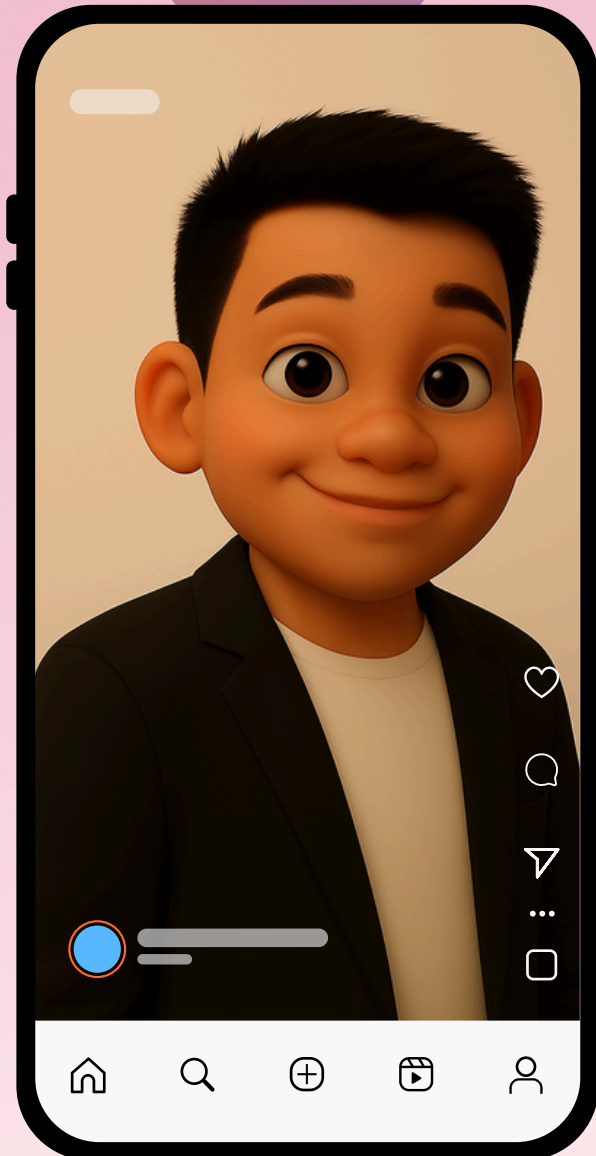


CONTENT STRATEGY PLANNING



INSTRUKTUR



SYAIFUDIN FAUZI, S.T

ALAMAT : JURUG RT 01/RW 10, POKOHKIDUL, WONOGIRI

PENDIDIKAN : S1 - TEKNIK MESIN

PENGALAMAN : 1. PT AISIN INDONESIA AUTIMOTIVES
2. UPTD BALAI LATIHAN KERJA KABUPATEN WONOGIRI

INSTRUKTUR BIDANG : 1. TEKNIK LISTRIK
2. TEKNIK REFRIGERASI DAN TATA UDARA
3. CONTENT CREATOR
4. SOCIAL MEDIA OFFICER

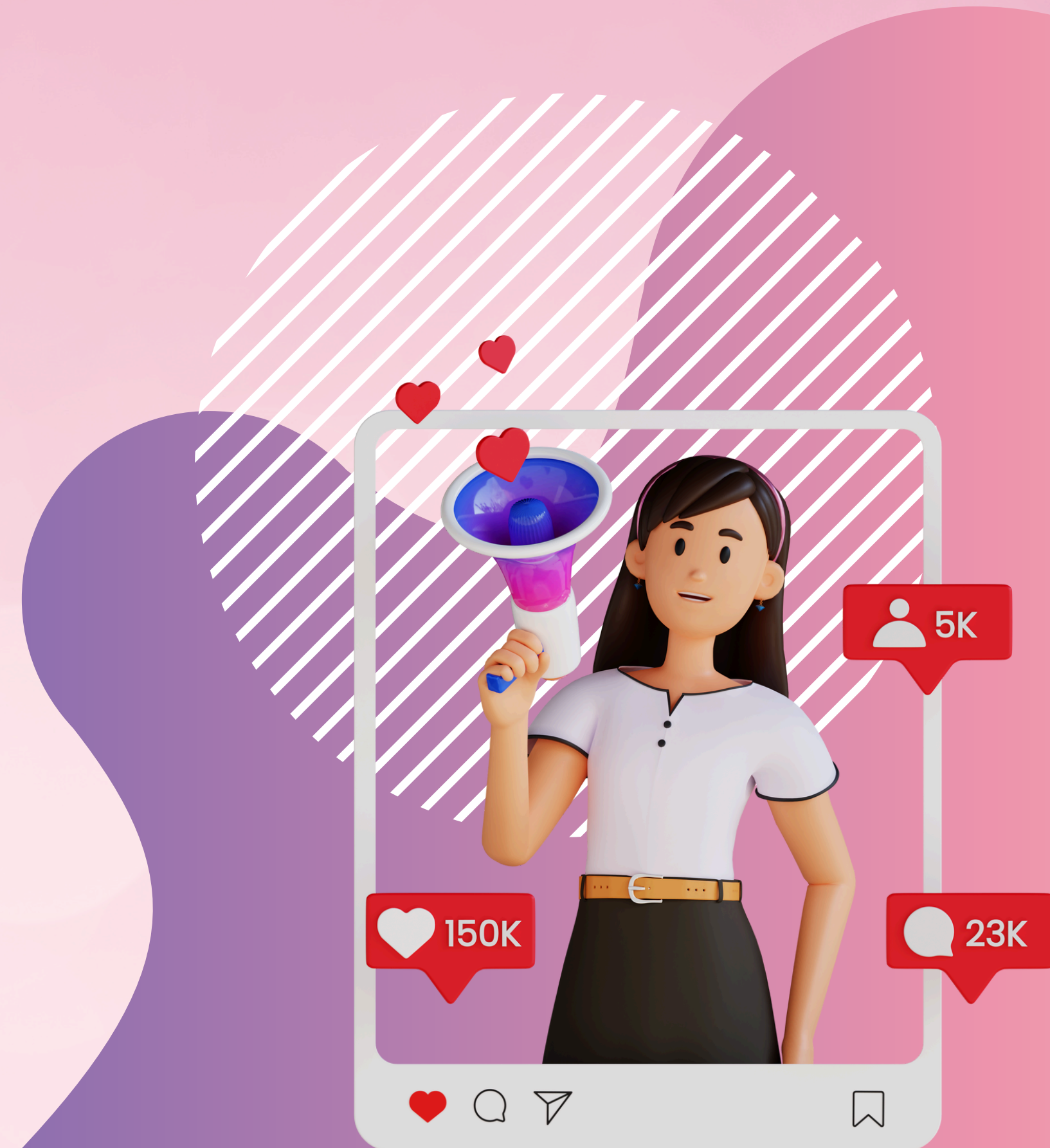
KONTAK : 1. Email : syaifudinfauzii@gmail.com
2. HP : 081326448277

