PROPOSAL
UJI KOMEPENSI KEAHLIAN
VIDIO PROMOSI PRODUK UMKM LOKAL
“ENDY STEAK”

Disusun oleh:

Nabila Salma Syafi’ah
15422/0099967744

PROGRAM KEAHLIAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SMKN 1 PENGASIH
JL.Kawijo No. 11, Pengasih, Kecamatan Pengasih,Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta

2026/2027

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Sekolah : SMK Negeri 1 Pengasih

Bidang Keahlian : Seni dan Ekonomi Kreatif

Program Keahlian : Desain Komunikasi Visual

No Absen : 18

Nama Peserta : Nabila Salma Syafi'ah

PEMBUATAN VIDEO UMKM LOKAL "ENDY STEAK"
SMK NEGERI 1 PENGASIH

Mengesahkan
Pembimbing Project

Hendri Ari Kus I, S.T.,M.Pd
NIP 19780318 200604 1 016

Pengasih, 2 November 2026
Peserta Uji

Nabila Salma Syafi'ah
NISN 0099967744

Mengesahkan Kepala Program Keahlian

Eko Sulistyobudi, S.T
NIP 19760518 200604 1 008

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal produksi video promosi untuk Endy Steak sebagai salah satu bagian dari pelaksanaan Uji Kompetensi Keahlian (UKK). Proposal ini disusun sebagai pedoman dalam merencanakan dan melaksanakan proses produksi, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.

Dalam proses penyusunan proposal dan produksi video ini, saya memperoleh berbagai pengalaman dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan di bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam perencanaan konsep, pengambilan gambar, penyusunan audio, editing, serta penyampaian pesan promosi melalui media video. Saya juga berusaha menyesuaikan konsep yang dibuat dengan kebutuhan dan arahan dari pihak Endy Steak agar hasil video dapat menyampaikan informasi mengenai brand sekaligus memperkenalkan menu yang ditawarkan.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan proposal dan pelaksanaan produksi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan arahan, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan proposal hingga produksi video ini berlangsung.

Semoga proposal dan hasil produksi video ini dapat memberikan manfaat serta menjadi pengalaman yang berharga bagi saya dalam mengembangkan keterampilan di bidang Desain Komunikasi Visual.

Pengasih, 2 November 2026

Nabila Salma Syafi'ah

DAFTAR ISI

PROPOSAL UJI KOMEPENSI KEAHLIAN VIDIO PROMOSI PRODUK UMKM LOKAL "ENDY STEAK" i

HALAMAN PENGESAHAN ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR GAMBAR vi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Tujuan Pembuatan Vidio Promosi 2

BAB II ISI PROPOSAL 3

A. IDENTITAS PROYEK 3

B. DESKRIPSI PEKERJAAN 3

1. Latar Belakang 3

2. Tujuan 4

C. IDENTIFIKASI KEBUTUHAN PROYEK 4

1. Ide Utama 4

2. Pesan yang Disampaikan 4

3. Target Audiens 5

D. ARAHAN KREATIF 5

E. PERENCANAAN PRODUKSI VISUAL 7

1. Aset Visual yang Dibutuhkan 7

2. Peralatan Produksi 7

3. Lokasi Produksi 8

F. PERENCANAAN AUDIO 8

1. Konsep Audio 8

2. Komponen Audio 8

G. STRATEGI PEMAMBILAN DAN PENGUMPULAN ASSET 9

1. Strategi Pencarian Asset **9**

2. Daftar Asset **9**

H. BASIS DATA PERANGKAT MULTIMEDIA 10

I. PERENCANAAN PRODUKSI VISUAL 10

J. STORYBOARD 11

K. PELAKSANAA PRODUKSI 16

L. REVIEW HASIL PRODUKSI 17

1. Review Visual 17

2. Review Audio 17
M. PENYELESAIAN MASALAH 18
N. OUTPUT DAN DISTRIBUSI 18
1. Spesifikasi Output 18
2. Media Distribusi 19
O. KONFIRMASI HASIL AKHIR 19
BAB III PENUTUP 20
A. Kesimpulan 20
B. Saran 20
DAFTAR PUSTAKA 21
LAMPIRAN 22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persiapan Alat 22
Gambar 2 Persiapan Lokasi.....22
Gambar 3 Pengambilan Gambar 22
Gambar 4 Perekaman Audio 22
Gambar 5 Proses Editing.....23
Gambar 6 Review Hasil 23
Gambar 7 Lampiran Storyboard.....24

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media sosial membuat video menjadi salah satu media yang banyak digunakan untuk menyampaikan informasi dan mempromosikan produk. Konten video yang menarik dan sesuai dengan karakter audiens dapat membantu sebuah usaha memperkenalkan identitas, produk, serta keunggulannya secara lebih mudah dan menarik. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens dalam waktu yang singkat.

