P R O M O S I

ROYAL MOCHI

UMKM





Nur Khasanah



Latar Belakang

a. Potensi UMKM Lokal:
UMKM merupakan pilar penting ekonomi daerah yang kaya akan ragam produk unggulan, salah satunya kuliner unik seperti Royal Mochi di Wates, Kulon Progo.

b. Tantangan Pemasaran:
Banyak usaha lokal berkualitas yang belum menjangkau pasar lebih luas karena keterbatasan media
promosi digital yang kreatif dan interaktif.

c. Peluang Media Sosial:
Tren konsumsi konten visual (seperti reels dan tiktok) menjadi sarana paling efektif untuk mengenalkan produk lokal kepada generasi muda.

d. Solusi Visual:
Pembuatan video promosi berbasis storyboard yang menarik, memadukan daya tarik produk, kearifan lokal, dan narasi yang ramah penonton.



IDENTITAS
PROYEK

SPESIFIKASI VIDEO

Durasi : 1 menit 28 detik
Format file : MP4
Resolusi : 1080 HD
Rasio : 9:16 potrait



DATA PROGRAM

Nama : Nur Khasanah
Kelas : XII DKV
Judul Proyek: Video Promosi Digital Royal Mochi
Jenis Produk: Makanan
Client/Objek: Royal Mochi

TUJUAN & KONSEP

TUJUAN

1. **Meningkatkan Awareness:**
Memperkenalkan brand Royal Mochi Wates ke masyarakat luas.

2. **Menampilkan Keunikan:**
Menonjolkan ragam varian mochi dan pengalaman unik makan di pinggir rel kereta.

3. **Promosi Digital:**
Menjangkau anak muda via konten video reels/short yang interaktif

KONSEP

1.Gaya:
Vlog review & street interview yang santai dan ramah.

2.Alur Ringkas:
Transisi sekolah ke lokasi penjualan, Wawancara varian rasa, sensasi makan mochi , dan Call to Action (Jam buka & lokasi)

Target Audience

1.**Pecinta Kuliner Manis & Trend.**

2. **Segmentasi Usia**: usia 7 – 30 tahun
3. **Karakteristik konsumen**: Menyukai tekstur kenyal, mencari variasi rasa baru, dan mengutamakan visual produk yang menarik.
4. **Segmentasi Pasar**: Pelajar, mahasiswa, karyawan, serta keluarga yang mencari camilan atau buah tangan.

PROSES PRODUKSI



PRA PRODUKSI

Melakukan riset kebutuhan klien (Royal Mochi), merancang konsep, menyusun storyboard dan shot list, serta menyiapkan alat.



PRODUKSI

Melakukan pengambilan gambar langsung di stan Royal Mochi meliputi street interview, product shot, dan lifestyle shot.

PASCA PRODUKSI

Melakukan perekaman voice over, editing visual dan audio, penyesuaian warna (color grading), hingga revisi akhir.

STORYBOARD



SCENE 1 :TRANSISI DARI
SEKOLAHAN KE LOKASI PENJUALAN

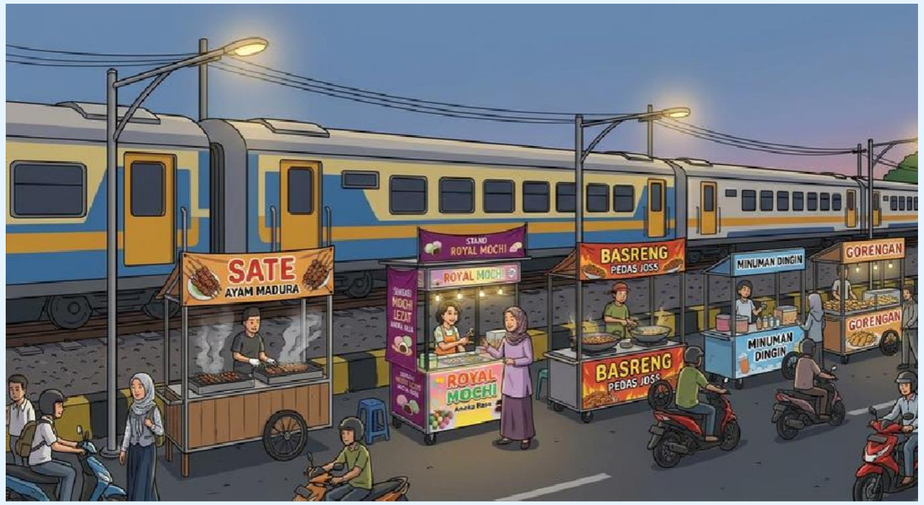
a.keterangan :transisi sederhana dari sekolahan ke lokasi penjualan

