MODUL 06 · FASE 2 · KONTEN & KANAL

Social Media & Short-Video Marketing

Bangun jangkauan dan kepercayaan di TikTok, Instagram, dan YouTube: memahami algoritma, membuat video pendek yang ditonton sampai habis, kolaborasi kreator, dan live selling.

4 jam | 6 pelajaran | Level: Pemula – Menengah | Full-Stack Digital Marketing & AI

RINGKASAN MODUL

Setelah modul ini kamu bisa

- ✓ Memahami sinyal yang dipakai algoritma TikTok, Reels, dan Shorts
- ✓ Menulis script video pendek dengan struktur hook–isi–payoff–CTA
- ✓ Memproduksi video dengan HP dan CapCut, dibantu AI
- ✓ Merancang kampanye kreator/KOL dan UGC yang terukur
- ✓ Merencanakan dan menjalankan live selling

TOOLS YANG DIPAKAI

TikTok · Instagram · YouTube Shorts · CapCut · Canva · ChatGPT / Claude · TikTok Creative Center

HASIL AKHIR (DELIVERABLE)

Bank 20 ide video + 5 script siap rekam + 3 video terpublikasi dengan analisis performa

AGENDA

Isi modul 06

- **06.1** Cara kerja algoritma video pendek
- **06.2** Riset konten & ide yang terbukti
- **06.3** Script video pendek yang ditonton sampai habis
- **06.4** Produksi dengan HP, CapCut & AI
- **06.5** Kreator, KOL & UGC
- **06.6** Live selling
- Checklist & post-test

MODUL 06

Pengantar

Di Indonesia, social media bukan hanya tempat membangun brand — tapi juga tempat orang **menemukan dan membeli** produk. TikTok, Instagram, dan YouTube kini bekerja seperti mesin pencari dan etalase sekaligus. Modul ini fokus pada format yang paling berpengaruh: **video pendek**.

06.1

PELAJARAN 1 DARI 6

Cara kerja algoritma video pendek

PELAJARAN 06.1

Cara kerja algoritma video pendek

TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts bekerja dengan logika yang mirip: video diuji ke sekelompok kecil penonton, lalu didorong ke lebih banyak orang jika sinyalnya bagus.

Sinyal yang paling penting

1. **Retention / watch time** — berapa persen video ditonton, apakah ditonton ulang.
2. **Share & save** — sinyal kuat bahwa video bernilai.
3. **Komentar** — terutama komentar panjang dan balasan.
4. **Kesesuaian minat** — apakah penonton yang tertarik konsisten dengan topik video.
5. **Kualitas dasar** — video vertikal 9:16, gambar jelas, suara terdengar, tanpa watermark platform lain.

> ⓘ CATATAN
>
> Jumlah follower tidak lagi menjadi penentu utama. Akun baru bisa viral kalau videonya kuat. Sebaliknya, akun besar bisa sepi kalau videonya membosankan. Ini kabar baik untuk bisnis kecil.

PELAJARAN 06.1

Cara kerja algoritma video pendek lanjutan

Optimasi profil

Profil adalah "landing page" akun kamu. Saat video ditonton dan orang membuka profil, mereka harus langsung paham:

- **Nama & username** — mudah dicari, sama di semua platform.
- **Bio** — siapa kamu + untuk siapa + manfaat + CTA. Contoh: *"Kopi susu ala kafe di rumah ☕ Roastery Semarang · sangrai tiap Jumat · Chat untuk pilih rasa ↓"*
- **Link** — ke landing page, WhatsApp, atau etalase toko.
- **Video yang disematkan (pin)** — 3 video terbaik: perkenalan, bukti sosial, offer.

06.2

PELAJARAN 2 DARI 6

Riset konten & ide yang terbukti

PELAJARAN 06.2

Riset konten & ide yang terbukti

Jangan menebak. Pelajari apa yang sudah berhasil di niche kamu.

