

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 dibutuhkan 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 negeri
- 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 negeri
- 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 dibutuhkan 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 dibutuhkan 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/1sTn2fj2ETjeCfZyjTTOhIGVvrAQCqoOk5ae7t22ysQ/edit?usp=sharing>