PROPOSAL UJI KOMPETENSI KEAHLIAN
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PRODUK
MIE AYAM & BAKSO TEGAR

DISUSUN OLEH :

Nama	: Tegar Maulana
NIS	: 15433
Kelas	: XII
Kompetensi Keahlian	: Desain Komunikasi Visual

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SMK NEGERI 1 PENGASIH
TAHUN AJARAN 2026/2027

Jl. Kawijo 11, Pengasih, Kulon Progo, 55652, Telp. (0274) 773081, Fax. (0274) 774636
E-mail : smkn1pengasihkp@gmail.com Website : http://www.smk1pengasih.sch.id

LEMBAR PENGESAHAN
RENCANA PROJEK KERJA

Nama Sekolah : SMKN 1 PENGASIH
Bidang Keahlian : SENI DAN EKONOMI KREATIF
Program Keahlian : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

No Absen : 29
Nama Peserta : Tegar Maulana

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI UMKM "Mie Ayam & Bakso Tegar"
SMK NEGERI 1 PENGASIH

Mengetahui,
Guru Pembimbing

Meru Herlaut, S.Pd.

Pengasih, 11 November 2026
Penyusun,

Tegar Maulana

Mengesahkan,
Kepala Program Keahlian

Eko Sulistyobudi, S.T.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu merampungkan penyusunan proposal Uji Kompetensi Keahlian (UKK) yang berjudul "Produksi Video Promosi UMKM Mie Ayam & Bakso Tegar". Dokumen proposal ini disusun secara sistematis sebagai pedoman pelaksanaan ujian praktik kejuruan di SMKN 1 Pengasih untuk Tahun Ajaran 2026/2027.

Perancangan proposal dan proyek pembuatan video iklan ini merupakan bentuk implementasi nyata dari berbagai ilmu teori maupun praktik yang telah penulis pelajari di jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Seluruh rangkaian perencanaan ini mencakup penerapan teknik videografi, penataan cahaya, hingga penyusunan *storyboard*. Selain itu, dokumen ini juga diajukan sebagai kerangka acuan kerja guna memperoleh persetujuan dari pihak penguji, guru pembimbing, serta klien yang bersangkutan sebelum melangkah ke tahap produksi.

Penulis menyadari bahwa kelancaran penyelesaian proposal ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu Guru pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, kesabaran, serta evaluasi yang membangun. Segala dedikasi dan ilmu pengetahuan yang telah diajarkan selama ini sangatlah bermanfaat dan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam mengeksekusi proyek UKK ini secara maksimal.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan proposal ini masih memiliki ruang untuk perbaikan. Oleh sebab itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya di masa mendatang.

Penyusun,

Tegar Maulana

DAFTAR ISI

PROPOSAL UJI KOMPETENSI KEAHLIAN.....i
LEMBAR PENGESAHAN RENCANA PROJEK KERJA.....ii
KATA PENGANTAR.....iii
DAFTAR ISI.....iv
BAB I PENDAHULUAN.....1
A. IDENTITAS PROYEK.....**1**
B. LATAR BELAKANG.....**1**
A. IDENTIFIKASI KEBUTUHAN STAKEHOLDER.....**3**
B. TARGET USER/AUDIENS.....**4**
C. ARAHAN KREATIF.....**4**
D. RENCANA PRODUKSI ASET MULTIMEDIA.....**6**
E. TEKNOLOGI DAN SOFTWARE.....**7**
F. METODE INTEGRASI MULTIMEDIA.....**7**
G. REVIEW DAN REVISI.....**8**
H. SPESIFIKASI PRODUK AKHIR.....**8**
I. JADWAL KEGIATAN.....**9**
BAB III PENUTUP.....10
Lampiran 1.....11
Lampiran 2.....14
Lampiran 3.....15
Lampiran 4.....16

BAB I
PENDAHULUAN

A. IDENTITAS PROYEK

Nama Peserta	: Tegar Maulana
Kelas	: XII DKV
Konsentrasi Keahlian	: Desain Komunikasi Visual
Judul Proyek	: Video Promosi Produk UMKM
Stakeholder/Klien	: Penjual Mie Ayam
Jenis Produk	: Video Promosi
Durasi Video	: 2 menit 45 detik
Format Video	: MP4
Rasio	: 16:9

B. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat, khususnya di sektor kuliner jalanan (*street food*). Namun, di tengah pesatnya perkembangan era digital dan tingginya persaingan antarpedagang kuliner, banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode promosi konvensional sehingga jangkauan pasarnya terbatas.. Untuk bertahan dan menarik minat konsumen modern, pelaku UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran digital yang mampu menampilkan keunggulan produk secara visual dan persuasif.

