PROPOSAL
UJI KOMPETENSI KEAHLIAN
VIDEO PROMOSI UMKM LOKAL
“ROYAL MOCHI”

Disusun oleh:

Nur Khasanah
15425/0097045159

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 :21
Nama Peserta :Nur Khasanah

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI UMKM LOKAL "ROYAL MOCHI"

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

Nur Khasanah
NISN 0097045159

Mengesahkan
Kepala Program Keahlian

Eko Sulistyobudi.S.T
NIP 19760518 200604 1 008

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal pelaksanaan Uji Kompetensi Keahlian (UKK) yang berjudul "**Proposal Pembuatan Video Promosi UMKM Lokal Produk Makanan 'Royal Mochi**" ini dengan baik dan tepat waktu.

Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat mutlak untuk mengikuti Uji Kompetensi Keahlian (UKK) pada program keahlian Desain Komunikasi Visual (DKV) tahun ajaran 2026/2027. Melalui proyek ini, saya berusaha mengaplikasikan ilmu dan keterampilan visual yang telah dipelajari.

Saya menyadari bahwa keberhasilan penyusunan proposal ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada selaku guru pembimbing program keahlian yang telah memberikan arahan, saran, dan motivasi selama proses penyusunan proposal ini,pemilik UMKM Royal Mochi, yang telah memberikan izin serta kerja sama yang baik, dan Orang tua dan teman-teman sejawat yang selalu memberikan dukungan moral maupun material.

Saya menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari penguji maupun pembaca sangat penulis harapkan demi perbaikan karya.

Pengasih, 2 November 2026

Nur Khasanah

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR GAMBAR vi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Tujuan Pembuatan Promosi 2
BAB II ISI PROPOSAL 3
A. IDENTITAS PROYEK 3
B. DESKRIPSI PEKERJAAN 3
1. Latar Belakang 3
2. Tujuan Pembuatan 4
C. IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KREATIF 4
1. Ide Utama 4
2. Pesan yang Disampaikan 4
3. Target Audiens 4
D. ARAHAN KREATIF 4
E. PERENCANAAN PRODUKSI VISUAL 5
1. Asset Visual yang Dibutuhkan 5
2. Peralatan Produksi 5
3. Lokasi Produksi 5
F. PERENCANAAN AUDIO 6
1. Konsep Audio 6
2. Komponen Audio 6
G. STRATEGI PENCARIAN DAN PENGUMPULAN ASSET 6
1. Strategi Pencarian Asset 6
2. Daftar Asset 6
H. BASIS DATA PERANGKAT MULTIMEDIA 7
I. RENCANA ALUR PRODUKSI 7
J. STORYBOARD 8
K. PELAKSANAAN PRODUKSI 11

L. REVIEW HASIL PRODUKSI 13
1. Review Visual 13
2. Review Audio 13
M. PENYELESAIAN MASALAH 13
N. OUTPUT DAN DISTRIBUSI 14
1. Spesifikasi Output 14
2. Media Distribusi 14
O. KONFIRMASI HASIL AKHIR 14
BAB III PENUTUP 15
A. Kesimpulan 15
B. Saran 15
C. Lampiran 16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Scene :Transisi 8
Gambar 2. Scene 2 :Lokasi UMKM 8
Gambar 3. Scene 3 :Wawancara 9
Gambar 4. Scene 4 :Tekstur 9
Gambar 5. Scene 5 :Kalimat persuasif 10
Gambar 6. Persiapan alat 16
Gambar 7. Persiapan lokasi 16
Gambar 8. Pengambilan gambar 16
Gambar 9. Perekaman audio 16
Gambar 10. Proses editing 16
Gambar 11. Review hasil 16
Gambar 1. Scene :Transisi 17
Gambar 2. Scene 2 :Lokasi UMKM 17
Gambar 3. Scene 3 :Wawancara 18
Gambar 4. Scene 4 :Tekstur 18
Gambar 5. Scene 5 :Kalimat persuasif 19

