

KOL STRATEGY

© material cooked and processed at **Sinopsis Creative Hub**

KOL STRATEGY FRAMEWORK

OBJECTIVE:

Membangun persepsi ORIS sebagai keputusan finansial yang dipilih secara sadar oleh individu yang ingin memiliki kendali atas masa depannya, bukan sekadar mengikuti tren atau dorongan sesaat.

CORE MESSAGE:

Banyak orang berinvestasi karena takut tertinggal. Sedikit yang berinvestasi karena benar-benar siap.

ORIS hadir sebagai pilihan bagi mereka yang ingin mengubah kecemasan finansial menjadi keputusan yang terencana dan terukur.

01

CONTEXT FIRST

KOL membuka dengan isu yang relate: THR habis tanpa rencana, investasi karena FOMO, sandwich generation, financial anxiety, atau penyesalan karena tidak merencanakan keuangan sejak awal.

02

VALUE ALIGNMENT

Bandingkan dua pendekatan: Impuls vs merencanakan dengan sadar & terstruktur

Tekankan pentingnya memiliki "kendali" dalam keputusan finansial.

03

PRODUCT AS OPTION

ORIS diperkenalkan sebagai: Obligasi yang diterbitkan oleh PT SMI, dengan imbal hasil tetap, minimum pemesanan terjangkau, dan dana yang digunakan untuk pembiayaan pembangunan infrastruktur berkelanjutan. Dipilih KOL sebagai bagian dari strategi, bukan karena tren.

04

EMOTIONAL CLOSURE

Konten ditutup dengan refleksi: Tenang bukan karena punya banyak instrumen, tapi karena paham arah.

Ajakan bergabung dalam ORIS movement selama periode penawaran dan informasi cara pemesanan (disampaikan soft, tidak hard selling).

KOL NARRATIVE ROLE

SHARED ROLE:

Kedua KOL diposisikan sebagai individu yang pernah merasakan kecemasan finansial, antara mengikuti arus atau mengambil kendali. Mereka tidak berbicara sebagai promotor, tetapi sebagai pemilik awal yang telah memilih ORIS secara sadar dan membagikan refleksi personal atas keputusan tersebut.

Narasi dibangun dari: Masalah nyata → Proses berpikir → Keputusan sadar → Ajakan untuk memiliki kendali.



@ellenmay_official

Followers 571K

Narrative Position:

The Anti-FOMO Investor

- Mengangkat isu FOMO investing & financial anxiety
- Menekankan pentingnya memahami sebelum memutuskan
- Mewakili audiens profesional yang ingin tenang & terukur
- ORIS diposisikan sebagai keputusan sadar sejak awal



@doddy.prayogo

Followers 114K

Narrative Position:

The Responsible Planner

- Mengangkat isu sandwich generation & THR tanpa rencana
- Menekankan pentingnya struktur & kendali finansial
- Mewakili kepala keluarga / profesional yang berpikir jangka panjang
- ORIS diposisikan sebagai bagian dari strategi terencana

KOL CONTENT STRATEGY



@ellenmay_official
Followers 571K

Authority,
edukatif,
calming presence

Positioning:

Ellen sebagai investor reflektif yang mengambil keputusan berbasis pemahaman dan struktur.

Angle:

Anti-FOMO Investing. Pilih karena paham, bukan karena ikut tren. Investasi bukan soal cepat, tapi soal jelas dan terukur.

Isi Konten:

- Buka dengan isu yang relatable:
 - Banyak orang investasi karena tren / takut ketinggalan / THR baru cair dan banyak orang investasi tanpa memahami instrumennya.
- Angkat contrasting:
 - Ikut arus vs punya rencana.
- Share refleksi personal sebagai investor:
 - Tekankan pentingnya memilih instrumen yang jelas struktur dan profil risikonya.
- Masukkan ORIS secara natural:
 - Kupon tetap dibayarkan setiap bulan
 - Return lebih tinggi dibanding rata-rata suku bunga deposito bank BUMN
 - Peringkat idAAA dari PEFINDO
 - Pilihan tenor 1 tahun dan 3 tahun
- Tutup dengan refleksi bahwa investasi yang baik adalah yang bisa dipahami dan direncanakan.
- Bridging soft: selain memberi potensi return, dana juga terhubung dengan pembiayaan pembangunan nasional.

Peran ORIS:

Bagian dari keputusan yang direncanakan, bukan investasi impulsif.

