PROPOSAL UJI KOMPETENSI KEAHLIAN
VIDEO PROMOSI UMKM
BARA KELINCI

Disusun Oleh:

Nama	:	Muhammad Mafazi Ciptamukti
NIS	:	15421
Kompetensi	:	Desain Komunikasi Visual

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

Jl. Kawijo 11 Pengasih, Kulon Progo, 55652, Telp. (0274) 773081, Fax. (0274) 774636

E-mail : smkn1pengasihkp@gmail.com Laman : http://www.smk1pengasih.sch.id

Lembar Pengesahan

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

No Absen	:	17
Nama Peserta	:	MUHAMMAD MAFAZI CIPTAMUKTI

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI UMKM LOKAL

BARA KELINCI

SMKN 1 PENGASIH

Mengetahui,
Guru Pembimbing

Pengasih, 19 November 2026
Penyusun,

Meru Herlaut, S.Pd.

Muhammad Mafazi C.

Mengesahkan,
Kepala Program Keahlian

Eko Sulistyobudi, S.T.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga proposal proyek Uji Kompetensi Keahlian (UKK) Produksi Video Multimedia dengan judul **"Video Promosi UMKM Bara Kelinci"** ini dapat disusun dengan baik.

Proposal ini disusun sebagai acuan dalam pelaksanaan proyek UKK, mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga penyelesaian produk video multimedia. Video yang direncanakan bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan UMKM Bara Kelinci melalui penyampaian informasi mengenai produk secara menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan stakeholder.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan proposal maupun pelaksanaan proyek.

Akhir kata, penulis berharap proposal ini dapat menjadi pedoman yang baik dalam pelaksanaan proyek UKK serta menghasilkan produk multimedia yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Penyusun,

Muhammad Mafazi Ciptamukti

DAFTAR ISI

PROPOSAL UJI KOMPETENSI KEAHLIAN i
Lembar Pengesahan ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR v
BAB I 1
A. Latar Belakang 1
BAB II 2
A. Identifikasi Kebutuhan *Stakeholder* 2
B. Target Audiens 3
C. Arahan Kreatif 3
D. Rencana Produksi Aset Multimedia 4
E. Teknologi dan *Software* 5
F. Metode Integrasi Multimedia 5
G. *Review* Dan Revisi 5
H. Spesifikasi Produk Akhir 6
I. Jadwal Kegiatan 6
BAB III 7
A. Kesimpulan 7
B. Saran 7
Lampiran 1 8
Lampiran 2 12
Lampiran 3 15
Lampiran 4 16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Wawancara Stakeholder....8
Gambar 2. Proses Penataan Lokasi....8
Gambar 3. Proses Pengambilan Footage....9
Gambar 4. Proses Editing....9
Gambar 5. Screenshot Timeline....10
Gambar 6. Review Hasil Awal Video dengan Owner....11
Gambar 7. Storyboard....14
Gambar 8. Pembuatan Konsep Narasi....16
Gambar 9. Pembuatan Animasi Logo UMKM....17
Gambar 10. Evaluasi AI Terhadap Hasil Awal Video....17

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan media digital memberikan peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperkenalkan produk dan usahanya kepada masyarakat secara lebih luas. Salah satu media yang dapat digunakan adalah video promosi karena mampu menyampaikan informasi melalui perpaduan visual, audio, teks, dan narasi sehingga informasi mengenai suatu usaha dapat disampaikan secara lebih menarik dan mudah dipahami.

Bara Kelinci merupakan usaha yang menyediakan kelinci hias dan kelinci pedaging yang berlokasi di Kopok Kulon, Tawangsari, Pengasih, Kulon Progo. Dalam menjalankan usahanya, Bara Kelinci memiliki berbagai pilihan kelinci dengan jenis, usia, dan kualitas yang berbeda. Selain menyediakan kelinci, perawatan seperti pemberian pakan, menjaga kebersihan kandang, serta memperhatikan kondisi kelinci juga menjadi bagian dari kegiatan usaha.

