PROPOSAL UJI KOMPETENSI KEAHLIAN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM LOKAL "MARIANQA COOKIES"

Disusun oleh :

Nama	: Rizky
Program Keahlian	: Desain Komunikasi Visual
NIS	: 15430

SMK NEGERI 1 PENGASIH

TAHUN AJARAN 2026/2027

Jalan Kawijo 11, Pengasih, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Sekolah : SMK NEGERI 1 PENGASIH

Bidang Keahlian : Seni dan Ekonomi Kreatif

Program Keahlian : Desain Komunikasi Visual

No Absen : 26

Nama Peserta : Rizky

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI UMKM LOKAL "MARIANQA COOKIES"

SMK NEGERI 1 PENGASIH

Mengesahkan
Pembimbing Project

Pengasih, 2 November 2026
Peserta Uji

Meru Herlaut, S.Pd.

Rizky

Mengesahkan
Kepala Program Keahlian

Eko Sulistyobudi, S.T

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan penyertaan-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas pembuatan video promosi **Marianqa Cookies** untuk memenuhi salah satu kegiatan dalam Uji Kompetensi Keahlian (UKK) SMK Negeri 1 Pengasih.

Pembuatan video ini menjadi kesempatan bagi saya untuk mengembangkan kemampuan yang telah dipelajari selama proses pembelajaran, terutama dalam merancang konsep, membuat konten visual, serta mengolah video sebagai media promosi. Melalui karya ini, saya berusaha menampilkan **Marianqa Cookies** dengan cara yang informatif, menarik, dan mampu menggambarkan produk kepada calon konsumen.

Selama proses produksi, saya memperoleh berbagai pengalaman baru, mulai dari menentukan konsep dan alur video, menyiapkan kebutuhan pengambilan gambar, hingga menyelesaikan tahap penyuntingan. Tentunya masih terdapat kekurangan dalam hasil karya ini. Oleh karena itu, saya terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kemampuan saya dalam membuat karya di masa mendatang.

Saya berharap video promosi ini dapat menjadi hasil karya yang bermanfaat serta dapat menunjukkan kemampuan dan kreativitas saya dalam bidang yang telah saya pelajari.

Pengasih, 2 November 2026

Rizky

DAFTAR ISI

PROPOSAL UJI KOMPETENSI KEAHLIAN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM LOKAL "MARIANQA COOKIES" i

HALAMAN PENGESAHAN ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR GAMBAR vi

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Tujuan Pembuatan Video Promosi 1

BAB II 2

ISI PROPOSAL 2

A. Identitas Proyek 2

B. Latar Belakang 2

C. Identifikasi Kebutuhan Klien 3

1. Identitas Klien 3
2. Kebutuhan Klien 3
3. Permasalahan 3
4. Tujuan Pembuatan Produk 3

D. Target Audiens 3

E. Arahan Kreatif 4

1. Ide/Konsep 4
2. Pesan Utama 4
3. Gaya Visual 4
4. Gaya Audio 4
5. Media/Platform 4
6. Target Audiens 5
7. Alur Video 5

F. Rencana Produksi Aset Multimedia 5

G. Teknologi Dan Software 5

H. Metode Intregasi Multimedia 6
I. Review Dan Revisi 6
A. Review Visual : 6
B. Review Audio : 6
J. Spesifikasi Produk Akhir 6
K. Jadwal Kegiatan 6
BAB III 7
PENUTUP 7
A. Kesimpulan 7
B. Saran 7
LAMPIRAN 1 8
A. Dokumentasi Kegiatan 8
a. Kegiatan Riset 8
b. Persiapan Produksi 8
c. Proses Shooting 9
d. **Proses Produksi/Editing** 9
e. Proses *Review* 10
LAMPIRAN 2 11
A. Storybroad 11
LAMPIRAN 3 13
A. Daftar Aset Yang Diproduksi 13
LAMPIRAN 4 14
A. Bukti Pemanfaatan Teknologi Ai 14
B. Dokumentasi Pemanfaatan Teknologi Ai 14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Proses Wawancara 8
Gmbar 2.Persiapan alat alat 8
Gambar 3.Persiapan alat alat 8
Gambar 4.Proses Shooting 9
Gambar 5.Proses Editing 9
Gambar 6.Perbaikan video 10
Gambar 7. Pemanfaatan Ai untuk membuat animasi logo 14
Gambar 8. Pemanfaatan Ai pada bagian voice over 15
Gambar 9. Pemanfaatan Ai untuk membuat stroybroad 15

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial yang semakin luas membuat promosi melalui media digital menjadi salah satu cara yang efektif untuk mengenalkan sebuah produk. Video promosi menjadi media yang menarik karena mampu menyampaikan informasi produk melalui perpaduan visual, audio, dan penyampaian pesan yang lebih mudah diterima oleh penonton.