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama penggerak perekonomian masyarakat di Indonesia. Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menuntut para pelaku usaha untuk adaptif dalam memasarkan produk mereka. Namun, sebagian besar pelaku UMKM lokal masih menghadapi kendala dalam melakukan pemasaran digital (digital marketing), terutama dalam menyajikan konten visual yang menarik guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Salah satu pelaku UMKM lokal di bidang kuliner yang memiliki potensi besar namun membutuhkan penguatan promosi digital adalah Royal Mochi. Usaha ini berlokasi strategis di Jalan Baru Kemiri, Wates, Kulon Progo dan menawarkan camilan modern berupa kue mochi dengan tekstur yang kenyal, lembut, serta memiliki beragam pilihan varian rasa yang diminati oleh kalangan anak-anak hingga dewasa (seperti cokelat, stroberi, oreo, matcha, keju, hingga mangga) dengan harga yang terjangkau. Selain kualitas rasa, tempat penjualan Royal Mochi juga memiliki daya tarik unik karena berada di pinggir jalan dengan pemandangan langsung ke arah perlintasan kereta api, sehingga memberikan pengalaman bersantai yang berbeda bagi pembeli.

Meskipun memiliki keunikan produk dan lokasi yang menarik, promosi Royal Mochi secara digital melalui media sosial masih belum maksimal sehingga jangkauan calon pembelinya masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan media audiovisual berupa video promosi yang efektif, persuasif, dan dinamis. Melalui video promosi yang dirancang khusus untuk platform media sosial, diharapkan kelezatan produk, keberagaman varian rasa, serta daya tarik lokasi Royal Mochi dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas.

B. Tujuan Pembuatan Promosi

Berdasarkan perancangan proyek pembuatan video promosi ini, tujuan yang ingin dicapai meliputi:

1. Mengenalkan produk Royal Mochi kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah Kulon Progo dan sekitarnya, melalui media sosial yang komunikatif.
2. Menginformasikan keunggulan varian rasa, harga terjangkau, serta lokasi strategis Royal Mochi yang berada di pinggir jalan dekat rel kereta api kepada calon konsumen.
3. Meningkatkan nilai jual merek (*brand value*) dan memperkuat citra *Royal Mochi* sebagai camilan modern yang berkualitas di media sosial.
4. Menghasilkan karya video promosi yang kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens sebagai wujud pemenuhan Uji Kompetensi Keahlian (UKK) Desain Komunikasi Visual (DKV).

BAB II
ISI PROPOSAL

A. IDENTITAS PROYEK

Komponen	Isian
Nama Siswa	Nur Khasanah
Kelas	XII DKV
Judul Proyek	Mochi Legend di Kulon Progo
Jenis Produk	Makanan
Client/Objek	UMKM
Target Audiens	Kalangan Pecinta Manis seperti anak-anak hingga dewasa
Durasi	1 menit 28 detik
Format/Ukuran	*9:16 portrait*
Software/Peralatan	Handphone

B. DESKRIPSI PEKERJAAN

1. Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner UMKM saat ini menuntut pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam memasarkan produknya. Royal Mochi, sebagai salah satu UMKM kuliner yang bergerak di bidang camilan modern, menghadapi tantangan besar dalam membangun *brand awareness* di tengah ketatnya persaingan pasar. Oleh karena itu**,** video promosi ini perlu dibuat sebagai media komunikasi visual yang dinamis. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran digital untuk menjangkau generasi muda di media sosial, tetapi juga sebagai sarana untuk menonjolkan keunggulan produk (*Unique Selling Proposition*) serta membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan higienitas produk."

2. Tujuan Pembuatan

a. Mengenalkan produk Royal Mochi kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah Kulon Progo dan sekitarnya.
b. Menginformasikan keunggulan varian rasa, harga terjangkau, serta lokasi strategis Royal Mochi yang berada di pinggir jalan dekat rel kereta api.
c. Meningkatkan nilai jual merek (brand value) dan memperkuat citra Royal Mochi sebagai camilan modern yang berkualitas di media sosial.
d. Menghasilkan karya video promosi yang kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens sebagai wujud pemenuhan Uji Kompetensi Keahlian (UKK) DKV.

