



**KOL BRIEF &
GUIDELINE**

RAMADA N 2025

March 2025 | Prepared by Redcomm



OUR PRODUCT



Sasa House Kari Jepang adalah produk **Bumbu Padat Siap Masak Kari Jepang pertama di Indonesia.**

Dengan **rasa, aroma,** dan **kualitas** yang otentik **Jepang,** Sasa House Kari Jepang membawa **#KelezatanKayaRasa** yang mudah dinikmati kapan dan di mana saja.

Content Objective:

Menunjukkan keberagaman **kreasi menu kari** dengan Sasa House Kari Jepang sebagai "**P3K!: Pertolongan Pertama Pas Keroncongan!**" yang satset, mudah, terjangkau, dan enak untuk menu Sahur, Berbuka, dan Lebaran.

1X IG REELS/1X TIKTOK VIDEO

1. KOL memulai video dengan **tension & hook** sesuai **persona** masing-masing.
 - a. Contoh *Tension/Angle Related to Ramadan*: Ide menu berbuka. Kreasi menu yang gak itu-itu aja menjelang Lebaran. Sahur jadi seru dengan kreasi menu kari.
2. **Proses masak** ditampilkan dengan jelas (*treatment & cut-to-cut video* bisa disesuaikan dengan *style* masing-masing).
3. Di tengah proses memasak, KOL menyebutkan **USP Sasa House Kari Jepang**.
4. **KOL memberikan review** menu yang telah dibuat, sekaligus menjelaskan bagaimana Sasa House Kari Jepang menjadi solusi "**P3K!: Pertolongan Pertama Pas Keroncongan!**" dengan **#KelezatanKayaRasa** yang khas di bulan Ramadan & **menyebutkan USP produk**.
5. **KOL mengajak audiens mencoba Sasa House Kari Jepang yang punya #KelezatanKayaRasa** otentik. Cocok untuk menu **Sahur, Berbuka, ataupun Lebaran**. KOL info bahwa produk tersedia di **minimarket, supermarket, dan e-commerce**.

MANDATORY GUIDELINES

Mandatory brand

1. **Menyebutkan USP Produk: Praktis, Harga Terjangkau, Halal, Rasa Karinya Otentik Banget dan Lezat.**
2. **Share resep menu** yang akan dibuat **sebelum proses shoot konten untuk approval** (menu yang dibuat harus berupa *main dish*)
3. Jelaskan dan tunjukkan cara memasak Sasa House Kari Jepang di video.
4. **Gunakan pakaian dengan warna utama brand**
5. **Pastikan kemasan terlihat jelas di kamera dan tidak menampilkan produk dari brand lain di dalam video.**
6. Saat review makanan bisa gunakan **ungkapan bahasa Jepang** seperti contohi; 'Umami banget!, 'Umai!', 'Sugoi!~ Enak banget guys!'
7. Informasikan bahwa Sasa House Kari Jepang bisa dibeli di **minimarket terdekat** (Alfamart, Indomaret), Supermarket, **dan e-commerce** (Tokopedia, Shopee, TikTok Shop/Shop | Tokopedia).
8. Berikan hashtag **#KelezatanKayaRasa** di **caption** dan mention/tag Instagram **@sasahouse.id** atau TikTok **@sasahouse_id**.

Mandatory message

#KelezatanKayaRasa Kari yang Otentik dari **Sasa House Kari Jepang** Jadi "**P3K!: Pertolongan Pertama Pas Keroncongan!**" di Bulan Ramadan Ini!

CTA

KOL mengajak audiens membuat kreasi menu kari dengan **#KelezatanKayaRasa** dari Sasa House Kari Jepang untuk **Sahur, Berbuka, dan Lebaran** dengan **beli** produknya di minimarket, supermarket, atau **e-commerce**.

KOL VIDEO STRUCTURE GUIDE

Mulai dengan **hook & tension** yang **related to Ramadan** dari masing-masing persona, contoh:

- (1) Butuh ide menu buka puasa
- (2) Kreasi menu yang praktis cocok buat Sahur
- (3) Kreasi menu yang gak itu-itu mulu, cocok banget untuk lebaran.

KOL punya **solusinya** yaitu **Sasa House Kari Jepang** yang praktis, rasa karinya otentik, dan bisa dikreasikan jadi apa saja.

KOL menunjukkan menu yang akan dibuat dan **cara masakannya menggunakan Sasa House Kari Jepang, serta menyebutkan USP produk.**

KOL mengajak audiens membuat kreasi menu kari dengan **#KelezatanKayaRasa** dari Sasa House Kari Jepang untuk Sahur, Berbuka, dan Lebaran dengan beli produknya di minimarket, supermarket, atau *e-commerce*.

KOL me-review **#KelezatanKayaRasa** dari kreasi menu yang dibuat dengan Sasa House Kari Jepang, **serta menyebutkan USP produk.**

CONTENT EXAMPLES



EXAMPLE #1



EXAMPLE #2

Saat pembuatan video, KOL wajib menggunakan pakaian dengan unsur warna berikut:



Apabila ada **subtitle** dalam video, mohon gunakan **warna** netral atau **bisa digabung dengan warna brand: Merah & Putih/Cokelat-Gold & Putih**