Endy Steak merupakan usaha kuliner *steak* di Kulon Progo yang telah hadir sejak tahun 2012. Sebagai usaha kuliner yang telah lama hadir di wilayah Kulon Progo, Endy Steak memiliki karakter dan informasi mengenai *brand* yang perlu diperkenalkan kepada masyarakat, sekaligus memiliki berbagai pilihan menu yang dapat menjadi bagian dari materi promosi. Hal tersebut menjadi dasar dalam pembuatan media promosi yang dapat memperkenalkan Endy Steak sekaligus memberikan gambaran mengenai menu dan pengalaman menikmati makanan di tempat tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, saya membuat video promosi untuk Endy Steak sebagai bagian dari tugas Uji Kompetensi Keahlian (UKK) SMK Negeri 1 Pengasih. Video ini dirancang dengan pendekatan *food creator* yang natural, dinamis, dan *relatable*. Konsep video diawali dengan rasa penasaran mengenai adanya steak terjangkau di Kulon Progo, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan Endy Steak dan informasi mengenai *brand* sebelum masuk ke pengalaman mencoba menu. Pendekatan ini digunakan agar penyampaian informasi terasa lebih dekat dengan audiens dan tidak terlalu menyerupai iklan konvensional.

B. Tujuan Pembuatan Vidio Promosi

Video promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan Endy Steak kepada masyarakat, khususnya di wilayah Kulon Progo dan sekitarnya, serta meningkatkan *awareness* terhadap keberadaan dan identitas Endy Steak sebagai salah satu usaha kuliner steak yang telah hadir sejak tahun 2012. Video juga bertujuan untuk memberikan informasi mengenai pilihan menu yang ditawarkan dengan penyampaian yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Selain sebagai media promosi, pembuatan video ini bertujuan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dalam bidang Desain Komunikasi Visual, mulai dari perencanaan konsep, pengambilan *footage*, penyusunan audio, hingga proses *editing*. Melalui proyek ini, saya juga dapat mengembangkan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menyesuaikan kebutuhan client dan karakter media sosial.

BAB II
ISI PROPOSAL

A. IDENTITAS PROYEK

Nama Siswa	Nabila Salma Syafi'ah
Kelas	XII DKV
Judul Proyek	Video Promosi Digital Endy Steak
Jenis Produk	Produksi Promosi Produk Makanan
***Client*/Objek**	Endy Steak
Target Audiens	Remaja hingga dewasa muda (±15–35 tahun), khususnya pengguna Instagram/TikTok di Kulon Progo dan sekitarnya.
Durasi	1 menit 20 detik
Format/Ukuran	1080 × 1920 px / 9:16 *portrait*
***Software*/Peralatan**	Kamera (Canon), handphone, dan aplikasi editing (capcut)

B. DESKRIPSI PEKERJAAN

1. Latar Belakang

Endy Steak merupakan usaha kuliner steak di Kulon Progo yang telah hadir sejak tahun 2012. Berdasarkan arahan dari tim media Endy Steak, video promosi difokuskan pada pengenalan brand dan promosi menu dengan pendekatan *food creator* yang natural, dinamis, dan *relatable*. Konsep video dibangun melalui alur penemuan, mulai dari rasa penasaran mengenai adanya steak terjangkau di Kulon Progo, pengenalan Endy Steak, hingga pengalaman mencoba menu. Pendekatan ini digunakan agar informasi mengenai Endy Steak dapat disampaikan secara menarik dan sesuai dengan karakter konten media sosial.

2. Tujuan

a. Memperkenalkan keberadaan dan identitas Endy Steak kepada masyarakat di Kulon Progo dan sekitarnya.
b. Memperkenalkan menu Endy Steak melalui pendekatan *food review* yang natural dan menarik.
c. Mendorong audiens untuk mengenal serta tertarik mencoba Endy Steak.