Sumber riset

- **TikTok Creative Center** — tren hashtag, lagu, kreator, dan iklan teratas per negara dan industri.
- **Pencarian di TikTok/IG** — ketik keyword produk, lihat video dengan view tertinggi dari akun kecil (tanda kontennya kuat, bukan karena follower).
- **Komentar** — pertanyaan di video populer adalah ide konten berikutnya.
- **Data akun sendiri** — video mana yang retention-nya tertinggi.

PELAJARAN 06.2

Riset konten & ide yang terbukti lanjutan

Format yang konsisten berhasil

FORMAT	CONTOH	TAHAP FUNNEL
Tutorial/resep cepat	"Es kopi susu 3 bahan dalam 60 detik"	TOFU
Kesalahan umum	"3 kesalahan bikin kopi susu jadi pahit"	TOFU
Behind the scene	"Proses sangrai hari Jumat"	MOFU
Perbandingan/uji	"Kopi Rp20 ribu vs Rp100 ribu: beda nggak?"	MOFU
Reaksi/jawab komentar	"Balas @user: kopi yang nggak asam?"	MOFU
Testimoni/UGC	"Pelanggan WFH cerita ganti kebiasaan"	BOFU
Day in the life	"Sehari jadi pemilik roastery kecil"	TOFU/MOFU
Offer/demo produk	"Buka paket sampler 4 rasa"	BOFU

PELAJARAN 06.2

Riset konten & ide yang terbukti lanjutan

PROMPT AI

Analisis video kompetitor jadi bank ide

```
Berikut 10 video dengan performa tertinggi di niche [NICHE] yang saya temukan:
[UNTUK SETIAP VIDEO: judul/hook, durasi, jumlah view, ringkasan isi, format, 3 komentar teratas]

Persona saya: [RINGKAS]
Content pillar saya: [DAFTAR]

1. Identifikasi pola: hook, format, durasi, dan emosi yang membuat video ini berhasil.
2. Dari komentar, temukan 5 pertanyaan/keinginan penonton yang belum dijawab dengan baik.
3. Buat bank 20 ide video untuk brand saya (bukan meniru, tapi mengadaptasi pola). Untuk tiap ide: hook (≤10 kata), format, pillar, tahap funnel, dan alasan kenapa berpotensi berhasil.
Tampilkan dalam tabel.
```

06.3

PELAJARAN 3 DARI 6

Script video pendek yang ditonton sampai habis

PELAJARAN 06.3

Script video pendek yang ditonton sampai habis

Struktur 4 bagian

1. **Hook (0–3 detik)** — pernyataan, pertanyaan, atau visual yang membuat berhenti. Tampilkan juga sebagai teks di layar.
2. **Isi (3–25 detik)** — penuhi janji hook. Satu ide, dengan potongan cepat (ganti visual setiap 2–4 detik).
3. **Payoff (25–35 detik)** — hasil, kejutan, atau poin kunci. Ini yang membuat orang menonton ulang atau membagikan.
4. **CTA (akhir)** — satu ajakan sederhana: follow, simpan, komentar kata kunci, cek keranjang kuning, atau chat.

Trik menaikkan retention

- **Open loop**: "Cara ketiga yang paling ngefek…" — membuat orang menunggu.
- **Potong semua jeda**: tidak ada "halo guys, balik lagi…" di awal.
- **Teks di layar + subtitle**: banyak orang menonton tanpa suara.
- **Gerakan & perubahan visual**: ganti sudut kamera, zoom, B-roll.
- **Durasi sesuai isi**: 15–45 detik untuk kebanyakan konten; lebih panjang hanya jika ceritanya kuat.

PELAJARAN 06.3

Script video pendek yang ditonton sampai habis lanjutan

PROMPT AI

Script video pendek siap rekam

```
Brand brain: [TEMPEL]
Ide video: [IDE DARI BANK IDE]
Durasi target: [CONTOH: 30 DETIK]
Platform: [TIKTOK / REELS / SHORTS]
Sumber daya: [CONTOH: HANYA HP, 1 ORANG, DAPUR ROASTERY]

Tulis script dalam tabel dengan kolom: detik, visual/shot (apa yang direkam), voice-over/dialog, teks di layar.
Struktur: hook 0–3 detik (tulis 3 alternatif hook), isi dengan perubahan visual tiap 2–4 detik, payoff, dan CTA.
Tambahkan: daftar shot yang harus direkam (shot list), saran audio/musik (jenis, bukan judul spesifik), dan caption ≤150 karakter + 3–5 hashtag.
Bahasa santai sesuai tone brand. Hindari pembukaan basa-basi.
```