Salah satu pelaku usaha kuliner yang membutuhkan promosi tersebut adalah Mie Ayam & Bakso Tegar, sebuah UMKM kuliner malam yang berlokasi strategis di area depan Stasiun Wates, Kulon Progo. Usaha ini memiliki daya tarik utama pada cita rasa kuah kaldu yang gurih/asin khas, tekstur hidangan yang menggugah selera, serta harga yang ramah di kantong bagi berbagai kalangan, mulai dari pelajar, pekerja, hingga penumpang kereta api. Meskipun memiliki potensi pasar yang besar di kawasan stasiun, belum tersedianya materi promosi visual yang profesional membuat identitas dan keunggulan produknya belum terkomunikasikan secara maksimal kepada calon pelanggan yang melintas maupun pengguna media sosial.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, dirancanglah proyek pembuatan video promosi komersial sebagai media pemasaran utama yang akan dipublikasikan melalui platform media sosial seperti Instagram (Reels), TikTok, dan YouTube. Media video dipilih karena mampu menggabungkan elemen visual bergerak, tata cahaya malam hari yang sinematik, detail tekstur makanan, grafis informasi harga, serta tata suara yang realistis secara bersamaan. Dengan pemanfaatan video promosi di media sosial tersebut, diharapkan informasi mengenai cita rasa, harga, dan lokasi usaha Mie Ayam & Bakso Tegar dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif dan meningkatkan daya tarik pembelian.

BAB II
ISI

A. IDENTIFIKASI KEBUTUHAN STAKEHOLDER

1. Identitas Stakeholder

a. Nama : Mie Ayam & Bakso Tegar
b. Jenis usaha/lembaga : UMKM Kuliner / *Street Food*
c. Alamat : Area Depan Stasiun Wates, Kulon Progo

2. Kebutuhan Stakeholder

Pemilik usaha memerlukan sebuah konten video iklan yang terfokus untuk mengomunikasikan identitas rasa gurih/asin yang menjadi pembeda utama produk mereka, sekaligus menegaskan bahwa porsi makanan ini sangat ramah di kantong konsumen.

3. Permasalahan

Tantangan utama yang dihadapi oleh pihak UMKM adalah tingginya tingkat persaingan penjual kuliner di kawasan stasiun. Karenanya, dibutuhkan sebuah penekanan visual yang kuat dalam hal ini menyorot appetite appeal dari tekstur makanan dan kepulan uap panas di tengah suasana malam agar lapak mereka terlihat menonjol dan menarik perhatian orang yang berlalu lalang.

4. Tujuan Pembuatan Produk Proyek ini diinisiasi dengan sasaran:

a. Membangun brand awareness yang melekat terkait cita rasa gurih/asin khas dari sajian Mie Ayam & Bakso Tegar.

b. Mengedukasi calon pelanggan secara visual mengenai letak gerobak yang strategis di area Stasiun Wates beserta rincian harganya.

c. Menciptakan impresi *mouth-watering* (menggugah selera) melalui eksekusi *food videography.*

d. Menyediakan aset digital siap pakai bagi klien untuk keperluan kampanye pemasaran lintas platform.

B. TARGET USER/AUDIENS

Target pemirsa untuk kampanye visual ini mencakup:

1. **Usia** : 13-35 Tahun
2. **Jenis kelamin** : Laki-laki dan Perempuan
3. **Karakteristik** : Pelajar, mahasiswa, pekerja, hingga masyarakat umum yang rutin beraktivitas atau sekadar mencari hiburan/kuliner malam di sekitar area Stasiun Wates.
4. **Media yang digunakan** : Instagram, TikTok, dan YouTube.
5. **Kebutuhan informasi** : Visualisasi nyata dari porsi makanan, kejelasan harga, dan kepastian lokasi operasional.

Merujuk pada analisis lapangan, audiens modern merespons lebih optimal terhadap konten kuliner yang *to-the-point*, terlihat lezat secara kasat mata, dan informatif. Atas dasar tersebut, produksi video ini akan mengadopsi pendekatan cinematic commercial dengan penekanan pada pengambilan gambar jarak dekat *(macro shot)* serta tone pencahayaan malam.

C. ARAHAN KREATIF

1. Ide/Konsep

Gagasan utama berpusat pada penayangan *visual street food* malam hari yang estetik. Video akan didominasi oleh pergerakan kamera yang halus untuk menyorot detail proses peracikan bumbu dan penyajian kuah panas. Suasana temaram malam hari dimanfaatkan untuk memberikan efek dramatis pada kepulan uap makanan, sehingga pesan bahwa hidangan ini lezat dan gurih dapat langsung tersampaikan secara visual tanpa narasi lisan yang panjang.