C. IDENTIFIKASI KEBUTUHAN PROYEK

1. Ide Utama

"Ternyata ada ya?" Video dimulai dari sudut pandang personal tentang penemuan *steak* terjangkau di Kulon Progo. Rasa penasaran kemudian diarahkan pada pengenalan Endy Steak dan informasi bahwa Endy Steak telah hadir sejak tahun 2012. Setelah pengenalan singkat mengenai *brand*, video beralih ke pengalaman mencoba dan mengulas menu, kemudian ditutup dengan informasi lokasi serta ajakan untuk mampir.

2. Pesan yang Disampaikan

a. Ada pilihan steak dengan harga terjangkau di Pengasih, Kulon Progo.
b. Endy Steak telah hadir sejak tahun 2012 dan menjadi salah satu pelopor *steak* di Kulon Progo.
c. Endy *Steak* memiliki lokasi yang mudah diakses dan suasana tempat yang nyaman untuk menikmati makanan.
d. Menu yang disorot dalam video adalah *Beef Original Steak* dan *Rice Bowl.*
e. Beef Original Steak tersedia dengan pilihan saus *Barbeque*, *Mushroom*, dan *Black Pepper*.
f. Tersedia juga *Frappe* Coklat sebagai pilihan minuman untuk menemani makanan.

3. Target Audiens

Remaja dan dewasa muda berusia sekitar 15–35 tahun, terutama pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda, serta masyarakat Kulon Progo, Wates, dan sekitarnya yang aktif menggunakan TikTok dan Instagram dan tertarik pada rekomendasi kuliner dengan harga terjangkau.

D. ARAHAN KREATIF

Unsur	Arahan Kreatif
Gaya Visual	Menggunakan gaya *food creator/review* yang *casual*, natural, dinamis, dan *relatable*. Visual berfokus pada detail makanan, suasana tempat, serta pengalaman saat menikmati makanan.
Warna	Menggunakan warna yang natural dan hangat dengan tetap mempertahankan tampilan warna makanan agar terlihat realistis dan menggugah selera.
Tipografi/Teks	Menggunakan jenis huruf *sans-serif* yang modern, *bold*, sederhana, dan mudah dibaca. Teks digunakan sebagai penekanan pada informasi penting, seperti harga, nama menu, ekspresi, dan CTA.
Fotografi/ Videografi	Menggunakan format *vertikal* 9:16 dengan kombinasi *wide shot* untuk menunjukkan lokasi, *medium shot* untuk suasana dan aktivitas, serta *close-up* dan detail *shot* untuk menampilkan makanan. Pengambilan gambar juga memanfaatkan POV dan pergerakan tangan untuk memberikan kesan pengalaman makan yang lebih personal.

Editing	Menggunakan *cutting* yang mengikuti *beat* musik dan ritme narasi, *jump cut*, *transition* yang telah direkam, *zoom* atau *crop* seperlunya, serta teks *pop-up* sebagai penekanan visual. *Editing* dibuat dinamis tetapi tetap sederhana agar fokus utama tetap pada makanan dan informasi yang disampaikan.
Mood/Suasana	*Fun*, santai, hangat, membangun rasa penasaran, serta disertai sedikit unsur humor agar video terasa dekat dengan audiens.
Audio/Musik	Menggunakan BGM upbeat dengan karakter musik *food creator*. Volume musik disesuaikan saat voice over masuk, serta memanfaatkan ambience dan *natural sound* sebagai aksen untuk memperkuat suasana video.
Narasi/Dialog	Menggunakan *voice over* berbentuk monolog dengan gaya bahasa *conversational* dan informal. Narator tampil di dalam frame sebagai talent yang memperagakan aktivitas tanpa berbicara langsung ke kamera, sementara narasi disampaikan melalui *voice over*. Visual berfokus pada brand, tempat, makanan, dan aktivitas saat menikmati makanan.