C. IDENTIFIKASI KEBUTUHAN KREATIF

1. Ide Utama

Ide utama proyek Pendekatan Premium

The Royal Sensation (Menggugah Selera)

Fokus Utama: Menampilkan estetika produk secara visual tingkat tinggi, Fokus pada detail kelembutan kulit mochi, dan berbagai *variant* rasanya.

2. Pesan yang Disampaikan

Pesan proyek:

Produk memiliki kualitas baik yang sepadan dengan harga, menggunakan bahan-bahan premium, dan berbagai macam rasa.

3. Target Audiens

Target audiens: Para pecinta makanan manis dari anak-anak hingga dewasa.umumnya berumur kisaran 7-30 tahun.

D. ARAHAN KREATIF

Unsur	Arahan Kreatif
Gaya Visual	Sederhana yang memberikan kesan menarik kepada penonton
Tipografi/Teks	Menggunakan *font* bernama *resolve*
Fotografi/Videografi	*Short* berukuran 9:16/*potrait*

Editing	Menggunakan transisi sederhana, sound effect, backsound, dan teks subtittle
Mood/Suasana	Ceria dan santai
Audio/Musik	Instrumen santai dan *sound effect* ceria
Narasi/Dialog	Menggunakan *voice over*

E. PERENCANAAN PRODUKSI VISUAL

1. Asset Visual yang Dibutuhkan

No	Asset	Keterangan/Sumber
1.	Foto produk	Pengambilan foto diambil langsung pada tempat penjualannya
2.	Video produk	Pengambilan video langsung dengan kamera handphone
3.	Logo	Memakai logo yang sudah ada
4.	*Background*	Menujukkan langsung ke tempat penjualannya di pinggir jalan dengan view kereta api
5.	Icon/Grafis	Menggunakan ikon yang sudah ada

2. Peralatan Produksi

Handphone :Mengambil video, pengambilan *voice over*, dan *editing*.

3. Lokasi Produksi

Lokasi:

Lokasi produksi berada ditempat usaha objek dipromosikan yaitu Jalan Baru Kemiri, Wates, Kulon Progo.

F. PERENCANAAN AUDIO

1. Konsep Audio

Konsep audio:

Audio menggunakan musik berjudul Milky – *Just The Way You Are* dan *Neu Roses* (*Transgressor's Song*) – Daniel Caesar ditambahkan dengan beberapa *sound effect* dan *voice over.*

2. Komponen Audio

Komponen	Kebutuhan
Musik	1.*Milky – Just The Way You Are* 2.*Neu Roses (Transgressor's Song) – Daniel Caesar*
Voice Over	Pengambilan langsung dihandphone
Dialog	dialog dengan penjual
Sound Effect	1.*Glitter lean* 2.Ui 3.*Coduck*
Ambience	Tidak ada

G. STRATEGI PENCARIAN DAN PENGUMPULAN ASSET

1. Strategi Pencarian Asset

Strategi pencarian:

Asset visual utama dibuat melalui pengambilan video sendiri.asset musik dicari dari sumber yang mengizinkan penggunaanya.asset *sound effect* dan *transisi* berasal dari aplikasi editnya langsung.

2. Daftar Asset

No.	Nama Asset	Jenis	Sumber	Status
1.	Video Mentahan	Mp4	Pengambilan video sendiri	✓
2.	*Milky – Just The Way You Are*	Mp3	YouTube	✓

	dan *Neu Roses (Transgressor's Song) – Daniel Caesar*			
3.	*Sound Effect*	Mp3	Capcut	✓
4.	*Voice over*	Mp3	Perekam Suara	✓