2. Pesan Utama

"Nikmati sensasi gurihnya Mie Ayam & Bakso Tegar, kuliner malam yang lezat dan ramah di kantong, persis di depan Stasiun Wates."

3. Gaya Visual

Visual akan diarahkan pada mood sinematik dengan dominasi palet warna hangat. Pencahayaan mengombinasikan cahaya gerobak dengan lampu portabel tambahan untuk menciptakan kilauan pada tekstur makanan. Pengambilan gambar akan banyak bermain pada area *close-up* dengan sisipan efek gerak lambat *(slow motion),* sementara tipografi grafisnya mengadopsi gaya yang tebal dan bersih.

4. Gaya Audio

Mengandalkan musik latar instrumental bergenre modern dengan tempo yang mengikuti alur penyajian makanan. Audio diperkaya denga efek suara hiper-realis seperti gemuruh stasiun, denting alat makan, desis kaldu panas, dan suara menyeruput mie untuk membangun stimulasi lapar.

5. Media/Platform

Hasil akhir video dirancang agar optimal ditayangkan pada media sosial vertikal dan horizontal (Instagram, TikTok, dan YouTube).

6. Target Audiens

Remaja dan masyarakat usia produktif (13–35 tahun) peminat kuliner malam dengan anggaran ekonomis.

7. Alur Video

Membuka dengan potongan klip video yang cepat → Penjelasan identitas produk dengan selingan menunjukkan lokasi/usaha → Proses pembuatan Mie Ayam dan Bakso → Pilihan minuman → Menampilkan daftar menu dan harga → Menampilkan pelanggan yang sedang menikmati → Ditutup dengan menampilkan suasana tempat usaha.

D. RENCANA PRODUKSI ASET MULTIMEDIA

Produk akan menggunakan beberapa komponen multimedia sebagai berikut:

No.	Komponen	Rencana Penggunaan
1.	Video	Merekam *footage* proses penyajian dan suasana lapak malam hari.
2.	Foto	Memotret produk untuk kebutuhan *thumbnail* atau poster pelengkap.
3.	Grafis	Menyiapkan aset visual *lower third* dan transisi harga.
4.	Teks	Menyisipkan penanda lokasi dan *tagline* kampanye promosi.
5.	Animasi	Memberikan efek kemunculan objek (*pop-up*) pada teks harga.
6.	Voice Over	Memberikan pesan suara oleh pedagang dan pembuat video untuk menjelaskan.
7.	Musik	Mengatur ritme video menggunakan latar instrumen yang bersemangat.
8.	*Sound Effect*	Menambahkan lapisan audio realis agar lebih hidup.
9.	AI	Bermitra dalam mengeksplorasi referensi, palet warna, dan penyusunan draf naratif.

E. TEKNOLOGI DAN SOFTWARE

Teknologi yang digunakan dalam pembuatan produk:

No.	Teknologi/Software	Fungsi
1.	Kamera Mirrorless	Merekam *footage* resolusi tinggi dan *slow motion*.
2.	CapCut	Melakukan pemotongan adegan dan *motion tracking*. Menyelaraskan musik, menjernihkan SFX, dan *audio mixing*.
3.	Gemini AI	Menjadi *co-pilot* riset dan mematangkan struktur administrasi proyek.

Pemanfaatan AI

Kehadiran AI dimanfaatkan secara strategis sebagai mitra diskusi kreatif untuk mengeksplorasi ide, menyusun tabel storyboard, mencari referensi color grading khusus night shoot, dan membantu merumuskan tata bahasa proposal proyek. Seluruh hasil keluaran dari mesin AI tersebut selanjutnya saya kurasi, seleksi, dan modifikasi secara mandiri agar benar-benar presisi dengan visi lokal proyek ini.

F. METODE INTEGRASI MULTIMEDIA

Seluruh kepingan aset mentah mulai dari video kamera, grafis pendukung, teks animasi, musik latar, hingga efek suara akan dikompilasi pada timeline editor. AI mengambil peran khusus di fase pra-produksi (perencanaan ideasional). Sementara itu, eksekusi teknis penggabungan data multimedia secara keseluruhan akan digarap murni menggunakan kemampuan manual pada peranti lunak CapCut hingga mencapai tahap ekspor *(rendering)* akhir yang solid.