E. PERENCANAAN PRODUKSI VISUAL

1. Aset Visual yang Dibutuhkan

Aset	Keterangan	Sumber/Status
Foto/Video Produk	*Beef Original Steak, Rice Bowl, Frappe* Coklat, saus, dan detail makanan.	Dokumentasi sendiri
Video Lokasi	Bangunan luar, papan nama/identitas Endy Steak, area depan, dan bagian interior yang digunakan.	Dokumentasi sendiri
Vidio Aktivitas	Aktivitas makan, tangan mengambil/menikmati makanan, serta aktivitas pendukung.	Dokumentasi sendiri
Logo/Identitas Brand	Logo Endy Steak yang diperoleh dari tim media Endy Steak.	Tim media Endy Steak
Ikon/Grafis	*Shape, highlight*, dan elemen grafis pendukung teks.	Dokumentasi sendiri

2. Peralatan Produksi

Dalam proses produksi video promosi Endy Steak, kamera digunakan untuk mengambil *footage* video berupa makanan, suasana tempat, dan bagian luar restoran. Ponsel digunakan sebagai alat pendukung untuk melihat *referensi* serta mengambil dokumentasi atau *footage* tambahan apabila diperlukan. Selanjutnya, laptop digunakan untuk proses *editing visual* dan audio menggunakan aplikasi Capcut.

3. Lokasi Produksi

Area usaha Endy Steak, Pengasih, Kulon Progo, meliputi bagian luar bangunan, papan nama atau identitas restoran, interior, dan area makan yang diizinkan untuk dokumentasi.

F. PERENCANAAN AUDIO

1. Konsep Audio

Audio menggunakan BGM *upbeat* dengan nuansa *creator-style* yang santai dan energik. *Voice over* digunakan sebagai pengarah cerita sekaligus penyampai informasi utama. *Ambience* dan *natural sound* digunakan sebagai aksen untuk memperkuat suasana dalam video. SFX digunakan pada bagian *transition*, kemunculan teks, serta momen tertentu untuk memberikan penekanan dan membuat video terasa lebih dinamis. Pada bagian *voice over*, volume BGM disesuaikan agar narasi tetap terdengar jelas.

2. Komponen Audio

Komponen	Kebutuhan
Musik	Ada – BGM instrumental bernuansa *upbeat* yang digunakan dari *library* musik CapCut sesuai ketentuan penggunaan/lisensi yang tersedia pada *track*.
Voice Over	Ada – narasi *conversational* yang direkam setelah *rough cut* untuk menyesuaikan dengan alur visual.
Dialog	Tidak ada dialog langsung; penyampaian informasi menggunakan monolog/*voice over*.
Sound Effect	Ada – *sound effect* pendukung seperti *whoosh*, *pop*, atau *click* digunakan seperlunya untuk

	transition, kemunculan teks, dan penekanan pada momen tertentu.
Ambience	Tidak ada – tidak menggunakan suara lingkungan secara khusus.
Musik	Ada – digunakan sebagai aksen untuk memperkuat suasana tempat dan aktivitas dalam video apabila tersedia.

G. STRATEGI PEMAMBILAN DAN PENGUMPULAN ASSET

1. Strategi Pencarian Asset

Asset visual utama diperoleh melalui dokumentasi langsung di lokasi Endy Steak, meliputi makanan, suasana tempat, identitas restoran, dan aktivitas yang mendukung kebutuhan video. Logo atau identitas *brand* diperoleh melalui tim media Endy Steak. Musik, *font*, dan *sound effect* tambahan dipilih dari *library* aplikasi *editing* dengan memperhatikan ketentuan penggunaan yang berlaku. Seluruh asset disesuaikan dengan konsep visual, kebutuhan narasi, dan format platform yang digunakan.

2. Daftar Asset

No	Nama Asset	Sumber	Sumber/Status
1.	*Footage* Endy Steak	Vidio	Dokumentasi sendiri
2.	Logo Endy Steak	Logo/identitas brand	Tim media Endy Steak
3.	BGM	Audio	*Library* CapCut / sesuai ketentuan penggunaan
4.	*Voice over*	Audio	Rekaman sendiri
5.	*Sound effect*	Audio	*Library* CapCut / *asset*

			editing
6.	Font	Tipografi	*Font* tersedia pada aplikasi / sesuai ketentuan penggunaan

H. BASIS DATA PERANGKAT MULTIMEDIA

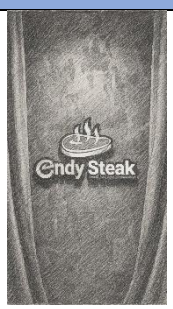
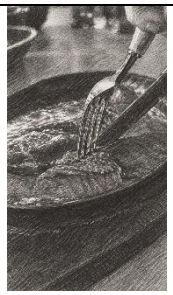
No	Perangkat/ Software	Spesifikasi	Fungsi
1.	Kamera	Video *portrait* 9:16	Mengambil *footage* video
2.	Ponsel	Kamera dan dokumentasi tambahan	Mengambil footage tambahan serta melihat referensi
3.	Laptop	Perangkat pengolahan dan editing	Melakukan editing visual dan audio
4.	Capcut	Aplikasi editing video	Editing video, audio, teks, transisi, dan penyesuaian warna