APA ITU CONTENT ?

Content adalah segala bentuk **informasi, hiburan**, atau **edukasi** yang **disajikan** dalam berbagai format seperti **tulisan, gambar, video, audio, atau gabungan dari semuanya**, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada **audiens** tertentu.

FORMAT KONTEN BERUPA :

- Artikel atau tulisan blog
- Video (YouTube, TikTok, Instagram Reels)
- Gambar atau infografis
- Podcast
- Meme
- Postingan media sosial
- E-book, whitepaper, atau presentasi



TUJUAN CONTENT

1. Memberi Informasi [misalnya: berita, tutorial, ulasan produk].
2. Mengedukasi [misalnya: konten edukatif di YouTube, webinar, e-learning].
3. Menghibur [misalnya: video lucu, drama pendek, meme].
4. Membangun Branding
5. Meningkatkan Engagement
6. Meningkatkan Penjualan atau Konversi
7. Membangun Komunitas



JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

1. Instagram



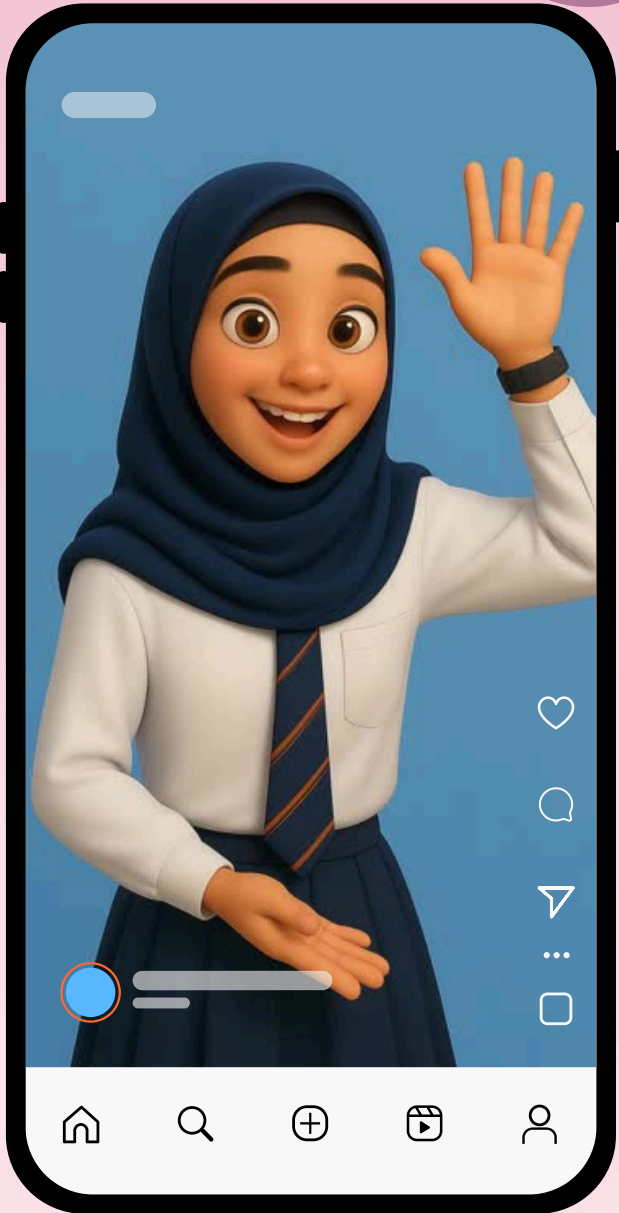
Instagram feed

Spesifikasi : • Foto

Jenis	Rasio Aspek	Ukuran Ideal	Format	Max Ukuran
Square	1:1	1080 x 1080 px	JPG/PNG	30 MB
Portrait	4:5	1080 x 1350 px	JPG/PNG	30 MB
Landscape	1.91:1	1080 x 566 px	JPG/PNG	30 MB