G. REVIEW DAN REVISI

Guna menjamin standar mutu karya, akan diberlakukan tahapan evaluasi berlapis yang mencakup:

1. **Pengecekan Visual** : Meninjau komposisi tiap frame, pacing potongan adegan, dan tingkat keterbacaan tipografi.
2. **Pengecekan Audio** : Memastikan musik pengiring dan efek suara (*SFX*) sinkron dengan pergerakan visual tanpa terdengar *overpower* (bocor/pecah).
3. **Validasi Klien** : Menyelenggarakan sesi penayangan draf kasar (*rough cut*) kepada pemilik Mie Ayam & Bakso Tegar guna menghimpun opini, masukan, maupun koreksi langsung dari lapangan.
4. **Penyempurnaan Akhir** : Menerapkan perbaikan teknis maupun substansial berdasarkan temuan internal dan catatan klien sebelum *file* diekspor menjadi format publikasi.

H. SPESIFIKASI PRODUK AKHIR

1. **Jenis produk** : Video Komersial
2. **Judul** : Iklan Mie Ayam & Bakso Tegar
3. **Durasi** : 2 menit 45 detik (165 Detik)
4. **Resolusi** : 1920x1080 (FHD)
5. **Rasio** : 16:9 (Landscape)
6. **Format** : MP4
7. **Audio** : Mono
8. **Platform publikasi** : Reels, TikTok, YouTube
9. **Produk pendukung** : Desain *Thumbnail* / Grafis Sosmed

I. JADWAL KEGIATAN

No.	Kegiatan	Waktu
1.	Identifikasi stakeholder dan user	2 September 2026
2.	Riset dan pengumpulan informasi	5 September 2026
3.	Penyusunan konsep dan storyboard	10 September 2026
4.	Pengambilan gambar	18 September 2026
5.	Pembuatan aset visual	23 September 2026
6.	Produksi audio	27 September 2026
7.	Editing dan integrasi	27 September 2026
8.	Review	12 November 2026
9.	Revisi	14 November 2026
10.	Finalisasi produk	16 November 2026

BAB III
PENUTUP

A. Kesimpulan

Proposal proyek ini disusun sebagai rencana pelaksanaan kegiatan Uji Kompetensi Keahlian (UKK) dalam menghasilkan produk multimedia berupa video promosi UMKM Mie Ayam & Bakso Tegar. Melalui proyek ini, penulis diharapkan mampu menerapkan kompetensi yang telah dipelajari dalam bidang Desain Komunikasi Visual, mulai dari riset, identifikasi kebutuhan stakeholder, penentuan target audiens, penyusunan arahan kreatif dan storyboard, pengambilan gambar, produksi aset visual dan audio, hingga proses editing dan integrasi multimedia. Video iklan yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi media promosi yang menarik dan informatif untuk memperkenalkan produk, keunggulan cita rasa gurih khas hidangan, proses penyajian hangat di malam hari, harga yang ramah di kantong, serta lokasi penjualan Mie Ayam & Bakso Tegar di area depan Stasiun Wates kepada masyarakat.

B. Saran

Dalam pelaksanaan proyek ini, diperlukan perencanaan dan persiapan yang matang agar setiap tahapan produksi dapat berjalan dengan baik. Pengambilan gambar dan penataan pencahayaan malam hari, pengolahan audio agar tetap jernih di tengah suasana sekitar stasiun, pemilihan elemen visual dan tipografi, serta proses penyuntingan perlu diperhatikan secara teliti agar menghasilkan video iklan yang berkualitas dan sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Selain itu, diperlukan kerja sama dan komunikasi yang baik dengan pihak pemilik UMKM Mie Ayam & Bakso Tegar pada tahap review dan revisi agar hasil akhir video sesuai dengan kebutuhan dan identitas usaha.

Lampiran 1

DOKUMENTASI KEGIATAN

Foto 1. Kegiatan Riset/Wawancara Stakeholder




Keterangan:

Melakukan wawancara dan diskusi bersama pemilik usaha kuliner (UMKM) untuk menggali informasi mendalam mengenai profil usaha, keunggulan produk, serta kebutuhan materi promosi yang akan dibuat.

Foto 2. Persiapan Produksi




Keterangan:

Melakukan pengecekan peralatan kamera (*setting* teknis) serta penataan produk makanan (mie ayam dan kerupuk) sebagai objek utama sebelum proses pengambilan gambar dimulai.