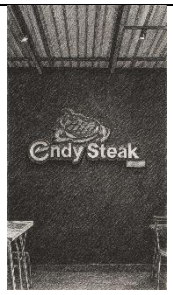
I. PERENCANAAN PRODUKSI VISUAL

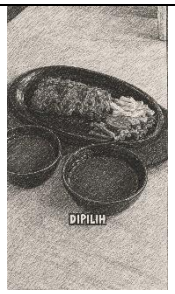
Tahap	Kegiatan	Konsep
Pra-produksi	Riset, identifikasi kebutuhan *client*, dan penentuan konsep berdasarkan *brief client.*	*Storyboard*
Pra-produksi	Menyusun *storyboard* dan *shot list*.	Peralatan/asset siap
Pra-produksi	Menyiapkan peralatan dan asset yang dibutuhkan.	*Footage*
Produksi	Pengambilan footage lokasi, interior, makanan, dan aktivitas makan.	*Rough cut*
Pasca-produksi	Menyusun *rough cut* dan memilih *footage* terbaik.	Audio VO

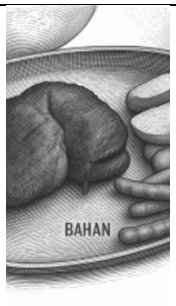
Pasca-produksi	Menulis dan merekam *voice over* setelah *rough cut.*	Video final
Pasca-produksi	*Editing visual*, BGM, SFX, teks, *color adjustment*, dan sinkronisasi audio.	Catatan revisi
Review	Pemeriksaan visual, audio, teks, durasi, dan CTA.	Produk final
Revisi	Melakukan perbaikan berdasarkan hasil *review*.	Konsep

J. STORYBOARD

No	Gambar	Deskripsi Visual	Audio/Dialog	Durasi
1.		Menampilkan intro logo Endy Steak dengan animasi tirai yang terbuka secara perlahan, kemudian logo muncul di tengah layar sebagai pembuka video.	SFX suara *whoosh* saat tirai terbuka, diikuti efek suara lembut saat logo muncul.	0-4 detik
2.		Menampilkan *close-up Beef Original* dengan pengambilan gambar detail pada *steak* dan makanan sebagai *opening*.	"Ternyata ada ya, steak terjangkau di Kulon Progo.	4-7 detik

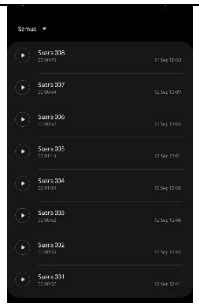
3.		Menampilkan bagian depan restoran atau papan nama Endy Steak.	"Namanya Endy Steak."	7-15 detik
4.		Menampilkan tampilan restoran dengan menyampaikan identitas Endy Steak secara lebih jelas.	"Dan ternyata tempat ini udah ada dari tahun 2012. Berarti udah cukup lama juga ya."	15-21 detik
5.		Menampilkan suasana dan bagian dalam area restoran.	"Bahkan Endy Steak bisa dibilang salah satu pelopor restoran steak di Kulon Progo."	21-27 detik
6.		Menampilkan suasana restoran dan area makan sebagai gambaran tempat.	"Dan sampai sekarang, tempat ini masih bisa jadi pilihan buat yang pengen makan *steak* dengan harga yang lebih ramah di kantong."	27-30 detik

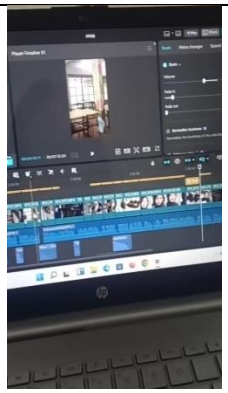
7.		Menampilkan seorang staf mengantarkan dan meletakkan makanan di meja.	"Nah, sekalian lihat yang ditawarin."	30-38 detik
8.		Menampilkan *Beef Original* melalui beberapa *close-up*, termasuk detail *steak* dan saus yang disajikan.	"*Best seller*-nya di sini ada *Beef Original*. Dan ini tuh dagingnya ngedaging banget?! Apalagi sausnya bisa pilih lagi? Ada *Mushroom, Black Pepper*, sama *Barbeque*!"	38-47 detik
9.		Menampilkan detail *Beef Original* dan *footage* saat menikmati makanan.	"Kalo liat yang enak begini, wah ketok harga pasti ini. Tapi ternyata enggak dong?! Harganya mulai dari 20 ribuan, sementara *Beef Original* yang ini 30 ribu."	47-52 detik