b.backsound :Neu Roses (Transgressor’s Song) – Daniel Caesar

c.voice over :-

d.durasi :5 detik

STORYBOARD



SCENE 2 :MENUNJUKKAN LETAK
STAND UMKM

a.keterangan :Menyampaikan kepada penonton bahwa ada spot jajanan dipinggir jalan bernama “Royal Mochi”
b.backsound :Milky – Just The Way You Are
c.voice over : permulaan menggunakan kata-kata “mantan emang bisa ngecewain, tapi kalau makanan yang satu ini enggak”.lalu dilanjutkan “siapa lagi kalau bukan Royal Mochi yang letaknya di Jalan Baru Kemiri, Wates, Kulon Progo”.
d.durasi :15 detik

STORYBOARD



SCENE 3 :MENGENALKAN MACAM
VARIANT YANG ADA

a.keterangan :si pembeli menanyakan variant yang ada lalu si penjual akan menyebutkannya.
b.backsound :Milky – Just The Way You Are
c.voice over : “variant mochinya itu ada apa aja sih kak?”. lalu si penjual menjawab “kita ada variant oreo,stroberi,coklat,....”
d.durasi :20 detik

STORYBOARD



SCENE 4 :MEMPERLIHATKAN
TEKSTUR YANG KENYAL DAN LEMBUT

a.keterangan :si pembeli mengambil salah satu variant dan memakannya

b.backsound :Milky – Just The Way You Are

c.voice over : “wah banyak banget ya variant-nya, teksturnya kenyal dan lembut bikin kenyang! apalagi makannya sambil liat kereta.”

d.durasi :10 detik

STORYBOARD



SCENE 5 :MEMBERIKAN KALIMAT
PERSUASIF KEPADA PENONTON

a.keterangan :si pembeli dan penjual mengajak para penonton untuk mencoba mochi
b.backsound :Milky – Just The Way You Are
c.voice over : “Royal Mochi buka pukul 4 sore sampai pukul 9 malam.yakin mau dilewatin gitu aja? yuk dicoba”.
d.durasi :15 detik

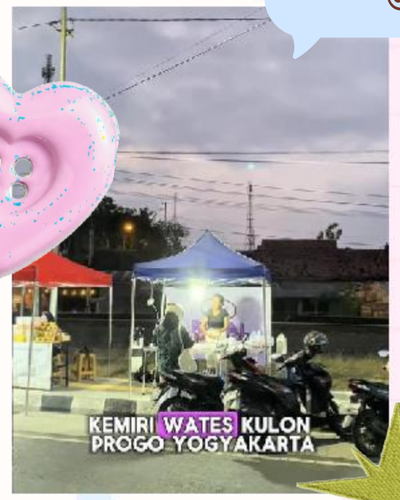
KESIMPULAN

HASIL PROYEK

1. Media Promosi Komutatif: Berhasil menghasilkan video promosi berdurasi 1 menit 28 detik berformat 9:16 yang siap diunggah ke media sosial (Reels/TikTok).

Branding UMKM Optimal: Efektif menampilkan ragam varian rasa Royal Mochi serta daya tarik lokasi jualan di Kemiri Wates.

@mochi_kulonprogo



TERIMAKASIH

"Setiap porsi yang retak oleh perjuangan hari ini, akan menjelma menjadi fondasi kesuksesan yang kokoh di masa depan."





@mochi_kulonprogo