Namun, informasi mengenai Bara Kelinci perlu disampaikan melalui media yang dapat memperlihatkan produk dan kegiatan usaha secara lebih jelas kepada calon pembeli. Oleh karena itu, dibuat video promosi yang memadukan informasi mengenai pilihan kelinci, harga, perawatan, serta informasi kontak dan lokasi Bara Kelinci. Video ini diharapkan dapat menjadi media pengenalan dan promosi yang informatif serta menarik.

BAB II
ISI

A. Identifikasi Kebutuhan *Stakeholder*

1. Identitas *Stakeholder*

Nama	: Bara Kelinci
Jenis usaha/Lembaga	: Peternakan Kelinci Hias dan Pedaging
Alamat	: Kopok Kulon, Tawangsari, Pengasih, Kulon Progo, DI Yogyakarta

2. Kebutuhan *Stakeholder*

Stakeholder membutuhkan media video promosi multimedia untuk menyampaikan informasi variasi jenis kelinci, daftar harga, kualitas perawatan, serta lokasi peternakan kepada masyarakat.

3. Permasalahan

Permasalahan yang ditemukan adalah belum tersedianya media promosi audio-visual resmi yang informatif dan menarik untuk menjangkau calon pembeli di luar wilayah atau secara digital.

4. Tujuan Pembuatan Produk

Pembuatan produk video promosi UMKM Bara Kelinci bertujuan untuk:

a. Memperkenalkan Bara Kelinci kepada masyarakat sebagai usaha yang menyediakan kelinci hias dan kelinci pedaging.
b. Menyampaikan informasi mengenai produk yang tersedia, meliputi jenis, usia, kualitas, dan kisaran harga kelinci.
c. Menampilkan perawatan kelinci sebagai bagian dari aktivitas usaha Bara Kelinci.
d. Memberikan informasi lokasi dan kontak Bara Kelinci kepada calon pembeli.
e. Menghasilkan media promosi berbentuk video yang informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik UMKM Bara Kelinci.

B. Target Audiens

1. **Kelompok Usia**

   Masyarakat dengan rentang usia 9–40 tahun.

2. **Wilayah**

   Masyarakat yang berdomisili di wilayah Kulon Progo dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. **Karakteristik**

   a. Individu yang memiliki ketertarikan terhadap kelinci sebagai hewan peliharaan, khususnya kelinci hias.
   b. Peternak dan pembudidaya kelinci yang membutuhkan informasi mengenai jenis serta ketersediaan kelinci.
   c. Konsumen yang memiliki kebutuhan terhadap daging kelinci maupun pengepul yang bergerak dalam pembelian dan distribusi daging kelinci.
   d. Masyarakat umum yang tertarik untuk mengenal produk dan aktivitas usaha Bara Kelinci.

Berdasarkan pengamatan/wawancara sederhana, target audiens membutuhkan informasi yang jelas, informatif, transparan, dan autentik sehingga video akan dibuat dengan gaya *Edu-Marketing* (penggabungan narasi edukasi/informatif dan visual sinematik santai).

C. Arahan Kreatif

1. **Ide/Konsep**

   Video dibuat dengan konsep promosi informatif (*edu-marketing*) yang menggabungkan *Voice Over* narator, *A-Roll* (wawancara langsung owner), serta *B-Roll* (potongan video visual kelinci & kandang). Video mengenalkan profil usaha, ketersediaan jenis kelinci, rincian harga, hingga cara pemeliharaan secara transparan dan menarik.

2. **Pesan Utama**

   "Bara Kelinci merupakan pilihan tepat untuk kebutuhan kelinci hias maupun pedaging di Kulon Progo karena menyediakan berbagai varian jenis berkualitas dengan pemeliharaan yang terjamin."

3. **Gaya Visual**

   Menggunakan pencahayaan alami (natural outdoor lighting), pergerakan kamera *handheld* yang dinamis namun stabil, warna yang alami (*natural warm tones*), serta grafis teks/*pop-up* bertema minimalis dan modern di sisi kanan (*right-aligned*) agar tidak menutupi visual utama.