06.4

PELAJARAN 4 DARI 6

Produksi dengan HP, CapCut & AI

PELAJARAN 06.4

Produksi dengan HP, CapCut & AI

Peralatan minimum

- HP dengan kamera belakang yang baik (rekam 1080p atau 4K, 30fps)
- Cahaya alami dari jendela, atau ring light/softbox murah
- Mic clip-on (wireless) — **audio buruk lebih cepat membuat orang scroll daripada gambar buruk**
- Tripod HP

Workflow produksi mingguan

1. **Senin — script**: tulis 3–5 script dengan AI, edit manual.
2. **Selasa — rekam**: rekam semua video dalam satu sesi (batching). Rekam 2–3 versi hook.
3. **Rabu — edit**: CapCut — potong jeda, auto-caption, tambah teks dan musik.
4. **Kamis–Minggu — publikasi & balas komentar**: jadwalkan, lalu balas komentar di 1 jam pertama.

PELAJARAN 06.4

Produksi dengan HP, CapCut & AI lanjutan

Fitur AI yang membantu

- **Auto-caption** (CapCut) — subtitle otomatis berbahasa Indonesia, tinggal koreksi.
- **Hapus jeda & filler otomatis** — memotong bagian diam.
- **Hapus/ganti background**, **auto-reframe** ke 9:16.
- **Text-to-speech / voice-over AI** — untuk konten tanpa wajah.
- **AI image/video** — untuk B-roll ilustratif. Hindari menampilkan produk secara tidak akurat.

⚠ HATI-HATI

Gunakan musik dan audio yang tersedia di library resmi platform (atau royalty-free). Musik berhak cipta dari luar bisa membuat video dibisukan atau akun mendapat pelanggaran — dan akun bisnis sering punya akses library musik yang lebih terbatas.

06.5

PELAJARAN 5 DARI 6

Kreator, KOL & UGC

PELAJARAN 06.5

Kreator, KOL & UGC

Tingkatan kreator

TINGKAT	PERKIRAAN FOLLOWER	KELEBIHAN	COCOK UNTUK
Nano	1rb–10rb	Engagement tinggi, murah, sering mau barter produk	UMKM, uji pesan
Micro	10rb–100rb	Niche spesifik, dipercaya	Penjualan & awareness niche
Mid/Macro	100rb–1jt	Jangkauan besar	Peluncuran, awareness
Mega/selebriti	>1jt	Jangkauan massal	Brand besar

PELAJARAN 06.5

Kreator, KOL & UGC lanjutan

Brief kreator yang jelas

Kreator terbaik butuh **kebebasan kreatif dengan batasan yang jelas**. Brief satu halaman berisi:

1. Tentang brand & produk (1 paragraf)
2. Tujuan kampanye (awareness/penjualan) dan metrik
3. Pesan kunci (maksimal 3) + **hal yang wajib & dilarang** disebut
4. Format, durasi, jumlah konten, tanggal tayang
5. CTA + kode voucher/link affiliate unik untuk tracking
6. Hak penggunaan konten (boleh dipakai sebagai iklan? berapa lama?)
7. Pembayaran & jadwal review

PELAJARAN 06.5

Kreator, KOL & UGC lanjutan

UGC untuk iklan

UGC (user-generated content) adalah video bergaya pelanggan asli. Kamu bisa: meminta pelanggan asli (dengan izin dan insentif), atau membayar **kreator UGC** untuk membuat video yang dipakai sebagai materi iklan. Di Modul 07, UGC akan menjadi salah satu materi iklan paling efektif.

