

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
-

Revisi #7

Dibuat 20 Januari 2026 08:16:05 oleh eka.nur

Diperbaharui 9 Mei 2026 02:32:08 oleh eka.nur