SMK NEGERI 1 PENGASIH

FRIZKA NADIA M

# PRESENTASI

# PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM LOKAL

UJI KOMPETENSI KEAHLIAN




# LATAR BELAKANG

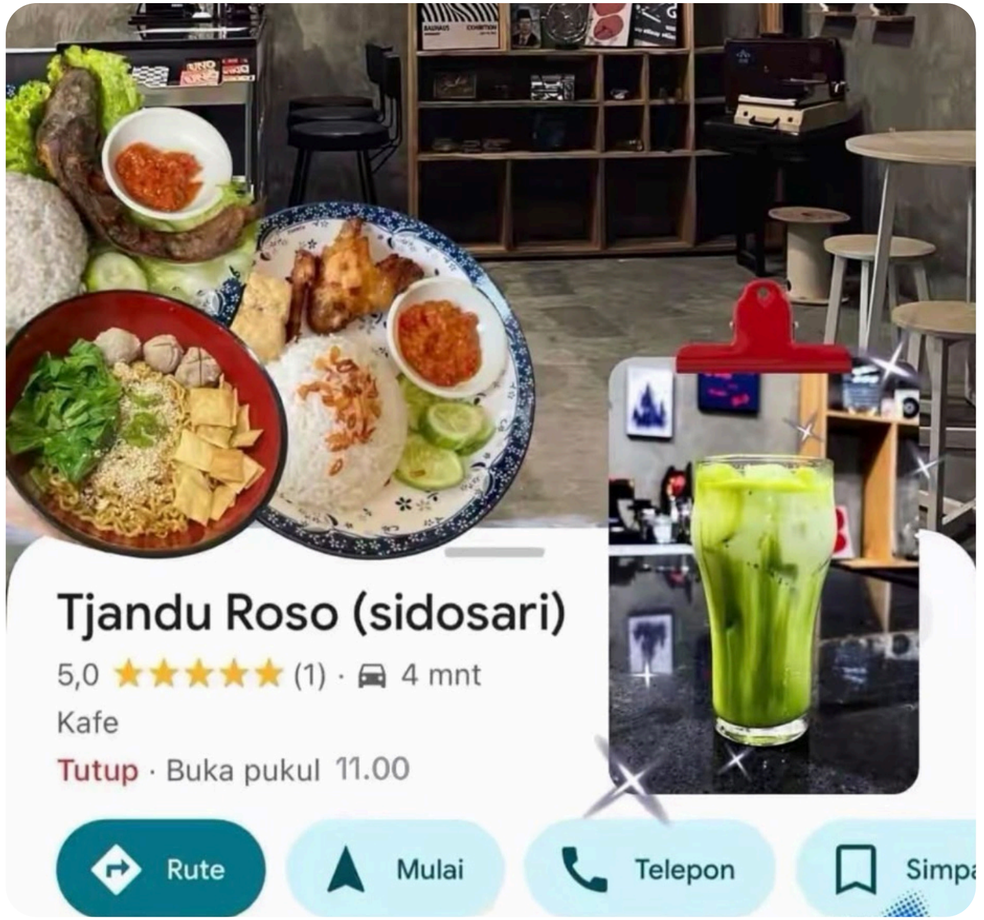
## PROMOSI PRODUK UMKM CAFE “TJANDU ROSO”

Di era digital, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sarana efektif untuk mempromosikan suatu usaha. Café Tjandu Roso membutuhkan media promosi yang menarik agar lebih dikenal masyarakat.

Melalui video promosi, keindahan tempat, suasana café, menu makanan dan minuman dapat diperkenalkan kepada calon pengunjung.

# POTENSI PROMOSI DIGITAL

- Instagram Reels dan TikTok dapat membantu memperkenalkan café kepada masyarakat luas.
- Video menarik dapat meningkatkan minat calon pengunjung.
- Menampilkan suasana, menu, dan fasilitas café dapat memberikan gambaran kepada calon pelanggan.
- Promosi digital membantu meningkatkan popularitas dan daya tarik Café Tjandu Roso






# IDENTITAS PROYEK

Nama : Frizka Nadia Maharani

Kelas: XII DKV

Judul Proyek: Video Promosi Café Tjandu Roso

Jenis Produk: Video Promosi

Klien: UMKM Café Tjandu Roso

Target Audiens: Usia 15–35 tahun

Durasi: 1 menit 8 detik

Format: Vertikal 9:16 (1080 × 1920 piksel)