10.		Menampilkan *close-up Beef Original* dan aktivitas saat menikmati makanan.	"Dan menurut gue, *worth it* buat harga segini. Oh iya, kalian nggak usah *concern* soal bahan ya, karna di sini udah *no pork no lard*."	52-58 detik
11.		Menampilkan *Rice Bowl* melalui transisi yang sedang menjadi tren.	"Jangankan beef steak... *Rice Bowl* aja gue GASS!"	58-63 detik
12.		Menampikan *close-up* tampilan *rice bowl* ketika menuang saus diatasnya.	"Ini cocok sih buat yang lagi pengen makan yang simpel tapi tetap ngenyangin."	63-66 detik
13.		Menampilkan *Frappe Coklat* sebagai minuman pendamping makanan.	"Terus buat nemenin makannya, sekalian ada *Frappe Coklat*."	66-69 detik

14.		Menampilkan bagian luar Endy Steak sebagai pengantar menuju informasi lokasi.	“Kalau kalian penasaran sama tempatnya, gampang banget dicari.”	69-74 detik
15.		Menampilkan tampilan depan dan identitas Endy Steak yang memperlihatkan lokasi restoran.	“Ini di Endy Steak, Jalan Pengasih, Kecamatan Pengasih, Kabupaten Kulon Progo, persis di depan SMP 1 Pengasih.”	74-78 detik
16.		Menampilkan penutup dengan visual promosi endy steak atau Poster promosi	“Udah, daripada penasaran... cobain sendiri.”	78-80 detik

K. PELAKSANAA PRODUKSI

No	Kegiatan	Foto	Keterangan
1.	Persiapan alat		Menyiapkan kamera/HP, *clip-on*, dan laptop.
2.	Persiapan lokasi		Menentukan titik pengambilan *footage* yang diizinkan.
3.	Pengambilan gambar		*Exterior*, papan nama, interior, kasir, makanan, dan aktivitas makan.
4.	Perekaman audio		Merekam *voice over* setelah *rough cut.*

5.	Proses *editing*		*Footage*, teks, *transition*, BGM, dan SFX di CapCut.
6.	*Riview* hasil		Memeriksa visual, audio, teks, durasi, dan CTA.

L. REVIEW HASIL PRODUKSI

1. Review Visual

Visual diperiksa agar sesuai dengan konsep *food creator* yang natural dan dinamis. Fokus pemeriksaan meliputi kualitas detail makanan, kesinambungan transisi, keterbacaan informasi, serta keseimbangan antara *footage* lokasi dan *footage* menu.

2. Review Audio

Audio diperiksa dari sisi kejernihan *voice over*, keseimbangan volume BGM dengan narasi, *ambience*, dan *sound effect*. Volume BGM disesuaikan agar tidak menutupi *voice over* dan informasi yang disampaikan tetap terdengar jelas.

M. PENYELESAIAN MASALAH

No	Masalah/Kendala	Penyelesaian
1.	Area dapur tidak dapat direkam saat produksi.	Mengubah konsep visual agar tidak bergantung pada *footage* dapur, dengan fokus pada *exterior*, interior, kasir, makanan, dan pengalaman makan.
2.	*Footage sizzling* tidak menjadi *close-up* utama.	Menggunakannya sebagai B-roll apabila masih sesuai dan mengutamakan footage makanan yang lebih kuat.
3.	*Voice over* belum direkam saat pengambilan gambar.	Membuat *rough cut* terlebih dahulu, kemudian menyesuaikan naskah dan merekam *voice over* berdasarkan *footage final*.
4.	Kondisi *footage* tidak seluruhnya sama dengan *storyboard* awal.	Menyesuaikan urutan *shot* dan durasi pada tahap *editing* tanpa mengubah pesan utama.