• Video

- | Rasio | 4:5 (ideal), bisa 1:1 / 16:9 |
- | Resolusi Min. | 720p |
- | Durasi | 3 detik - 60 menit (akun biasa) |
- | Format | MP4 / MOV |
- | Max Ukuran | 650 MB (<10 menit) |



Instagram reels

Spesifikasi :

Spesifikasi	Nilai
Rasio Aspek	9:16
Ukuran Ideal	1080 x 1920 px
Durasi	15 - 3 detik
Format	MP4/MOV
Max Ukuran	4 GB
Fitur Tambahan	Musik, teks, efek, transisi

JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

1.Instagram



Instagram Story

Spesifikasi	Nilai
Rasio Aspek	9:16
Ukuran Ideal	1080 x 1920 px
Durasi per slide	Maksimal 15 detik
Format	JPG/PNG (foto), MP4/MOV (video)
Max Ukuran	30 MB (foto), 4 GB (video)



Instagram Carousel

Aspek Teknis	Detail
Jumlah Maksimal Slide	2 hingga 20 gambar atau video
Format File	JPG, PNG (gambar); MP4 (video)
Rasio Aspek	1:1 (persegi), 4:5 (potrait), 1.91:1 (landscape)
Ukuran Rekomendasi	1080 x 1080 px (1:1), 1080 x 1350 px (4:5), 1080 x 566 px (1.91:1)
Durasi Video	Maksimal 60 detik per slide (untuk video carousel)
Ukuran File Maksimal	30 MB (gambar), 4 GB (video)
Jenis Media	Bisa campuran gambar dan video dalam satu carousel

JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

1. Instagram

Fokus Algoritma:

- Engagement & Relationship-based

Prioritas pada interaksi (likes, komentar, share, save) dan hubungan antara pengguna (misal: teman, sering DM-an, sering lihat story).

Karakteristik:

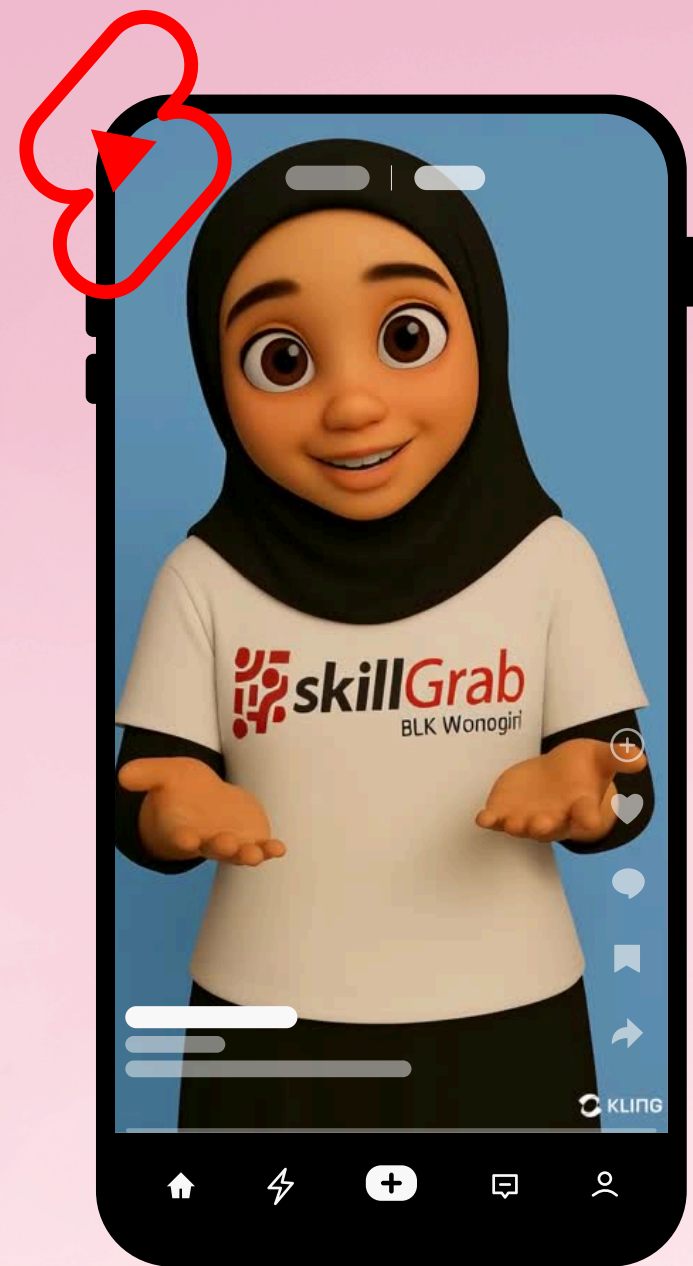
- Feed dibentuk berdasarkan interaksi sebelumnya, jenis konten favorit, dan frekuensi aktivitas.
- Stories & DMs memengaruhi seberapa sering postinganmu muncul di feed orang lain.
- Konten Reels lebih dipengaruhi oleh watch time dan interaksi, mirip TikTok.