4. **Gaya Audio**

   Menggunakan musik latar (*backsound*) instrumental ber-tempo sedang yang tenang, *Voice Over* (VO) narator ber-artikulasi jernih dan tenang, audio langsung (*direct sound*) dari owner, serta *audio transition fade-in/fade-out* yang halus.

5. **Media/*Platform***

   Video akan digunakan sebagai media promosi melalui YouTube, WhatsApp Status, dan Instagram.

6. **Target Audiens**

   Masyarakat umum, penghobi kelinci hias, peternak, dan pembeli daging kelinci usia 17–45 tahun di wilayah Kulon Progo dan sekitarnya.

7. **Alur Video**

   Pembukaan (*Hook* & Pengenalan) → Lokasi Peternakan → Varian Jenis Kelinci (Hias & Pedaging) → Wawancara Owner (*A-Roll* & Rincian Harga) → Edukasi Perawatan/Kesehatan → *Call to Action* & Outro Kontak (WA/Alamat).

8. **Isi Video**

   Pembukaan (*Hook* & Pengenalan) → Lokasi Peternakan → Varian Jenis Kelinci (Hias & Pedaging) → Wawancara Owner (*A-Roll* & Rincian Harga) → Edukasi Perawatan/Kesehatan → *Call to Action* & Outro Kontak (WA/Alamat).

D. Rencana Produksi Aset Multimedia

Produk akan menggunakan beberapa komponen multimedia sebagai berikut:

No.	Komponen	Rencana Penggunaan
1	Video	Pengambilan gambar footage kelinci, suasana kandang (*B-Roll*), dan wawancara owner (*A-Roll*).
2	Grafis	Logo *watermark* "Bara Kelinci", nama narasumber dan *pop-up card* informasi.
3	Teks	*Subtitle* video, teks harga, teks nomor/kontak WhatsApp, dan teks lokasi.
4	Animasi/*Motion*	*Lower third* / *Pop-up motion* halus (*slide-in/fade-in*)
5	*Voice Over*	Penjelasan informasi
6	Musik	Pendukung suasana
7	AI	Membantu penyusunan serta perbaikan naskah VO, pengolahan konsep dan animasi logo.

E. Teknologi dan *Software*

Teknologi yang digunakan dalam pembuatan produk:

No.	Teknologi/*Software*	Fungsi
1	Kamera/*Smartphone*	Pengambilan video
2	Adobe Illustrator	Desain grafis
3	CapCut Windows	*Editing* video dan audio
4	AI ChatGPT, Gemini	Membantu pembuatan narasi dan pengolahan konsep, membantu proses *review* – revisi serta membuat animasi untuk logo brand umkm

Pemanfaatan AI

AI digunakan untuk membantu merapikan tata bahasa naskah narasi (*Voice Over*), serta membuat animasi logo brand.

Hasil yang diperoleh dari AI kemudian diseleksi, disesuaikan, dan diedit kembali agar sesuai dengan konsep dan kebutuhan produk.

F. Metode Integrasi Multimedia

Komponen multimedia akan diintegrasikan melalui proses editing sehingga menghasilkan satu produk video yang utuh.

Alur integrasi:
Video + Grafis + Teks + Animasi + *Voice Over* + Musik + AI
↓
Editing dan Integrasi
↓
Video Multimedia Final

AI digunakan pada tahap penyempurnaan *footage*, naskah, audio *processing*, logo dan animasinya, sedangkan proses penyusunan dan pengintegrasian keseluruhan komponen dilakukan menggunakan software CapCut Windows.