N. OUTPUT DAN DISTRIBUSI

1. Spesifikasi Output

Komponen	Keterangan
Format file	MP4
Resolusi	1080p
Rasio	9:60 *Potratit*
Durasi	60-90 detik
Ukuran file	45,7 MB
Nama file	UKK_DKV_EndySteak_NabilaSalma.mp4

2. Media Distribusi

Video promosi digital Endy Steak didistribusikan melalui TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts, dan WhatsApp Story. Pemilihan media tersebut disesuaikan dengan format video portrait (9:16) serta karakteristik audiens yang aktif menggunakan media sosial.

O. KONFIRMASI HASIL AKHIR

Konfirmasi	Hasil Pemeriksaan
Visual sesuai konsep	✓
Audio jelas	✓
Tidak ada bagian yang tidak diperlukan	✓
Teks sudah diperiksa	✓
Durasi sesuai	✓
Format file sesuai	✓
Resolusi sesuai	✓
Asset memiliki sumber/izin penggunaan yang sesuai	✓
Storyboard dilampirkan	✓
Foto kegiatan dilampirkan	✓

BAB III
PENUTUP

A. Kesimpulan

Pelaksanaan proyek produksi video promosi digital Endy Steak telah dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Proyek ini menghasilkan video promosi dalam format *portrait* 9:16 yang menggabungkan pengenalan Endy Steak, informasi mengenai menu, harga, serta lokasi dengan pendekatan *food creator* yang natural, dinamis, dan sesuai dengan karakter media sosial.

Selama proses produksi, terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pengambilan gambar di area dapur dan adanya perbedaan antara kondisi *footage* dengan perencanaan awal. Kendala tersebut dapat diatasi dengan menyesuaikan konsep visual, urutan *footage*, serta proses *editing* tanpa mengubah pesan utama yang ingin disampaikan.

Melalui proyek ini, penulis memperoleh pengalaman dalam menerapkan tahapan produksi karya desain komunikasi visual, mulai dari memahami kebutuhan *client*, merancang konsep, melakukan pengambilan gambar, merekam *voice over*, hingga melakukan *editing* dan evaluasi. Hasil akhir proyek diharapkan dapat menjadi media promosi yang informatif dan menarik untuk memperkenalkan Endy Steak kepada audiens melalui media sosial.

B. Saran

Dalam pelaksanaan proyek selanjutnya, persiapan pra-produksi perlu lebih matang, terutama dalam penyusunan *shot list* dan kebutuhan *footage*. Pengambilan gambar juga perlu lebih beragam serta pengaturan waktu produksi dan *editing* lebih efektif agar hasil video promosi semakin maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- CapCut. (2026). *CapCut: Video Editor*. Diakses pada 30 September 2026.
- Endy Steak Kulon Progo. (2026). *Informasi dan dokumentasi Endy Steak Kulon Progo*. Kulon Progo.
- Instagram. (2026). *Instagram Reels*. Diakses pada 30 September 2026.
- TikTok. (2026). *TikTok*. Diakses pada 30 September 2026.
- YouTube. (2026). *YouTube Shorts*. Diakses pada 30 September 2026.