Tips:

- Gunakan konten visual menarik, carousel, dan reels.
- Ajak audiens menyimpan dan membagikan konten.

JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

2. Youtube



Aspek Teknis	YouTube Shorts	YouTube Long-form (Reguler)
Durasi Maksimal	60 detik (disarankan < 58 detik untuk optimal)	> 60 detik (tanpa batas khusus; maksimal 12 jam)
Rasio Aspek	9:16 (vertikal, layar penuh di ponsel)	16:9 (horizontal); 1:1 dan 9:16 juga didukung
Resolusi Umum	1080 x 1920 px	1920 x 1080 px (Full HD), 1280 x 720 px (HD), dst.
Ukuran File Maksimal	256 GB atau 12 jam video	Sama: 256 GB atau 12 jam video
Format File	MP4, MOV, AVI, dan format standar lainnya	Sama



JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

2. Youtube

Fokus Algoritma:

- Watch Time & Personalization

Mempromosikan video yang meningkatkan total waktu tonton pengguna.

Karakteristik:

- Kombinasi dari:
 1. Click-Through Rate (CTR): seberapa banyak orang klik thumbnail.
 2. Average View Duration & Watch Time.
 3. Relevansi dengan histori tontonan pengguna.
- Shorts memiliki algoritma yang lebih mirip TikTok.

Tips:

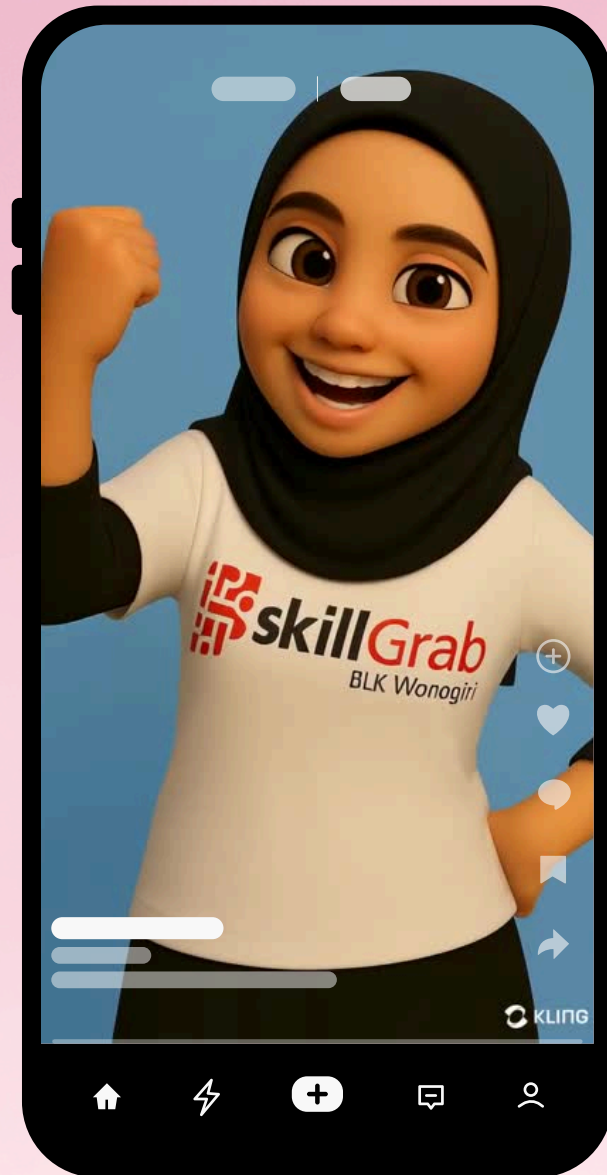
- Optimalkan thumbnail dan judul (agar CTR tinggi).
- Buat video dengan retensi tinggi (struktur narasi, cliffhanger).
- Konsistensi topik penting untuk membangun audiens loyal.

Jenis Konten:

- Video panjang (tutorial, vlog, edukasi)
- Live streaming
- Community Posts
- Shorts video

JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

3. Tiktok



Aspek	Spesifikasi Teknis
Rasio Video	9:16 (vertikal)
Resolusi Minimum	540 × 960 piksel
Resolusi Disarankan	1080 × 1920 piksel (Full HD)
Durasi Video	3 detik – 10 menit (optimal: 15–60 detik untuk engagement maksimal)
Format File	.MP4 atau .MOV
Ukuran Maksimal	287.6 MB (untuk video diunggah melalui aplikasi) 2 GB (melalui TikTok Web)
Frame Rate	23 – 60 fps (optimal: 30 fps)
Audio Format	AAC (Advanced Audio Coding), sample rate 44.1 kHz

Jenis Konten:

- Video pendek (3–600 detik)
- Photo carousel / slideshow foto
- Live streaming (TikTok LIVE)
- TikTok Stories (24 jam)

JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

3. Tiktok

Fokus Algoritma:

- Interest-Based + Performance-Based

Konten dikirim ke halaman FYP berdasarkan minat pengguna dan performa awal (early engagement).