H. BASIS DATA PERANGKAT MULTIMEDIA

1. Handphone :Penggunaan kamera handphone untuk pengambilan bahan video, voice over, dan editing.

I. RENCANA ALUR PRODUKSI

Tahap	Kegiatan	Hasil
Pra-produksi	Menentukan ide dan konsep	Konsep
Pra-produksi	Membuat storyboard	Storyboard
Pra-produksi	Menyiapkan alat dan asset	Asset siap
Produksi	Pengambilan gambar	Footage
Produksi	Perekaman audio	Audio
Pasca-produksi	Editing visual	Video
Pasca-produksi	Editing audio	Audio Final
Review	Pemeriksaan hasil	Perlu penambahan transisi
Revisi	Memperbaiki hasil	Hasil akhir

J. STORYBOARD

No.	Gambar
1.	 *Gambar 1. Scene :Transisi* *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
2.	 *Gambar 2. Scene 2 :Lokasi UMKM* *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

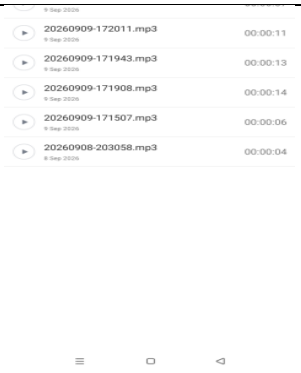
	dilanjutkan “siapa lagi kalau bukan Royal Mochi yang letaknya di Jalan Baru Kemiri, Wates, Kulon Progo”. d. durasi :15 detik
3.	 *Gambar 3. Scene 3 :Wawancara* *SCENE 3 :* Menanyakan macam variant yang ada a. keterangan :si pembeli menanyakan variant yang ada lalu si penjual akan menyebutkannya. *b. 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
4.	 *Gambar 4. Scene 4 :Tekstur* 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
5.	 *Gambar 5. Scene 5 :Kalimat persuasif* *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

K. PELAKSANAAN PRODUKSI

1. Dokumentasi Kegiatan

No.	Kegiatan	Foto	Keterangan
1.	Persiapan alat		Menggunakan *handphone*
2.	Persiapan lokasi		Ditempat penjualan langsung

3.	Produksi/Pengambilan gambar		Menggunakan *handphone*
4.	Perekaman Audio		Disimpan ke aplikasi rekam suara
5.	Proses Editing		Proses editing menggunakan aplikasi capcut

6.	Review Hasil		Perlu tambahan transisi pada bagian menu

L. REVIEW HASIL PRODUKSI

1. Review Visual

Hasil review:

Visual sudah sesuai dengan konsep, tetapi beberapa video masih perlu tambahan transisi

2. Review Audio

Hasil review:

Volume voice over masih lebih kecil daripada musik sehingga perlu dilakukan penyesuaian level audio.

M. PENYELESAIAN MASALAH

No.	Masalah/Kendala	Penyelesaian
1.	Video kurang masuk jika digabungkan	Penambahan transisi
2.	*Music* dan *Voice Over* berantakan	Mengatur level audio
3.	Video Terlalu *flat*	Menambahkan efek transisi

N. OUTPUT DAN DISTRIBUSI

1. Spesifikasi Output

Komponen	Keterangan
Format file	MP4
Resolusi	1080*p*
Rasio	9:16 *potrait*
Durasi	1 menit 28 detik
Ukuran file	130 MB
Nama file	UKK_Royalmochikp

2. Media Distribusi

Media distribusi: Instagram Reels dan TikTok.

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

Berdasarkan seluruh perencanaan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan proyek pembuatan video promosi untuk UMKM "Royal Mochi" di Kulon Progo ini merupakan langkah strategis untuk mengintegrasikan kompetensi bidang Desain Komunikasi Visual dengan kebutuhan nyata sektor ekonomi kreatif. Melalui pendekatan visual yang ceria dan menonjolkan keunikan lokasi di pinggir rel kereta api, video berdurasi 90 detik dengan format vertikal (9:16) ini dirancang secara optimal agar mampu Proses produksi dan pasca-produksi yang memanfaatkan perangkat *smartphone* dan aplikasi CapCut membuktikan bahwa keterbatasan alat bukan menjadi penghalang untuk menghasilkan karya audiovisual yang persuasif, estetis, dan bernilai jual tinggi.