LAMPIRAN

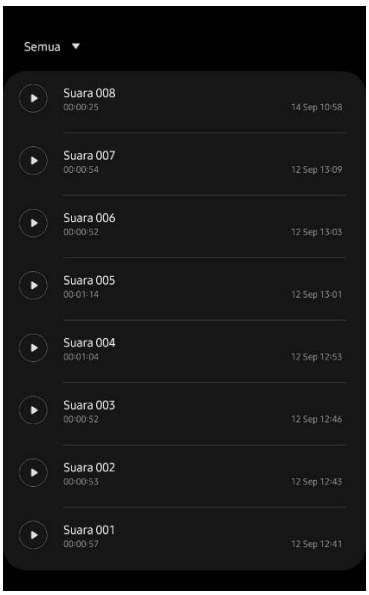
FOTO 1	FOTO 2
	
Gambar 1 Persiapan Alat	*Gambar 2 Persiapan Lokasi*
FOTO 3	**FOTO 4**
	
Gambar 3 Pengambilan Gambar	*Gambar 4 Perekaman Audio*

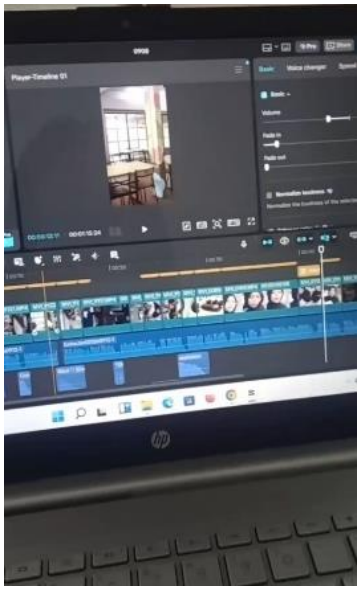
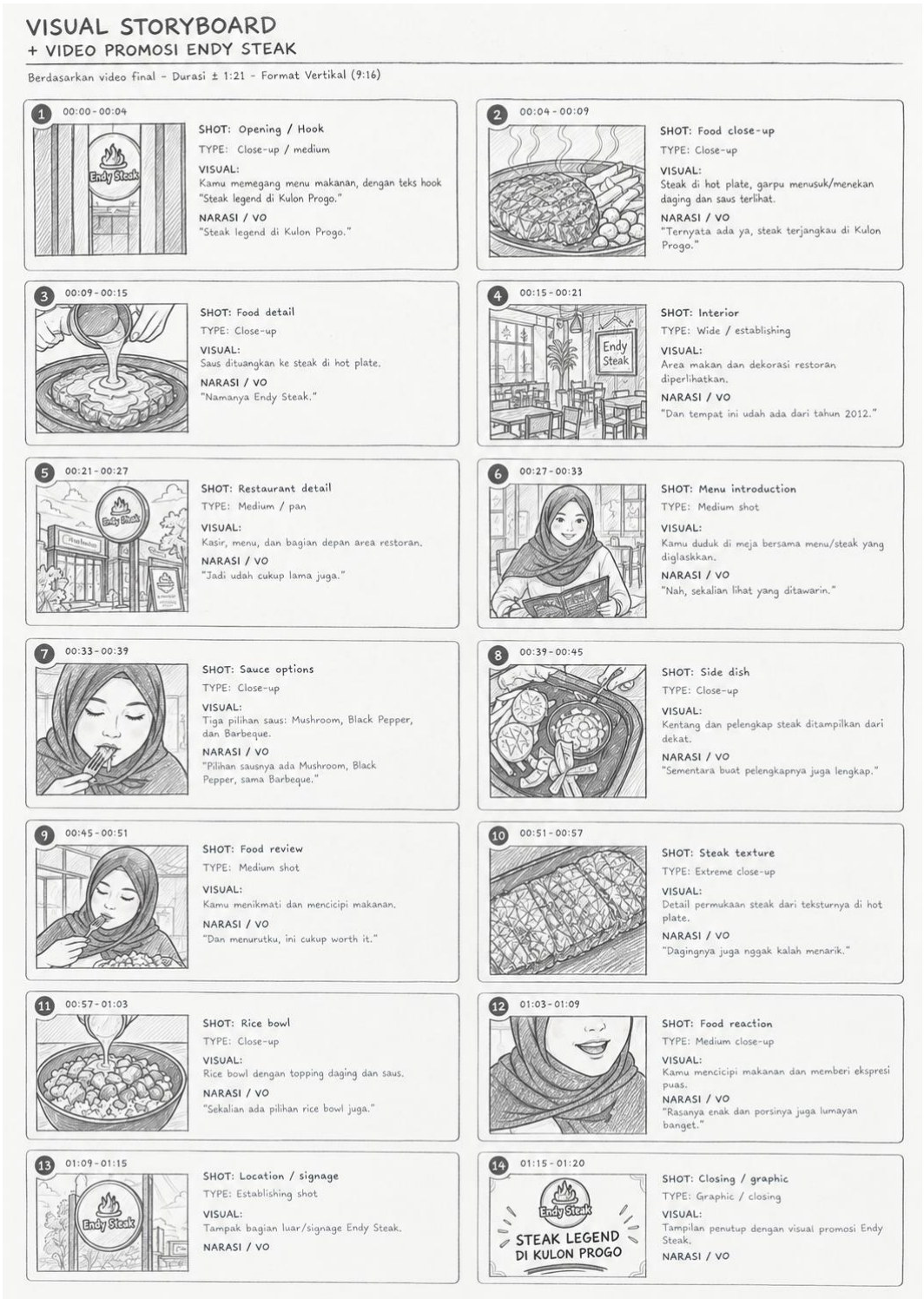
FOTO 5	FOTO 6
	
Gambar 5 Proses Editing	*Gambar 6 Review Hasil*

FOTO 7



Gambar 7 Lampiran Storyboard