Karakteristik:

- Tidak bergantung pada followers; konten tetap bisa viral tanpa banyak pengikut.
- Algoritma sangat sensitif terhadap:
 - 1.Retention rate (berapa lama ditonton)
 - 2.Completion rate (apakah ditonton sampai habis)
 - 3.Interaksi (like, komen, share, follow)
- Setiap video adalah kesempatan baru (bukan berdasarkan akun).

Tips:

- Hook dalam 3 detik pertama sangat penting.
- Gunakan musik dan tren populer.
- Durasi pendek dengan punchy content lebih disukai.

JENIS-JENIS PLATFORM MEDIA SOCIAL

4. Facebook

Fokus Algoritma:

- Meaningful Interactions

Mengutamakan postingan dari keluarga, teman dekat, dan grup yang aktif.

Karakteristik:

- Lebih menonjolkan komentar panjang dan diskusi antar pengguna.
- Konten dari Pages dan Creator dibatasi jika tidak ada engagement tinggi.
- Video dengan komentar dan share banyak lebih diprioritaskan.

Tips:

- Buat postingan yang memancing diskusi atau emosi.
- Gunakan grup untuk menjangkau audiens niche.

Jenis Konten:

- Feed Post (Teks + Gambar/Video)
- Facebook Video & Live-stream
- Facebook Stories
- Group Posts & Events
- Reels Facebook (kesinambungan dengan Instagram)

RANGKUMAN SOCIAL MEDIA

Platform	Fokus Utama Algoritma	Peran Followers	Prioritas Konten	Format Unggulan
Instagram	Hubungan & Engagement	Cukup penting	Interaksi & Reels	Reels, Carousel
Facebook	Interaksi yang berarti (Meaningful)	Penting	Komentar & Grup	Video, Teks, Grup
TikTok	Minat & Kinerja konten	Tidak penting	Watch time & FYP	Video pendek (FYP)
YouTube	Watch Time & Rekomendasi pribadi	Tidak terlalu	CTR & Durasi tonton	Video panjang, Shorts



CONTENT PLANNING

Content planning adalah proses merancang, menjadwalkan, dan mengorganisasi pembuatan serta distribusi konten secara strategis agar sesuai dengan tujuan komunikasi, target audiens, dan kanal distribusi yang dipilih.

Dalam konteks digital, content planning mencakup:

- 1. Tentukan Tujuan Konten**
- 2. Analisis Audiens**
- 3. Riset Topik dan Ide Konten**
- 4. Buat Kalender Konten**
- 5. Buat konsep setiap konten di kalender konten**

TUJUAN KONTEN

Pahami Dulu Apa yang Ingin Dicapai

Ajukan pertanyaan ini pada dirimu:

- Apa hasil akhir yang saya harapkan dari konten ini?
- Konten ini dibuat untuk mengedukasi, menghibur, menginspirasi, atau menjual?

Contoh

Tujuan konten bulan ini: Mengedukasi perempuan Gen Z tentang pentingnya pakai sunscreen setiap hari, dan mendorong mereka mencoba produk lokal yang affordable.

Meningkatkan kesadaran Gen Z akan pentingnya pelatihan kerja (awareness).

“Mengajak anak muda TPQ untuk mencintai Islam dan akhlak mulia melalui konten yang ringan, menyenangkan, dan relevan dengan kehidupan mereka.”



ANALISIS AUDIENS

Kenali Siapa Audiens Anda ?

- **Usia**
- **Jenis Kelamin**
- **Pendidikan**
- **Pekerjaan**
- **Geografis**
- **Hobi**
- **Gaya Hidup**
- **Nilai-nilai yang dianut**
- **Tantangan/masalah mereka**

Aspek	Deskripsi
Usia	17-25 tahun
Jenis Kelamin	Laki-laki dan perempuan
Pendidikan	SMA/SMK sederajat, Mahasiswa, Lulusan D3/S1
Pekerjaan	- Siswa/mahasiswa akhir- Pencari kerja- Freelancer pemula- Pemuda belum bekerja (NEET)
Geografis	- Urban & semi-urban- Daerah dengan angka pengangguran muda tinggi- Akses internet memadai
Hobi	- Scrolling TikTok/IG- Nonton video motivasi atau tutorial- Ngonten (editing, desain, jualan)- Main game, nongkrong, komunitas remaja
Gaya Hidup	- Praktis & cepat bosan- Suka konten visual & interaktif- Coba-coba hal baru- Banyak cari inspirasi digital- Gaya hidup fleksibel
Nilai-nilai yang Dianut	- Mandiri & ingin diakui- Fleksibilitas dalam kerja- Suka yang jujur dan tidak menggurui- Ingin bermanfaat bagi orang lain- Melek digital, mulai sadar pentingnya skill
Tantangan / Masalah	- Bingung arah karier- Kurang percaya diri- Minim pengalaman kerja- Tidak tahu peluang kerja yang cocok- Kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar

Riset Topik Dan Ide Konten

Caranya :

Manual :

- Riset di sosial media secara manual
- Brainstorming

Non-Manual : I

- Brainstorming dengan tools AI

 Matriks Topik & Ide Konten - Awareness Pelatihan Kerja untuk Gen Z

Topik	Ide Konten	Tujuan Mikro	Format Disarankan	Sosial Media Tujuan
Masa Depan Setelah Lulus	“Habis lulus sekolah, harus ngapain?”	Bangun kesadaran pentingnya rencana karier	Reels TikTok/IG – storytelling singkat	TikTok, Instagram Reels
Realita Dunia Kerja	“5 fakta dunia kerja yang gak diajarin di sekolah”	Ungkap realita kerja & mindset baru	Carousel / Reels ringan	Instagram, TikTok
Kesenjangan Akademik-Skill	“Nilai Tinggi, Tapi Kok Minim Skill Nyata?”	Ajak Gen Z berpikir: nilai bukan jaminan, skill itu penting	Reels dengan voiceover / text overlay	TikTok, Instagram Reels
Apa Itu Pelatihan Kerja?	“Pelatihan kerja tuh apa sih? Bedanya sama kuliah apa?”	Edukasi konsep pelatihan kerja	Carousel / Slide edukatif	Instagram (feed & story)
Cerita Nyata	“Dulu nganggur, sekarang kerja di startup – berkat ikut pelatihan”	Bangkitkan inspirasi dan harapan	Video storytelling + foto alumni	TikTok, YouTube Shorts, IGTV
Self-Discovery	“Belum tahu passionmu? Ini 3 cara cari tahu minatmu”	Bantu audiens kenali potensi diri	Reels + Polling interaktif	Instagram Story, TikTok
Peluang Kerja Tanpa Kuliah	“5 pekerjaan keren yang gak perlu gelar S1”	Beri harapan & arahkan ke skill baru	Carousel + Caption motivasi	Instagram Feed, LinkedIn
Program Pelatihan Gratis	“SkillGrab: Solusi buat kamu yang bingung masa depan”	Promosikan program pelatihan	Slide info + CTA daftar	Instagram Feed, WhatsApp, Story
Quiz Interaktif	“Kamu cocok kerja di bidang apa? Isi quiz ini yuk!”	Libatkan audiens secara aktif	IG Story Quiz + Link pelatihan	Instagram Story, WhatsApp Story
Kesalahan Umum Gen Z	“Kenapa banyak Gen Z gagal wawancara kerja?”	Refleksi diri + tips praktis	Video singkat + carousel	TikTok, Instagram, YouTube Shorts

MENJADWALKAN WAKTU DAN FORMAT PUBLIKASI

Hari	Topik	Judul Konten	Jenis Konten	Platform	Waktu Upload Ideal	Tujuan Mikro
Senin	Masa Depan Setelah Lulus	"Habis lulus sekolah, harus ngapain?"	Reels storytelling	TikTok, Instagram Reels	18.30 WIB	Bangun kesadaran akan pentingnya rencana karier
Selasa	Realita Dunia Kerja	"5 Fakta Dunia Kerja yang Gak Diajarkan di Sekolah"	Carousel edukatif	Instagram Feed	11.45 WIB	Edukasi bahwa kerja butuh skill, bukan cuma nilai
Rabu	Kesenjangan Akademik-Skill	"Nilai Tinggi, Tapi Kok Minim Skill Nyata?"	Reels pendek + caption reflektif	TikTok, Instagram	19.00 WIB	Ajak Gen Z berpikir: nilai bukan jaminan, skill itu penting
Kamis	Apa Itu Pelatihan Kerja?	"Pelatihan kerja tuh apa sih? Gratis gak? Dapet apa aja?"	Carousel + CTA	Instagram Feed, WhatsApp Story	12.30 WIB	Edukasi bahwa pelatihan adalah solusi nyata
Jumat	Cerita Nyata / Testimoni	"Dulu Nganggur, Sekarang Kerja Berkat Pelatihan"	Video testimoni singkat	TikTok, YouTube Shorts	20.00 WIB	Bangun kepercayaan lewat kisah nyata
Sabtu	Quiz & Interaksi	"Kamu Cocoknya Kerja di Bidang Apa? (Isi Polling!)"	IG Story Poll	Instagram Story	19.30 WIB	Interaksi + bantu audiens kenali minat
Minggu	Peluang Karier SMK/SMA	"5 Pekerjaan Keren untuk Lulusan SMK/SMA"	Carousel + quote motivatif	Instagram Feed, LinkedIn	11.00 WIB	Validasi bahwa lulusan SMK/SMA juga punya banyak peluang sukses



