

Brief KOL

Campaign Objective

Meningkatkan **brand awareness dan visibility CICIL sebagai platform pendanaan (funding) di sektor produktif** yang berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Campaign ini bertujuan memperkenalkan CICIL sebagai salah satu alternatif platform yang dapat digunakan untuk **menumbuhkan passive income**, sekaligus berkontribusi dalam mendukung pembiayaan pelaku usaha dan UMKM di Indonesia.

Target Audience

Demographic

- Usia: 25–40 tahun
- Status: Profesional muda, entrepreneur, atau individu dengan penghasilan stabil

Financial Profile

- Penghasilan: \geq Rp25 juta/bulan
- Memiliki ketertarikan pada investasi dan pengelolaan keuangan

Behavior

- Aktif di media sosial
- Mengikuti topik finansial, investasi, dan produktivitas
- Terbuka terhadap alternatif instrumen untuk menambah penghasilan

Motivation

- Ingin mengelola keuangan secara lebih strategis
 - Mencari peluang **passive income**
 - Ingin mencapai tujuan finansial jangka panjang
-

About CICIL

CICIL adalah platform **pendanaan peer-to-peer lending sektor produktif** yang mempertemukan pendana dengan pelaku usaha yang membutuhkan pembiayaan.

Melalui CICIL, pengguna dapat **menyalurkan dana untuk mendukung pembiayaan project atau invoice pelaku usaha**, dan berpotensi mendapatkan imbal hasil dari pendanaan tersebut.

CICIL telah **berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)** sehingga operasional platform berjalan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Scope of Work (SOW)

- 1 (satu) konten video Instagram Reels
 - Caption & Hashtag
 - Caption mencakup pesan edukatif dan CTA menuju Cicil.id.
 - Hashtag wajib: #CICIL #PeertoPeerLending #SemuaBisaBerkembang
 - Usage Rights
 - Konten bersifat owning content atau menjadi milik penuh Cicil, dapat digunakan ulang untuk keperluan promosi di media sosial, website, ads, atau materi komunikasi lainnya.
 - Tag & Mention
 - Menyertakan tag @cicil.co.id pada caption dan video.
-

Content Direction

Tone & Style

- Edukatif
- Aspiratif
- Relatable
- Tidak hard selling

Visual Direction

- Clean dan modern
- Natural storytelling
- Lifestyle oriented
- Tidak terlalu scripted

Format

- Video short-form (TikTok / Reels)
 - Durasi: **30 – 60 detik**
 - Format: **UGC / personal storytelling**
-

Suggested Content Storyline

KOL dapat membawakan konten dalam bentuk **sharing pengalaman atau perspektif personal** mengenai pentingnya memiliki sumber penghasilan tambahan.

Contoh storytelling:

Hook

“Menurut aku, punya passive income itu penting banget, apalagi kalau kita punya target finansial di masa depan.”

Insight

“Sekarang banyak cara untuk mulai membangun passive income, salah satunya dengan menyalurkan dana ke sektor produktif.”

Experience

“Aku baru tahu kalau di CICIL kita bisa ikut mendanai project atau invoice dari pelaku usaha, jadi selain bisa dapat imbal hasil, kita juga ikut bantu usaha mereka berkembang.”

Closing

“Menurut aku ini bisa jadi salah satu cara untuk mulai membangun passive income dari sekarang.”

Key Messages

1. Pentingnya memiliki **passive income** untuk mencapai tujuan finansial.
 2. Melalui CICIL, pengguna dapat **menyalurkan dana untuk mendukung pembiayaan project atau invoice pelaku usaha** di sektor produktif.
 3. Pendanaan tersebut memberikan **potensi imbal hasil bagi pendana** sekaligus membantu pertumbuhan pelaku usaha.
 4. CICIL merupakan **platform P2P lending yang berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)**.
-

Mandatory Points

- Menyebutkan **CICIL**
- Menyampaikan konsep **passive income melalui pendanaan**
- Menyebutkan bahwa CICIL **berizin dan diawasi OJK**
- Disclaimer terkait risiko pendanaan melalui platform P2P Lending merupakan “**High Risk, High Return**” dimana adanya potensi gagal bayar dari borrower (NPL) atau repayment tidak tepat waktu dari borrower yang berdampak pada potensi kerugian yang akan didapatkan oleh para pemberi dana sehingga disarankan untuk menggunakan dana dingin.