banyak

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar negeri
- where/dimana: take di showroom
- when/kapan:
- who/siapa: development marketing
- why/mengapa: Timboel memiliki pilihan barang banyak karena model banyak
- how/bagaimana: konten video 15-30 detik

Checklist

- ☑ menentukan hook
- ☑ membuat naskah
- ☑ take video
- ☐ editing
- ☐ ads

Catatan Keputusan

- Tanggal Keputusan, keputusan yang diambil apa, kenapa keputusan diambil

Jadwal (opsional)

- ☑ pembuatan naskah selesai (28 April)
- ☑ take video selesai (5 Mei)

- [ ] editing selesai (11 Mei)
- [ ] ads

Lampiran (opsional)

- Naskah klik disini

6. Kapasitas produksi besar

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar negeri
- where/dimana: take di produksi
- when/kapan:
- who/siapa: development marketing
- why/mengapa: Timboel memiliki kapasitas produksi besar
- how/bagaimana: konten video 15-30 detik

Checklist

- ☑ menentukan hook
- ☑ membuat naskah
- ☑ membuat shotlist/storyboard
- ☑ take video
- ☑ take VO
- ☐ editing
- ☐ ads

Catatan Keputusan

- Tanggal Keputusan, keputusan yang diambil apa, kenapa keputusan diambil

Jadwal (opsional)

- ☑ pembuatan naskah selesai (9 Mei)
- ☐ membuat shotlist/storyboard (12 Mei)

- [ ] take video selesai (15 Mei)
- [ ] take VO (15 Mei)
- [ ] editing selesai (20 Mei)
- [ ] ads

Lampiran (opsional)

- Daftar dokumen yang dibutuh kan project

7. Produksi 2 bulan

Ringkasan 5w + 1h

- what/apa: konten sosial media, ads ke luar negeri
- where/dimana: take di produksi
- when/kapan:
- who/siapa: development marketing
- why/mengapa: Timboel memiliki siklus produksi 2 bulan
- how/bagaimana: konten video 15-30 detik

Checklist

- ☐ menentukan hook
- ☐ membuat naskah
- ☐ membuat shotlist/storyboard
- ☐ take video
- ☐ take VO
- ☐ editing
- ☐ ads

Catatan Keputusan

- Tanggal Keputusan, keputusan yang diambil apa, kenapa keputusan diambil

Jadwal (opsional)

- ☐ pembuatan naskah selesai (19 Mei)
- ☐ membuat shotlist/storyboard (22 Mei)

- [ ] take video selesai (23-25 Mei)
- [ ] take VO (23-25 Mei)
- [ ] editing selesai (30 Mei)
- [ ] ads

Lampiran (opsional)

- Masterdoc: https://docs.google.com/document/d/1sTn2fj2ETjeCfZyjTTOhIGVvrAQCrqoOk5ae7t22ysQ/edit?usp=sharing