BUAT KONSEP KONTEN

Scene	Durasi	Visual (Ilustrasi Video)	Voice Over (Narasi)	Musik & Suara
1. Opening	0-5 detik	Raka lepas seragam sekolah, rebahan di tempat tidur, ekspresi bingung	"Habis lulus sekolah... rasanya campur aduk."	Musik ambient pelan
2. Pertanyaan Batin	5-10 detik	Raka membayangkan 3 temannya: kuliah, kerja, dan menganggur	"Temenku ada yang kuliah, kerja, ada juga yang masih bingung."	Musik tetap ringan
3. Kebingungan	10-15 detik	Raka scroll TikTok: lihat lowongan kerja, pelatihan, dan motivasi	"Aku sendiri... bingung mau mulai dari mana."	Efek scroll + musik lo-fi
4. Insight Datang	15-20 detik	Raka melihat iklan "SkillGrab – Pelatihan Kerja Gratis" di HP dan mulai semangat	"Terus aku nemu pelatihan kerja gratis. Bisa mulai dari dasar."	Musik mulai naik (optimis)
5. Aksi Nyata	20-25 detik	Raka ikut pelatihan: belajar via laptop, catat, diskusi	"Aku daftar. Belajar desain, digital marketing, dari nol."	Musik energik
6. Transformasi	25-30 detik	Raka kerja freelance di coworking, upload portofolio	"Sekarang, aku tahu mau ke mana. Asal mau belajar, pasti bisa."	Musik inspiratif
7. Closing + CTA	30-35 detik	Teks: "Kamu habis lulus juga? Coba pelatihan kerja." Raka tersenyum depan laptop	"Kamu juga bisa kayak aku. Link pelatihannya ada di bio ya!"	Musik fade out positif



CONTOH IDE KONTEN UMKMK

No	Tujuan Konten	Judul/Ide Konten	Format Konten	Platform	Catatan Produksi
1	Edukatif	Fakta unik talas	Carousel / Video	TikTok, IG	Gunakan teks besar & animasi. 3–5 fakta menarik.
2	Edukatif + Komparatif	Talas vs kentang, mana lebih sehat?	Video pendek	TikTok, IG Reels	Tambahkan grafik nutrisi, pakai narasi lucu.
3	Branding + Edukasi	Proses pembuatan keripik talas	Video behind-the-scenes	TikTok, IG Story	Rekam real proses (boleh cepat atau POV).
4	Branding	Sehari jadi pengusaha keripik	Vlog pendek	TikTok, YouTube Shorts	Bisa pakai voice-over untuk storytelling.
5	Emosional & selera	Reaksi pertama kali makan keripik talas	Video reaksi	TikTok, IG Reels	Ajak teman/karyawan, beri ekspresi dramatis.
6	Emosional	Mood booster saat kerja = ngemil talas	Sketsa pendek	TikTok, IG	Situasi kantor/laptop, lalu buka keripik, ekspresi bahagia.
7	Soft selling	Cara pesan keripik talas via WhatsApp	Screen record + animasi	TikTok, IG, WA Status	Tambahkan teks: “Tinggal klik, langsung datang!”
8	Testimoni pelanggan	Kata mereka tentang keripik talas	Kompilasi video/foto	TikTok, IG, WA	Minta testimoni jujur, boleh voice atau teks.
9	Promosi produk	Varian rasa keripik talas	Transisi video	TikTok, IG	Gunakan transisi efek dan animasi nama rasa.
10	Branding + Promosi	Kemasan baru keripik talas	Before-after video	TikTok, IG	Tunjukkan kemasan lama vs baru, narasi perubahan.
11	Interaktif	Tebak rasa keripik ini!	Challenge/Blind Test	TikTok, IG	Ajak teman coba keripik sambil menebak rasa.
12	Interaktif + Viral	Giveaway keripik talas	Feed post + Video	TikTok, IG	Syarat: follow, like, tag teman, share ke story.

CONTOH JADWAL KONTEN UMKM

Hari	Jenis Konten	Judul / Tema	Format	Platform Utama	Waktu Upload (WIB)	Tujuan Mikro
Senin	Edukasi ringan	5 Fakta Unik tentang Talas	Carousel	Instagram, Facebook	11.00 – 13.00	Edukasi + Bangun awareness
Selasa	Behind the scenes	Proses produksi keripik talas dari dapur kami	Video real	TikTok, IG Story	17.00 – 19.00	Tampilkan keaslian + Bangun kepercayaan
Rabu	Hiburan + Reaksi	Ekspresi pertama kali makan keripik talas 🤔	Video reaksi	TikTok, IG Reels	19.30 – 21.00	Meningkatkan interaksi & shareability
Kamis	Promosi produk	Kenalan dengan 3 Varian Rasa Keripik Talas	Carousel	Instagram, Facebook	11.00 – 12.30	Tampilkan keunikan produk + dorong minat
Jumat	Interaksi / Viral	Tebak rasa dari keripik ini! (Blind test)	Challenge video	TikTok	16.00 – 18.00	Dorong komentar + tingkatkan engagement
Sabtu	Soft selling	Cara pesan keripik talas lewat WhatsApp	Screen recording	IG Story, WA Status	08.00 – 10.00	Permudah akses pembelian (CTA kuat)
Minggu	Testimoni pelanggan	Kompilasi review dari pelanggan setia	Kompilasi video/foto	TikTok, IG Feed	20.00 – 21.00	Bangun kepercayaan + dorong repeat order