G. *Review* Dan Revisi

1. Masukan *Stakeholder*

Kurang jelasnya audio *voice over*

2. Revisi

Berdasarkan hasil *review* dan masukan *stakeholder*, dilakukan perbaikan pada kualitas audio *voice over*

H. Spesifikasi Produk Akhir

Spesifikasi	Keterangan
Jenis produk	Video Multimedia
Judul	Video Promosi UMKM “Bara Kelinci”
Durasi	2 menit 33 detik (2.33)
Resolusi	1920x1080 / Full Hd
Rasio	*Landscape*
Format	MP4
Audio	Stereo
Platform publikasi	WhatsApp, Facebook, TikTok, Instagram, YouTube
Produk pendukung	Proposal, PowerPoint

I. Jadwal Kegiatan

No.	Kegiatan	Waktu
1	Identifikasi stakeholder dan user	31 Agustus 2026
2	Riset dan pengumpulan informasi	3 September 2026
3	Penyusunan konsep dan storyboard	4 September 2026
4	Pengambilan gambar	10 September 2026
5	Pembuatan aset visual	13 September 2026
6	Produksi audio	17 September 2026
7	Editing dan integrasi	17 September 2026
8	Review	18 September 2026
9	Revisi	23 September 2026
10	Finalisasi produk	24 September 2026

BAB III
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh proses perancangan dan produksi video promosi multimedia Bara Kelinci, dapat disimpulkan bahwa:

1. Proyek UKK ini berhasil menghasilkan karya video promosi berdurasi 2 menit 33 detik berformat MP4 (16:9 Full HD).
2. Video menerapkan konsep soft selling berbasis edu-marketing dengan mengusung pendekatan cinematic, natural, dan informatif.
3. Informasi profil UMKM, variasi jenis kelinci, transparansi harga, lokasi, hingga kualitas perawatan berhasil tersampaikan secara jernih melalui integrasi narasi voice over dan wawancara narasumber (A-roll owner).
4. Pemanfaatan teknologi AI (Gemini dan AI Audio Enhancer) terbukti membantu efisiensi penyusunan naskah narasi dan kejernihan audio.

B. Saran

1. **Untuk Stakeholder (Bara Kelinci)**

   Diharapkan dapat memanfaatkan video ini secara konsisten di media sosial (YouTube, Instagram, WhatsApp) sebagai media promosi digital resmi.

2. **Untuk Adik Tingkat / Peserta UKK**

   Disarankan untuk lebih memperhatikan manajemen waktu saat praproduksi serta memaksimalkan penggunaan mikrofon eksternal saat perekaman di lokasi outdoor.

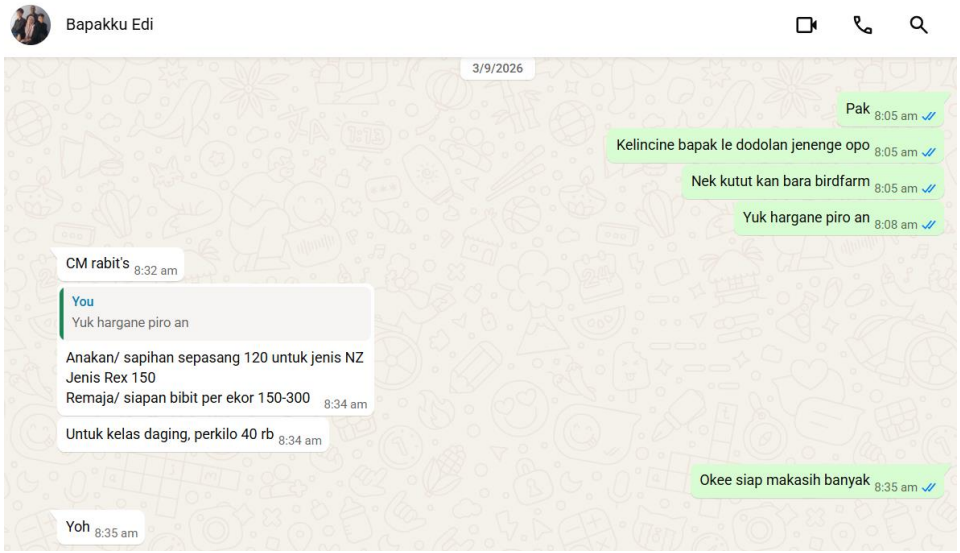
3. **Untuk Lembaga / Sekolah**

   Diharapkan dapat terus melengkapi peralatan pendukung produksi multimedia seperti wireless microphone dan alat stabilisasi kamera.