PROMPT AI

Brief kreator / UGC

```
Buat brief kampanye kreator 1 halaman untuk:
Brand & produk: [DETAIL]
Tujuan: [AWARENESS / PENJUALAN] — target: [ANGKA]
Persona audiens: [RINGKAS]
Jumlah & tingkat kreator: [CONTOH: 5 NANO CREATOR NICHE KOPI & WFH]
Budget: [Rp]
```

PELAJARAN 06.5

Kreator, KOL & UGC lanjutan

PROMPT AI

Brief kreator / UGC

```
Pesan kunci: [3 PESAN]
Hal yang dilarang: [CONTOH: KLAIM KESEHATAN, MENJELEKKAN BRAND LAIN]

Sertakan: ringkasan, deliverable (format & durasi), 3 ide konsep video yang memberi ruang kreativitas, wajib & dilarang, CTA + mekanisme kode voucher unik, hak penggunaan untuk iklan, timeline, dan cara pengukuran. Tambahkan pesan DM pembuka yang sopan untuk mengajak kreator bekerja sama.
```

06.6

PELAJARAN 6 DARI 6

Live selling

PELAJARAN 06.6

Live selling

Live shopping di TikTok Shop dan Shopee Live adalah salah satu kanal penjualan terbesar di Indonesia. Live yang baik bukan sekadar "nyalakan kamera dan jualan".

Struktur sesi live (60–120 menit)

1. **Pembuka (5 menit)** — sapa, sebut promo utama, ajak tap like & share.
2. **Siklus produk (10–15 menit per siklus)** — demo, jawab pertanyaan, tunjukkan bukti, beri promo terbatas waktu, ulangi.
3. **Interaksi** — panggil nama penonton, jawab komentar, kuis kecil.
4. **Flash deal** — promo singkat setiap 15–20 menit untuk menahan penonton.
5. **Penutup** — rekap promo, jadwal live berikutnya.

PELAJARAN 06.6

Live selling lanjutan

Metrik live

- Jumlah penonton & rata-rata durasi menonton
- Klik produk, add to cart, order
- GMV (gross merchandise value) per jam
- Konversi penonton → pembeli

TIPS PRAKTIS

Konsistensi jadwal lebih penting daripada durasi. Live 1 jam setiap Selasa & Jumat jam 19.00 lebih efektif daripada live 4 jam sesekali — penonton dan algoritma belajar kapan kamu hadir.

PELAJARAN 06.6

Live selling lanjutan

TUGAS MODUL 06

1. **Optimasi profil** di 1–2 platform utama (bio, link, video yang disematkan).
2. Analisis **10 video teratas** di niche kamu dan susun **bank 20 ide** dengan prompt di atas.
3. Tulis **5 script** siap rekam.
4. Rekam, edit, dan publikasikan **minimal 3 video**. Setelah 72 jam, catat: view, rata-rata durasi tonton/retention, share, save, komentar. Mana yang terbaik dan kenapa?
5. Susun **1 brief kreator/UGC** untuk kampanye kecil.

PENUTUP MODUL

Checklist modul

Centang di halaman modul yang sudah kamu kerjakan. Kalau semua tercentang, kamu siap lanjut.

- Profil akun saya sudah dioptimasi (bio, link, highlight/sorotan)
- Saya sudah menganalisis 10 video teratas di niche saya
- Saya sudah menulis 5 script dengan struktur hook–isi–payoff–CTA
- Saya sudah mempublikasikan minimal 3 video dan mencatat retention-nya
- Saya sudah menyusun brief kreator/UGC

PENILAIAN UTAMA MODUL

Saatnya post-test.

Post-test dikerjakan online di halaman modul. Soal dan pilihan diacak setiap percobaan, dan nilai terbaikmu dipakai untuk sertifikat.

10
soal studi kasus & hitungan

≥ 80%
nilai minimal lulus

14
post-test untuk sertifikat

rendybaskhara.com/belajar/modul/social-media-short-video/#posttest

LANGKAH BERIKUTNYA

Modul 06 selesai. Terus bergerak.

MODUL BERIKUTNYA

07. Performance Ads: Meta, Google & TikTok

rendybaskhara.com/belajar/modul/performance-ads-meta-google-tiktok/

MENTORING 1:1

Deliverable kamu di-review langsung oleh Rendy

rendybaskhara.com/belajar/#paket · r3ndy.2394@gmail.com