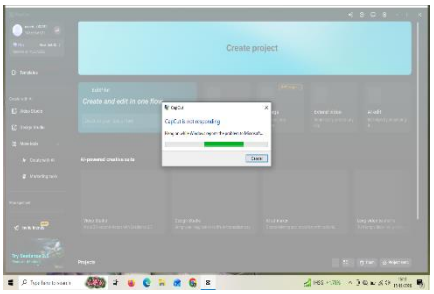
Foto 3. Proses Pengambilan Video/Foto

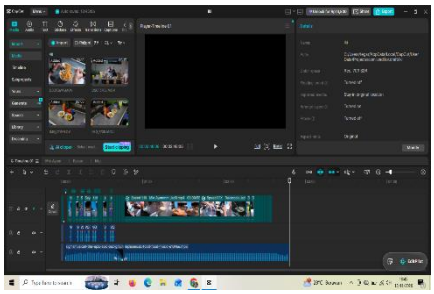



Keterangan:

Proses pengambilan gambar (*shooting*) produk minuman dan interaksi penjual secara langsung di lokasi usaha menggunakan kamera untuk mendapatkan visual yang menarik.

Foto 4. Proses Produksi/Editing





Keterangan:

Melakukan proses penyuntingan (*editing*) video menggunakan perangkat lunak *editing*, mulai dari pemotongan klip, penyusunan alur cerita (*timeline*), hingga penyesuaian audio.

Foto 5. Proses Review



Keterangan:

Melakukan peninjauan ulang (*review*) hasil akhir video pada laptop untuk memastikan kualitas visual, audio, dan kesesuaian pesan sebelum diserahkan kepada *stakeholder*.

Lampiran 2

STORYBOARD

Judul Video : Mie Ayam dan Bakso Tegar
Durasi : 2 menit 45 detik

Scene	Visual/Gambar	Audio/Dialog	Teks	Durasi
1.	Potongan video.	Musik pembukadengan sound effect suasana sekitar.	Nama usaha.	2 detik
2.	Tampilan penjual dengan *b-roll* tampilan lokasi/usaha.	*Voice Over* penjual yang memperkenalkan diri dan usaha, diiringi musik latar.	Penjelasan oleh penjual.	37 detik
3.	Tampilan penjual di tempat usaha.	*Voice Over* penawaran, diiringi musik latar.	Teks *subtitle*.	7 detik
4.	Proses pembuatan Mie Ayam dan Bakso.	*Voice Over* yang menjelaskan, diiringi musik latar.	Teks *subtitle.*	90 detik
5.	Proses membuat minuman.	*Voice Over* yang menjelaskan pilihan minuman, diiringi musik latar.	Teks *subtitle*.	2 detik
6.	Menampilkan makanan dan minuman yang siap saji serta menampilkan harga.	*Voice Over* yang menjelaskan daftar menu dan harga.	Teks *subtitle*.	4 detik
7.	Menampilkan pembeli yang sedang menikmati dan suasana tempat usaha.	*Voice Over* kalimat penutup, diiringi musik latar.	Teks *subtitle*.	12 detik

Lampiran 3

DAFTAR ASET YANG DIPRODUKSI

No.	Aset	Status	Keterangan
1	Video utama	☑	*Diproduksi sendiri (shooting lokasi usaha, proses pembuatan peyek, produk, aktivitas pemilik, dan A-roll).*
2	Foto	☐	*Tidak memproduksi foto sendiri, karena menggunakan AI.*
3	Grafis	☑	*Diproduksi sendiri (membuat layout logo, End card).*
4	Animasi/Motion	☑	*Diproduksi sendiri (membuat motion/transisi fade-in & fade-out).*
5	Voice Over	☑	*Diproduksi sendiri (direkam & diisi suara sendiri).*
6	Musik	☐	*Diambil dari Pixabay (Bukan diproduksi sendiri dari nol).*
7	Sound Effect	☐	*Tidak menggunakan sound effect dalam video.*
8	Aset AI	☑	*Diproduksi/Diolah dengan AI (Penyusunan & perbaikan narasi, Pengolahan Konsep, membantu proses review – revisi dan Animasi logo)*
9	Video final	☑	*Diproduksi sendiri (Hasil render gabungan seluruh elemen).*

Lampiran 4

BUKTI PEMANFAATAN TEKNOLOGI/AI

No.	Teknologi/AI	Digunakan Untuk	Hasil
1.	ChatGPT	Membantu menyusun naskah voice over video iklan	Menghasikan naskah voice eover yang lebih terstruktur, menarik, dan sesuai dengan alur video iklan.
2.	Gemini AI	Membantu membuat gambaran alur video dan menyusun storyboard.	Menghasilkan gambaran urutan adegan dan storyboard sebagai pandauan dalam proses produksi video iklan.