Lampiran 1

DOKUMENTASI KEGIATAN

Foto 1. Kegiatan Riset/Wawancara *Stakeholder*



Gambar 1. Wawancara Stakeholder

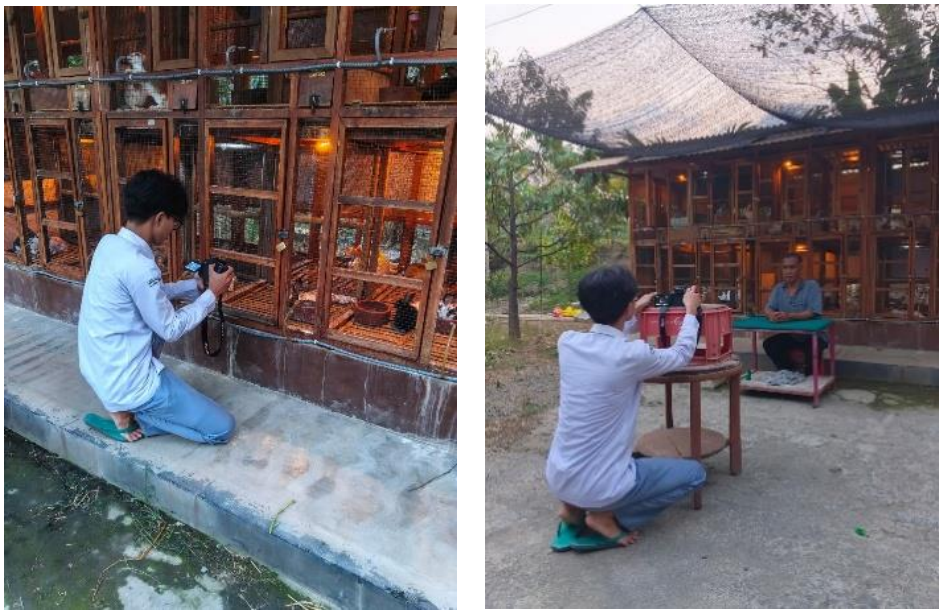
Keterangan:
Terdapat perubahan nama umkm yang awalnya CM Rabbit's menjadi Bara Kelinci

