

Facebook Ads Creative Audit & Checklist

Instrumen Validasi Kelayakan & Potensi Konversi Visual Iklan (Gambar & Video)

Dokumen Kontrol Kualitas
Meta Ad Creative Standard 2026

NAMA CAMPAIGN:

TANGGAL AUDIT:

AUDITOR / CREATIVE LEAD:

TIPE ADS:
Static / Video / Carousel

1. AUDIT SPESIFIKASI TEKNIS & COMPLIANCE PLACEMENT

CEK	ITEM PEMERIKSAAN	STANDAR KUALITAS META BEST PRACTICE	STATUS AUDIT
☐	Placement Ratio	1:1 (1080x1080) / 4:5 (1080x1350) untuk Feed; 9:16 (1080x1920) wajib penuh untuk Stories & Reels. Tidak ada border hitam pasif.	PASSFAIL
☐	Safe Zone & UI Overlay	Bebas elemen penting di 14% area atas & 20-35% area bawah (mencegah teks tertutup tombol CTA, caption, atau username).	PASSFAIL
☐	Resolusi & Sharpness	Gambar tajam tanpa piksel pecah; Video render MP4/MOV H.264 min. 1080p. Lighting terang dan fokus objek tajam.	PASSFAIL
☐	Keterbacaan Mobile	Teks headline dapat dibaca jelas dalam kurun waktu 1 detik di layar smartphone 5,5 inci. Kontras warna tinggi.	PASSFAIL

2. AUDIT PSIKOLOGI VISUAL & STRATEGI KONVERSI

CEK	KRITERIA PENILAIAN	PARAMETER KONVERSI TINGGI	SKOR (1 - 5)
☐	Pattern Interrupt Hook	3 detik pertama (Video) atau elemen visual utama (Gambar) mampu menghentikan jempol (*scroll stopper*).	[] / 5
☐	Visual Match Landing Page	Warna, model, produk, serta gaya penawaran pada iklan 100% konsisten dengan halaman tujuan (Landing Page).	[] / 5
☐	Single Focal Point	Memiliki 1 titik fokus utama. Tidak terlalu banyak stiker, teks bertumpuk, atau elemen yang membingungkan mata.	[] / 5
☐	Authenticity / UGC Feel	Visual terasa otentik (bukan stok foto kaku/direkayasa berlebihan). Terlihat seperti konten manusia nyata.	[] / 5
☐	Clear CTA & Value Offer	Penawaran nilai (diskon/manfaat utama) & instruksi tindakan (misal: "Klik Selengkapnya") terlihat eksplisit.	[] / 5

Matriks Keputusan Kelayakan Ads

- 21 - 25 Poin (High Potential): Lolos uji. Siap dipublish dengan budget utama / scaling.
- 15 - 20 Poin (Moderate): Perlu perbaikan minor (Re-edit Hook / Perbaiki kontras teks).
- < 15 Poin (High Risk): REJECT. Berpotensi membuang budget iklan. Wajib redesign/reshoot.

Total Skor Audit & Catatan Lead Creative

TOTAL SKOR: ____ / 25 Poin

[Tuliskan rekomendasi tindakan perbaikan sebelum iklan di-publish di Ads Manager]

Standar Performa Rumah Produksi Indonesia: Iklan dengan skor di atas 21 poin rata-rata menghasilkan Outbound CTR > 1.8% dan mampu menekan Cost Per Click (CPC) hingga 35% lebih murah dibandingkan iklan tanpa kurasi visual yang rapi.

1. PRINSIP UTAMA KURASI VISUAL (DO & DON'T)

✓ **WAJIB DILAKUKAN (DO)**

- Gunakan angle kamera *close-up* pada ekspresi wajah atau masalah nyata produk.
- Sertakan subtitle / on-screen text besar karena 70%+ pengguna menonton tanpa suara.
- Gunakan skema warna kontras tinggi agar menonjol di *Dark Mode* & *Light Mode*.
- Tampilkan produk/solusi dalam 3 detik pertama tanpa intro bertele-tele.

✗ **HINDARI HAL INI (DON'T)**

- Menggunakan foto stok komersial yang terlalu kinclong dan terlihat seperti iklan TV lama.
- Menumpuk lebih dari 3 variasi font berbeda dalam satu frame gambar.
- Membuat video berdurasi > 30 detik untuk cold audience (kecuali produk sangat kompleks).
- Menaruh logo brand berukuran raksasa di tengah gambar yang menutupi produk.

2. BLUEPRINT FORMULA VIDEO AD CONVERSION (UGC / SHORT-FORM)

DETIK	FASE KONTEN	INSTRUKSI EKSEKUSI UNTUK TIM VIDEO	TIPE VISUAL
00:00 - 00:03	Pattern Hook	Tampilkan visual mengejutkan, pertanyaan menohok, atau klaim masalah. Hentikan scrolling!	Text overlay tebal + Zoom in cepat
00:03 - 00:10	Problem & Agitation	Perjelas rasa sakit / kerepotan calon pembeli jika tidak menggunakan solusi kamu.	Video B-Roll masalah / Ekspresi kesal
00:10 - 00:18	Solution & Demo	Tunjukkan cara kerja produk kamu secara langsung. Fokus pada hasil akhir yang memuaskan.	Demonstrasi produk / Before-After
00:18 - 00:25	Social Proof	Tampilkan bukti ulasan, potongan percakapan WhatsApp/marketplace, atau jumlah pembeli.	Screenshot review + B-Roll testimoni
00:25 - 00:30	Strong CTA	Berikan penawaran khusus (Diskon/Bonus) dan tunjukkan instruksi tegas klik tombol.	End card promo + Arrow pointing CTA

3. ANATOMI STATIC AD CREATIVE BERKONVERSI TINGGI

Struktur Layout Gambar Tunggal

- Top 20%:** Hook Headline Teks (Maksimal 7 Kata).
- Center 60%:** Visual Hero Product / Orang menggunakan produk secara natural.
- Bottom 20%:** Badge Social Proof ("10.000+ Terjual") + Tombol CTA Visual.

Struktur Layout Format Carousel

- Card 1:** Hook utama & Masalah paling krusial.
- Card 2-4:** Solusi spesifik, fitur unggulan & manfaat.
- Card Terakhir:** Rangkuman penawaran promo + CTA bertindak.

Butuh Bantuan Produksi Visual Ads Profesional Berkonversi Tinggi?

Tim Rumah Produksi Indonesia siap merancang strategi visual, eksekusi foto/video UGC, hingga audit campaign iklan perusahaan kamu.

 **Instagram:** @rumahproduksiindonesia

 **Website:** www.rumahproduksiindonesia.com

 **WhatsApp Admin:** 0813 805 8460

 **Services:** Konsultasi, Audit & Free Strategi Konten