EXECUTION & MECHANISM

Konten Format

- IG Reels (±30-60 detik)
- **Gaya Eksekusi:** disesuaikan dengan karakter, tempo, dan gaya komunikasi masing-masing KOL
- **Tone:** personal, tenang, tidak persuasif

DO'S

- Gunakan sudut pandang orang pertama
- Cerita berbasis pengalaman nyata
- Angkat isu yang relatable (THR, FOMO, sandwich gen)
- Sebut ORIS dengan detail singkat & jelas
- Sertakan CTA periode & cara beli

DON'TS

- Jangan terdengar seperti iklan hard selling
- Jangan klaim keuntungan berlebihan
- Jangan framing sebagai "investasi paling aman"

STORY FLOW

OPENING: THE TENSION (Hook 3-5 detik)

Mulai dengan pertanyaan / statement yang relate:

- "Pernah nggak sih, THR habis tapi nggak tahu ke mana?"
- "Kita investasi karena paham, atau karena takut ketinggalan?"

CONTRAST: FOLLOWING VS PLANNING

Share refleksi personal dan angkat perbandingan: ikut tren / impulsif vs punya rencana & kendali.

OWNERSHIP: WHY ORIS

Masukkan ORIS secara natural:

- Kupon tetap dibayarkan setiap bulan
- Return kompetitif
- Peringkat idAAA dari PEFINDO
- Tersedia tenor 1 dan 3 tahun
- Dikelola oleh PT SMI sebagai lembaga pembiayaan pembangunan milik negara di bawah koordinasi Kementerian Keuangan

CLOSING: TAGLINE (Natural)

Contoh kalimat:

"Investasi itu bukan hanya untuk hari ini, tapi juga untuk masa depan yang lebih terencana. ORIS, dari kita, untuk kita dan generasi mendatang."
(Disampaikan sebagai penutup reflektif, bukan dibacakan seperti slogan.)

KOL CONTENT STRATEGY



@doddy.prayogo

Followers 114K

Senior, kredibel,
edukatif

Tone: lebih santai, tetap kredibel.

Positioning:

Responsible planner yang mengutamakan struktur dan kendali dalam keuangan keluarga.

Angle:

Sebagai sandwich generation, keputusan finansial harus terukur.

Isi Konten:

- Buka dengan isu THR / penghasilan tambahan yang sering habis tanpa rencana.
- Tekankan pentingnya punya instrumen yang jelas dan terstruktur.
- Mention ORIS:
 - Kupon tetap dibayar tiap bulan
 - Return lebih tinggi dari deposito bank BUMN
 - Peringkat idAAA dari PEFINDO
 - Pilihan tenor 1 tahun dan 3 tahun
- Sampaikan bahwa investasi bukan cuma soal return, tapi juga soal perencanaan jangka panjang.
- Soft insert: dana ikut mendukung pembiayaan proyek infrastruktur nasional.

Peran ORIS:

Bagian dari sistem perencanaan jangka panjang, bukan solusi instan tapi instrumen yang selaras dengan strategi yang sudah dibangun.

EXECUTION & MECHANISM

Konten Format

- IG Reels (±30-60 detik)
- **Gaya Eksekusi:** disesuaikan dengan karakter, tempo, dan gaya komunikasi masing-masing KOL
- **Tone:** personal, tenang, tidak persuasif

DO'S

- Gunakan sudut pandang orang pertama
- Tekankan peran sebagai kepala keluarga / sandwich generation
- Tone tenang, kredibel, tidak emosional berlebihan
- Sebut ORIS dengan detail singkat & jelas
- Sertakan CTA periode & cara beli

DON'TS

- Jangan terdengar seperti iklan hard selling
- Jangan klaim keuntungan berlebihan
- Jangan framing sebagai "investasi paling aman"

STORY FLOW

OPENING: THE REALITY CHECK (Hook 3-5 detik)

Mulai dengan isu yang relatable:

- "THR sering jadi momen senang, tapi setelah itu... habis tanpa rencana."
- "Sebagai sandwich generation, kita nggak cuma mikirin diri sendiri."

CONTEXT: THE RESPONSIBLE ROLE

- Angkat perspektif sebagai kepala keluarga / profesional.
- Tekankan bahwa tanggung jawab butuh struktur, bukan keputusan spontan.
- Stabilitas lahir dari sistem yang konsisten.

OWNERSHIP: STRATEGIC DECISION

Masukkan ORIS sebagai bagian dari sistemnya:

- Kupon bulanan
- Return kompetitif
- Peringkat idAAA
- Tenor 1 & 3 tahun
- Dikelola PT SMI sebagai lembaga pembiayaan pembangunan milik negara

CLOSING: TAGLINE (Natural)

Contoh kalimat:

"Kita investasi untuk diri sendiri dan keluarga. Tapi kalau bisa sekaligus memberi dampak yang lebih luas, kenapa tidak? ORIS, dari kita, untuk kita dan generasi mendatang."



THANK YOU

CONCEPTS AND STRATEGIES ARE COOKED UP DURING LATE NIGHTS AT SINOPSIS CREATIVE HUB, SO PLEASE RESPECT THE COPYRIGHT OF IDEAS AND STRATEGIES BREWED WITH COFFEE!

RELATION@SINOPSISCREATIVEHUB.ID
+62-823-2956-3123