Foto 2. Persiapan Produksi



Gambar 2. Proses Penataan Lokasi

Foto 3. Proses Pengambilan Video/Foto

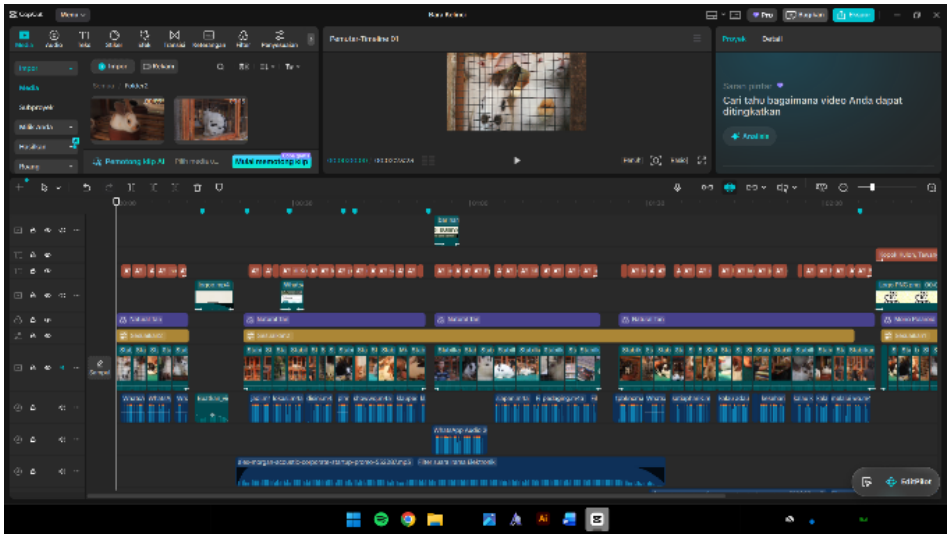


Gambar 3. Proses Pengambilan Footage

Foto 4. Proses Produksi/*Editing*



Gambar 4. Proses Editing



Gambar 5. Screenshot Timeline

Foto 5. Proses *Review*



Gambar 6. Review Hasil Awal Video dengan Owner

Keterangan:
Proses review hasil video dengan owner, disini diberikan revisi untuk kualitas audio *voice over* agar dibuat menjadi lebih jelas

Lampiran 2

STORYBOARD
Judul Video: Video Promosi UMKM Bara Kelinci
Durasi: 02:24

Scene	***Timestamp***	**Visual**	**Audio / Narasi** ***Voice Over***	**Keterangan**
1. Hook / Intro	(00:00 - 00:21)	B-roll *close-up* aktivitas kelinci di dalam kandang.	"Kalau bicara soal kelinci ternyata pilihannya cukup beragam, mulai dari yang dipelihara sampai yang untuk kebutuhan konsumsi. Mari kita lihat lebih dekat."	Pembuka untuk menarik perhatian penonton mengenai jenis-jenis kelinci.
2. Lokasi & Profil	(00:22 - 00:32)	*Establishing shot* area peternakan Bara Kelinci.	"Kita sekarang ada di peternakan kelinci Bara Kelinci. Bara Kelinci berlokasi di Kopok Kulon, Tawangsari, Pengasih, Kulon Progo..."	Mengenalkan nama tempat dan lokasi geografis peternakan.
3. Jenis Kelinci	(00:33 - 00:50)	*Medium shot* memperlihatkan kelinci hias (Rex) dan kelinci pedaging (New Zealand / Hyla).	"...di sini kamu bisa menemukan kelinci hias maupun kelinci pedaging. Untuk kelinci hias ada jenis Rex, mulai dari kualitas biasa – kualitas kontes atau show quality, kalau pedaging ada jenis New Zealand atau NZ dan Hyla."	Menjelaskan variasi produk/ternak yang tersedia di lokasi.
4. Informasi Harga	(00:51 - 01:24)	*Shot* Owner Bara Kelicni dengan b-roll anak kelinci (sapian) dan kelinci	"Untuk sapihan umur 45 hari - 2 bulan harganya Rp50.000 - Rp100.000. Untuk siapan breeding	Rincian harga jual berdasarkan usia, fungsi, dan bobot kelinci.

		indukan/siapan *breeding*.	Rp200.000 - Rp400.000. Jenis pedaging diambil pengepul Rp40.000/kg hidup."	
5. Perawatan Harian	(01:25 - 01:47)	*Close-up* Owner Bara Kelicni memberi makan pelet dan rumput hijau ke dalam wadah pakan.	"Setiap hari kelinci diberi pelet khusus dan hijauan/reremputan. Kalau ada yang butuh perawatan, kondisinya langsung diperhatikan dan ditangani."	Menunjukkan standar perawatan harian dan pemeliharaan kesehatan.
6. *Closing* & *CTA*	(01:48 - 02:06)	*Wide shot* suasana peternakan, interaksi owner Bara Kelinci dengan calon pembeli, teks/kontak peternakan.	"Jadi merawat kelinci memang jadi bagian keseharian di Bara Kelinci. Kalau kalian lagi mencari kelinci hias atau pedaging, bisa langsung datang atau hubungi via WhatsApp."	Penutup yang berisi rekomendasi dan ajakan bertindak (*Call to Action*).



