

15 TEMPLATE HOOK VIDEO IKLAN HIGH-CONVERSION

Panduan Praktis Scripting 3 Detik Pertama untuk TikTok & Instagram Ads

IDEBIZ.ID X RPI

Aturan Emas 3 Detik Pertama: Tujuannya BUKAN jualan, melainkan menghentikan jempol penonton (*stop-scrolling*). Pilih template yang sesuai kategori produk Anda, sesuaikan kata dalam kurung siku [. . .], dan pasangankan dengan gerakan visual yang dinamis.

BAGIAN 1: TEMPLATE HOOK NASKAH (1 - 8)

Kategori UMKM & Edukasi Solusi

#	KATEGORI / FORMULA	NASKAH HOOK (3 DETIK PERTAMA)	AKSI VISUAL & TEKS LAYAR
01	Fashion / Skincare (Negatif / Peringatan)	"Jangan beli [Nama Produk] sebelum tahu 3 efek sampingnya ini!"	Tangan menutupi kamera, ekspresi serius, teks bold merah.
02	Kuliner / F&B (Sensory Hook)	"Dengerin deh suara renyahnya [Nama Makanan] ini..."	Close-up potong/gigit makanan, sound mic ASMR jernih.
03	Jasa / Konsultan (Problem Statement)	"Masih pakai cara lama buat [Tujuan]? Ini alasan kenapa omzetmu stagnan."	Tunjuk grafik turun di layar, ekspresi bingung/kecewa.
04	Produk Rumah Tangga (Visual Shock)	"Nyesel banget baru tahu alat ini setelah bikin dapur berantakan setahun!"	Tunjukkan kondisi berantakan vs bersih secara kilat.
05	Aksesoris / Gadget (Secret Reveal)	"Rahasia bikin [Nama Barang] kelihatan seharga 5 juta padahal cuma 100 ribuan."	Unboxing cepat, efek kilauan atau penataan estetik.
06	Herbal / Kesehatan (Relatable Pain)	"Sering merasa [Keluhan Fisik] pas bangun tidur? Hati-hati, ini solusinya."	Adegan memegang bagian tubuh yang sakit + teks tanya.
07	Kecantikan / Beauty (Before - After)	"Dari kusam dan beruntusan jadi glowing dalam 14 hari, cuma modal 2 langkah!"	Layar terbelah (Split screen) Before vs After yang jelas.
08	Fashion Wanita/Pria (Contrarian View)	"Alasan kenapa orang gaya elegan gak pernah pakai baju motif berlebihan."	Bandingkan 2 outfit berbeda secara cepat di kamera.

BAGIAN 1: TEMPLATE HOOK NASKAH (9 - 15)

Kategori Promo & Curiosities

#	KATEGORI / FORMULA	NASKAH HOOK (3 DETIK PERTAMA)	AKSI VISUAL & TEKS LAYAR
09	Jasa Edukasi / Kursus (FOMO / Urgency)	"Stop scroll kalau kamu mau paham [Skill] sebelum akhir bulan ini!"	Tangan memberi gestur "Stop", gerakan cepat mendekat.
10	Produk Bayi / Ibu (Empathy Hook)	"Untuk semua ibu yang capek hadapi [Masalah Anak], ini jawaban terbaik."	Ekspresi lelah beralih ke senyum lega saat pegang produk.
11	Digital / SaaS / Tools (Time-Saving)	"Cara hemat waktu 3 jam tiap hari cuma dengan 1 aplikasi gratisan ini."	Screen recording cepat yang menunjukkan hasil kerja.
12	Ritel / Flash Sale (Price Anchor)	"Gak masuk akal sih, [Nama Produk] sebegus ini didiskon sampai 50%?"	Tunjukkan produk dari dekat, kaget lihat price tag.
13	Hobi / Otomotif (Curiosity Gap)	"Ternyata ini alasan kenapa bengkel langgananmu gak mau kamu tahu trik ini."	Bisik-bisik ke kamera, gaya membocorkan rahasia.
14	Sepatu / Apparel (Extreme Test)	"Kita tes siram air kopi ke [Nama Produk], kira-kira basah gak ya?"	Menuang cairan langsung ke atas bahan produk.
15	Produk B2B / Grosir (Profit Driven)	"Ide usaha modal 500 ribu yang bisa hasilkan omzet puluhan juta dari rumah."	Tunjukkan tumpukan paket pengiriman yang siap kirim.

BAGIAN 2: KERANGKA NASKAH LENGKAP (P-A-S & A-I-D-A)

Formula PAS (Problem - Agitate - Solution) • Hook (0-3s): Sebutkan masalah paling menyebalkan. • Agitate (4-8s): Perjelas dampaknya jika dibiarkan. • Solution (9-20s): Tampilkan produk sebagai pahlawan penyelamat. • CTA (21-30s): Ajakan tindakan jelas (Klik link/Order).	Formula AIDA (Attention - Interest - Desire - Action) • Attention (0-3s): Visual menggelegar / Pernyataan unik. • Interest (4-10s): Fakta mengejutkan / Fitur unggulan. • Desire (11-20s): Testimoni / Hasil nyata setelah pakai. • Action (21-30s): Penawaran terbatas & arahan klik.
--	--

1. Aspek Hook & Visual (3 Detik Pertama)

- ☐ **Visual Action Dalam Frame 1:** Ada gerakan/aksi jelas sebelum detik ke-2?
Hindari tampilan diam atau logo berputar di awal video.
- ☐ **Teks Di Layar (On-Screen Text):** Teks hook muncul tepat saat suara dimulai?
Gunakan kontras warna tinggi (kuning/putih dengan shadow hitam).
- ☐ **Pacing Voiceover:** Intonasi suara tegas, jelas, dan bersemangat?
Potong jeda napas yang terlalu panjang di aplikasi editing.

2. Aspek Body & Penyampaian Pesan

- ☐ **Fokus Solusi:** Menjelaskan manfaat produk, bukan hanya spesifikasi teknis?
Contoh: Baju adem (Manfaat) vs Bahan Cotton Combed 30s (Spesifikasi).
- ☐ **Dynamic Transition:** Ada pergantian angle/potongan Klip tiap 1.5 - 2.5 detik?
Mencegah rasa bosan penonton agar tidak menggeser layar.
- ☐ **Social Proof / UGC Style:** Tampilan video terasa alami dan tidak seperti iklan kaku?
Gunakan testimoni asli atau demonstrasi produk secara langsung.

3. Aspek Teknis & CTA (Call To Action)

- ☐ **Audio & Sound Effect:** Musik latar tidak mengubur suara penjelasan utama?
Atur volume musik latar maksimal 10% - 15%.
- ☐ **Safe Zone Layout:** Teks dan elemen penting tidak tertutup tombol LIKE/Comment TikTok/IG?
Pastikan teks berada di area tengah vertical (9:16 safe area).
- ☐ **Clear Single Call to Action:** Hanya ada 1 instruksi jelas di akhir video?
Contoh: "Klik tombol Selengkapnya di bawah" (Hindari menyuruh 3 hal berbeda).

MEMBUTUHKAN BANTUAN PRODUKSI VIDEO IKLAN PROFESIONAL?

Tim Rumah Produksi Indonesia siap membantu Anda dari perancangan konsep, penulisan script hook, hingga eksekusi video siap pakai dengan potensi konversi tinggi!

 **Instagram: @rumahproduksiindonesia**  **WA: 0813 805 8460**  **www.rumahproduksiindonesia.com**