Software: CapCut

FRIZKA NADIA M

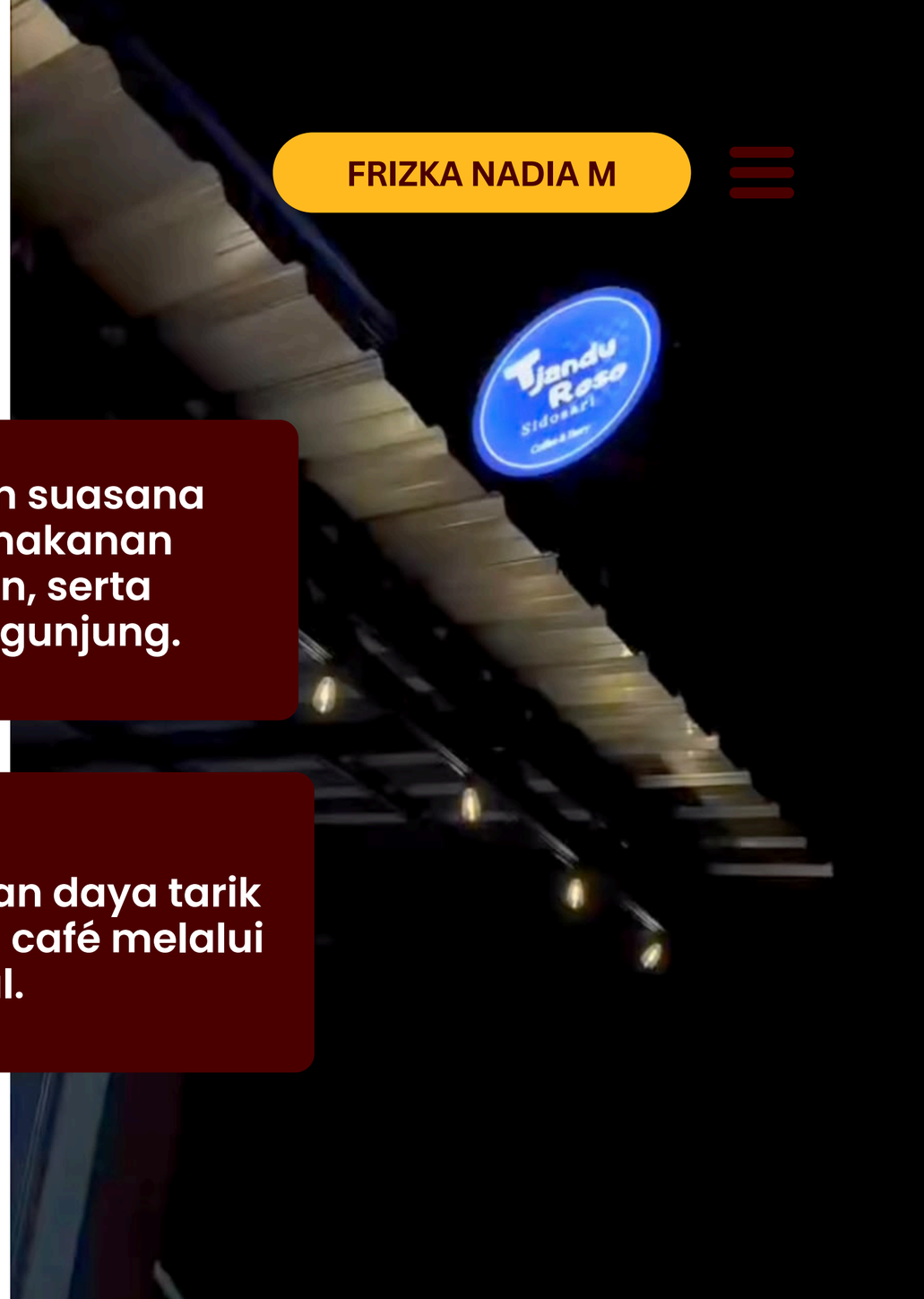
# TUJUAN

01. Memperkenalkan Café Tiandu Roso kepada masyarakat.

02. Menampilkan suasana café, menu makanan dan minuman, serta aktivitas pengunjung.

03. Menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

04. Membantu meningkatkan daya tarik dan promosi café melalui media digital.





# KONSEP KREATIF

- Video menggunakan konsep modern, estetik, natural, dan dinamis dengan sentuhan klasik atau vintage.

Unsur Kreatif:

- Warna: Cokelat, krem, dan warna hangat.
- Visual: Menampilkan interior, makanan, minuman, dan aktivitas pengunjung.
- Pengambilan gambar: Wide shot, medium shot, dan close-up.
- Audio: Musik upbeat, voice-over, dan ambience café.
- Editing: Cutting rapi, transisi halus, zoom ringan, dan penyesuaian warna.
- Konsep ini bertujuan menciptakan kesan nyaman, hangat, santai, dan menyenangkan.

# TARGET AUDIENS



- Remaja dan pelajar.
- Mahasiswa.
- Keluarga.
- Masyarakat umum.
- Usia sekitar 15–35 tahun.



# PERENCANAAN PRODUKSI

A. Pra-produksi

- Menentukan ide dan konsep video.
- Membuat storyboard.
- Menyiapkan alat dan aset.
- Menentukan lokasi pengambilan gambar.

B. Produksi

- Mengambil gambar interior dan eksterior café.
- Merekam menu makanan dan minuman.
- Mendokumentasikan aktivitas pengunjung.
- Merekam voice-over dan audio pendukung.



# PERENCANAAN PRODUKSI

C. Pascaproduksi

- Mengedit video menggunakan CapCut.
- Menambahkan musik, voice-over, dan sound effect.
- Mengatur warna dan transisi.
- Melakukan review serta revisi.
- Mengekspor video final.

- Hasil Akhir: Video promosi berdurasi 1 menit 8 detik dengan format MP4 dan resolusi 1080 × 1920 piksel.

# KESIMPULAN

Pembuatan video promosi Café Tjandu Roso telah berhasil diselesaikan sesuai perencanaan. Video ini menampilkan suasana café, menu makanan dan minuman, serta aktivitas pengunjung dengan konsep modern dan sentuhan vintage.

Melalui proyek ini, keterampilan dalam pengambilan gambar, pengaturan audio, penyuntingan video, dan penyampaian pesan visual dapat diterapkan.

Diharapkan video promosi ini dapat membantu memperkenalkan Café Tiandu Roso kepada masyarakat luas serta meningkatkan daya tarik pengunjung melalui media digital.

FRIZKA NADIA M

# WATCH VIDEO

https://www.tiktok.com/@on1yndia/video/7709392767956487445?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7709392871607272966



SMK NEGERI 1 PENGASIH

FRIZKA NADIA M

# SEKIAN

# TERIMA KASIH

SELESAI