Gambar 7. Storyboard

Lampiran 3

DAFTAR ASET YANG DIPRODUKSI

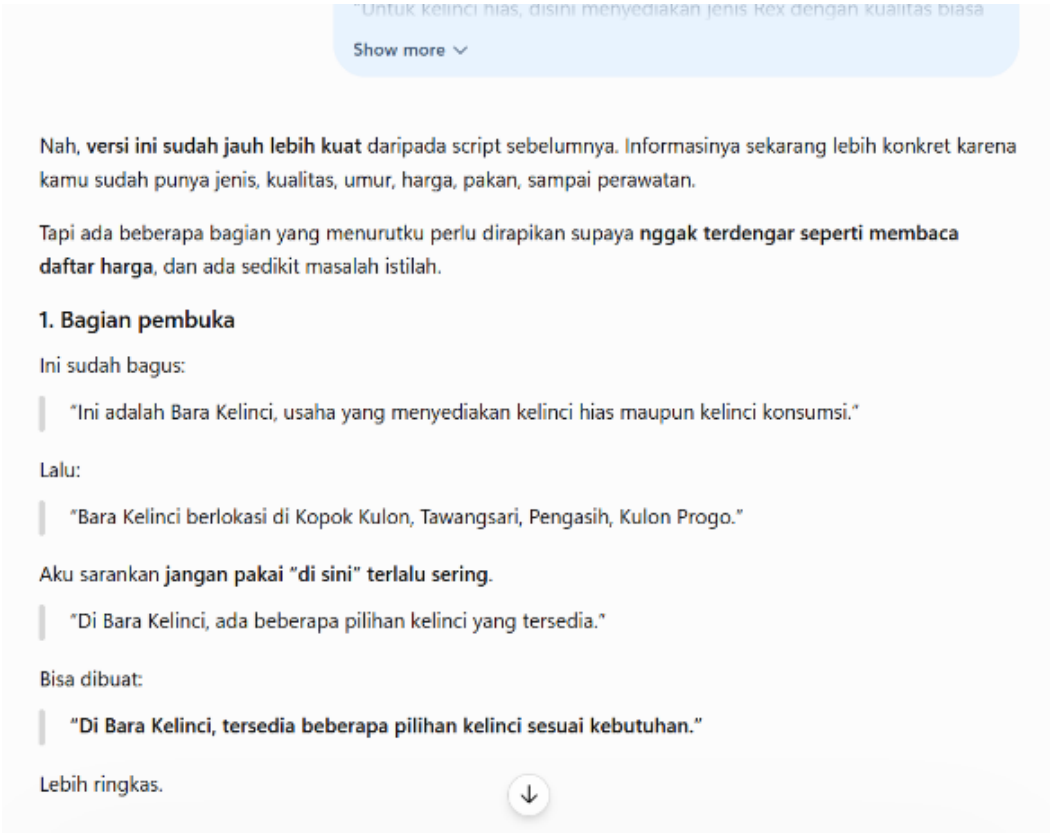
No.	Aset	Status	Keterangsn
1	Video utama	☑	*Diproduksi sendiri (shooting lokasi, kelinci, A-roll owner)*.
2	Foto	☐	*Tidak memproduksi foto khusus untuk isi video (karena full berbasis video)*.
3	Grafis	☑	*Diproduksi sendiri (membuat layout logo, pop-up card, & end card)*.
4	Animasi/*Motion*	☑	*Diproduksi sendiri (membuat motion/transisi fade & slide untuk pop-up)*.
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	Penyusunan & perbaikan naskah narasi (*Voice Over*)	Naskah VO yang terstruktur, komunikatif, dan sesuai dengan durasi video
2	Gemini	Pembuatan animasi logo serta membantu proses *review* – revisi.	Konsep animasi motion logo dan poin perbaikan/revisi alur video.

Bukti Penggunaan:



Gambar 8. Pembuatan Konsep Narasi



Gambar 9. Pembuatan Animasi Logo UMKM



Gambar 10. Evaluasi AI Terhadap Hasil Awal Video