CONTOH KONSEP KONTEN CAROUSEL

Slide Ke	Judul Slide	Isi Konten	Konsep Fotografi / Visual
1	Cover Slide	"5 Fakta Unik tentang Talas yang Jarang Diketahui!"	Foto close-up talas segar di atas kain goni atau anyaman bambu. Lighting natural, tone earthy.
2	Fakta 1: Bukan Umbi Sembarangan	Talas lebih rendah gula dibanding kentang, cocok untuk camilan sehat!	Komparasi visual: talas, kentang, nasi dalam piring kecil di meja kayu. Sudut flat lay.
3	Fakta 2: Jenisnya Banyak Banget!	Di Indonesia ada >20 jenis talas seperti Talas Bogor, Talas Beneng, dll.	Foto beberapa talas dengan bentuk & warna berbeda ditata estetik di nampan bambu.
4	Fakta 3: Kaya Manfaat Kesehatan	Serat tinggi, vitamin C & B6, bantu pencernaan & daya tahan tubuh.	Talas kupas separuh, difoto dekat dengan latar putih. Tambah properti herbal (jahe, lemon).
5	Fakta 4: Mendunia!	Talas dikonsumsi di Asia, Afrika, dan Karibia dalam berbagai masakan.	Kolase 3 foto makanan: sup talas, chips talas, kue talas. Pakai background netral/abu.
6	Fakta 5: Camilan Kekinian	Kini hadir jadi keripik talas gurih favorit anak muda.	Foto lifestyle: anak muda makan keripik talas di café atau ruang santai. Gaya candid.
7	Slide Penutup (CTA)	"Fakta mana yang paling bikin kamu kaget? Komen di bawah ya!"	Tampilan produk (kemasan keripik talas) di meja kayu dengan tangan orang menunjuk produk.

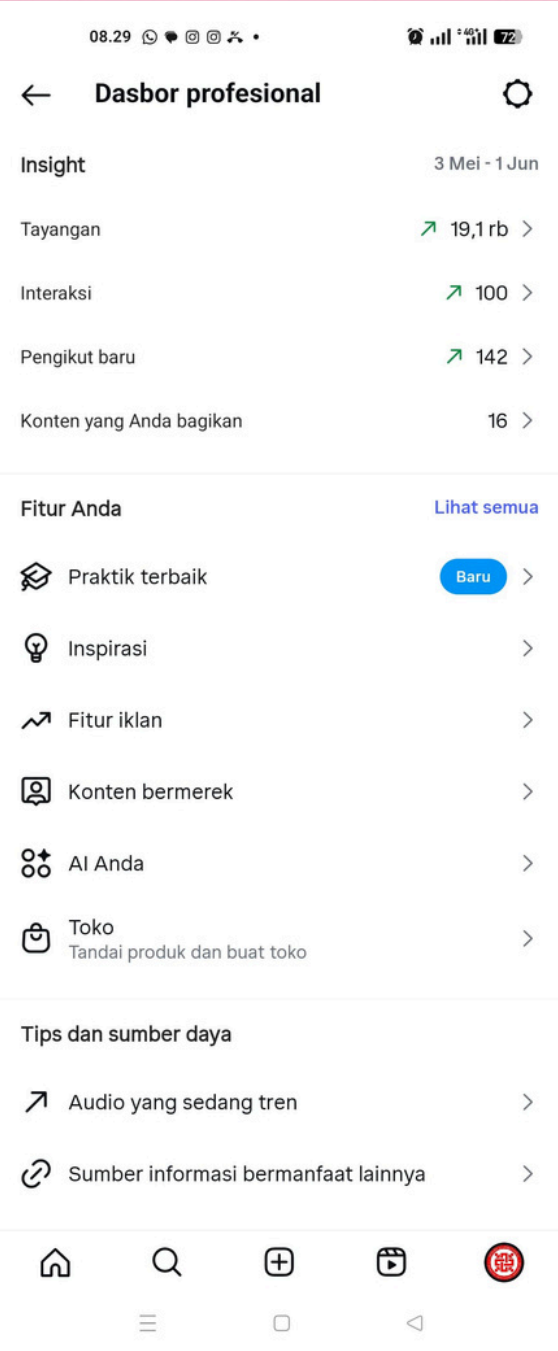
MENGUKUR EFEKTIVITAS KONTEN SETELAH DIPUBLIKASIKAN

Indikator (Metric)	Artinya Apa?
Tayangan (Reach)	Berapa orang yang melihat konten kita
Like / Reaksi	Apakah orang suka atau tertarik dengan kontennya
Komentar	Apakah kontennya memicu respon atau diskusi
Dibagikan (Share)	Seberapa banyak orang merasa konten ini layak disebar
Simpan (Save)	Apakah orang merasa kontennya penting untuk disimpan
Durasi Tonton	Berapa lama orang menonton videonya
Klik Tautan	Apakah orang mengikuti ajakan dalam konten kita



MENGUKUR EFEKTIVITAS KONTEN SETELAH DIPUBLIKASIKAN

Instagram Insight





TERIMA KASIH...