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
Diperbaharui 9 Mei 2026 02:32:08