B. Saran

Untuk mengoptimalkan hasil akhir produksi video iklan ini, penulis merumuskan beberapa saran teknis sebagai berikut:

1. Aspek Audio: Pengaturan level volume (*audio leveling*) harus diperhatikan secara detail agar suara voice over dan dialog dengan penjual tidak tenggelam oleh musik latar *(backsound).*
2. Aspek Visual: Penambahan efek transisi pada bagian pengenalan) cerita. visual harus dibuat sehalus (*smooth*) mungkin agar tidak mengganggu kesinambungan (*continuity*)
3. Manajemen Pengambilan Gambar: Mengingat lokasi produksi berada di pinggir jalan dekat rel kereta api yang memiliki tingkat kebisingan (*ambience*) tinggi, proses perekaman suara sebaiknya menggunakan mikrofon ekterisolasi

C. Lampiran

Lampiran 1 — Dokumentasi Kegiatan



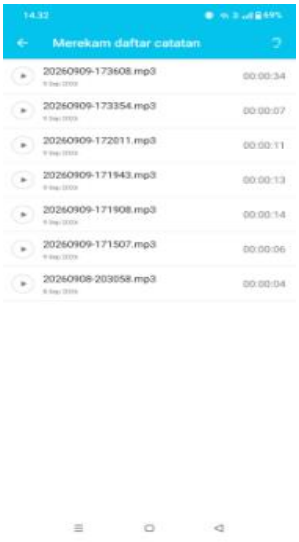
Gambar 6. Persiapan alat



Gambar 7. Persiapan lokasi



Gambar 8. Pengambilan gambar



Gambar 9. Perekaman audio



Gambar 10. Proses editing



Gambar 11. Review hasil

Lampiran 2 — Storyboard

No.	Gambar
1.	 *Gambar 12. Scene :Transisi* *SCENE 1* : *Transisi* dari sekolahan ke lokasi penjualan e. keterangan :transisi sederhana dari sekolahan ke lokasi penjualan *f. backsound* :*Neu Roses (Transgressor's Song) - Daniel Caesar* g. *voice over* :- h. durasi :5 detik
2.	 *Gambar 13. Scene 2 :Lokasi UMKM* *SCENE 2 :* Menunjukkan letak stand UMKM e. keterangan :Menyampaikan kepada penonton bahwa ada *spot* jajanan dipinggir jalan bernama "Royal Mochi" *f. backsound :Milky - Just The Way You Are* g. *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”. h. durasi :15 detik
3.	 *Gambar 14. Scene 3 :Wawancara* *SCENE 3 :* Menanyakan macam variant yang ada e. keterangan :si pembeli menanyakan variant yang ada lalu si penjual akan menyebutkannya. *f. backsound :Milky - Just The Way You Are* g. *voice over : “variant* mochinya itu ada apa aja sih kak?”. lalu si penjual menjawab “kita ada *variant* oreo,stroberi,coklat,....” h. durasi :20 detik
4.	 *Gambar 15. Scene 4 :Tekstur* SCENE 4 : Memperlihatkan tekstur yang kenyal dan lembut e. keterangan :si pembeli mengambil salah satu *variant* dan memakannya. *f. backsound :Milky - Just The Way You Are*

	g. *voice over* : “wah banyak banget ya variant-nya, teksturnya kenyal dan lembut bikin kenyang! apalagi makannya sambil liat kereta.” h. durasi :10 detik
5.	 *Gambar 16. Scene 5 :Kalimat persuasif* *SCENE 5 :* Memberikan kalimat persuasif kepada penonton e. keterangan :si pembeli dan penjual mengajak para penonton untuk mencoba mochi *f. backsound :Milky - Just The Way You Are* g. *voice over :* “Royal Mochi buka pukul 4 sore sampai pukul 9 malam.yakin mau dilewatin gitu aja? yuk dicoba”. h. durasi :15 detik