Salah satu produk yang saya pilih sebagai objek dalam pembuatan video promosi adalah **Marianqa Cookies**, yang menawarkan produk makanan berupa makaroni schotel. Produk makanan membutuhkan penyajian promosi yang mampu menggambarkan tampilan dan keunggulan produk sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen.

Oleh karena itu, saya membuat video promosi **Marianqa Cookies** sebagai bagian dari Uji Kompetensi Keahlian (UKK) SMK Negeri 1 Pengasih. Video ini dibuat dengan konsep yang sederhana namun tetap menarik, dengan menampilkan produk makaroni schotel secara lebih dekat dan menggugah selera. Pembuatan video ini juga menjadi kesempatan bagi saya untuk menerapkan kemampuan yang telah diperoleh selama belajar di sekolah.

B. Tujuan Pembuatan Video Promosi

Video ini bertujuan untuk memperkenalkan **Marianqa Cookies** dan produk makaroni schotel kepada masyarakat melalui media audio visual. Selain itu, video ini dibuat untuk menerapkan keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik serta membantu mengenalkan produk kepada calon konsumen.

BAB II

ISI PROPOSAL

A. Identitas Proyek

Komponen	Isian
Nama Siswa	Rizky
Kelas	XII DKV
Konsentrasi Keahlian	Desain Komunikasi Visual
Judul Proyek	Video Promosi Makaroni Schotel
Stakeholder/Klien	**Marianqa Cookies** (UMKM)
Jenis Produk	Makaroni Schotel
Durasi	1 menit 17 detik
Format/Ukuran	Format MP4, 1920 x 1080 *px* / 16 : 9 *lanscape*

B. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Salah satu media yang dapat dimanfaatkan adalah video karena mampu menyampaikan informasi melalui perpaduan unsur visual dan audio secara komunikatif.

Sejalan dengan hal tersebut, **Marianqa Cookies** sebagai usaha rumahan perlu memanfaatkan media promosi yang sesuai untuk memperkenalkan produknya, salah satunya makaroni schotel. Oleh karena itu, dibuat video promosi yang menyajikan informasi produk melalui perpaduan gambar, teks, audio, dan elemen visual lainnya agar menarik dan mudah dipahami. Proses pembuatan video ini juga menjadi penerapan kompetensi yang telah dipelajari dalam bidang multimedia.

C. Identifikasi Kebutuhan Klien

1. Identitas Klien

   Nama **: Marianqa Cookies**

   Jenis usaha/lembaga **:** Usaha rumahan bidang makanan

   Alamat **:** Janten RT 08, RW 04, Janten, Temon, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta

2. Kebutuhan Klien

   Stakeholder membutuhkan media video promosi untuk memperkenalkan produk makaroni schotel serta memberikan informasi yang jelas mengenai produk kepada masyarakat.

3. Permasalahan

   Permasalahan yang ditemukan adalah belum adanya media promosi audio visual yang mampu memberikan informasi mengenai produk secara jelas dan menarik.

4. Tujuan Pembuatan Produk

   Produk dibuat dengan tujuan:

   1. Memperkenalkan **Marianqa Cookies** sebagai usaha rumahan.
   2. Menyampaikan informasi mengenai produk makaroni schotel secara jelas**.**
   3. Memperjelas informasi produk melalui penyajian video yang terstruktur**.**
   4. Membantu stakeholder dalam mempromosikan produk melalui media digital**.**

D. Target Audiens

Target Audiens	Keterangan
Usia	15 – 35 tahun
Jenis kelamin	Laki-laki dan perempuan
Karakteristik	Suka makanan ringan, tertarik mencoba makanan kekinian, dan aktif di media sosial
Media yang digunakan	Instagram, TikTok, WhatsApp, dan YouTube
Kebutuhan informasi	Informasi tentang produk makaroni schotel, varian rasa, harga, keunggulan, serta cara pemesanan.

E. Arahan Kreatif

1. Ide/Konsep

   Video dibuat untuk memperkenalkan makaroni schotel dengan cara yang menarik dan menggugah selera. Isi video menampilkan bentuk, topping, dan proses pembuatan makaroni schotel secara singkat. Informasi disampaikan dengan visual yang menarik serta kata-kata yang sederhana agar audiens tertarik untuk mencoba produk.

2. Pesan Utama

   Makaroni schotel yang lezat dan menggugah selera, dibuat dengan bahan berkualitas dan cocok dinikmati kapan saja. Dengan rasa yang creamy dan topping yang menarik, makaroni schotel ini bisa menjadi pilihan camilan yang nikmat.

3. Gaya Visual

Tampilan Visual	Keterangan
Warna	Hangat dan menggugah selera
Pencahayaan	Pencahayaan terang
Komposisi Gambar	Fokus pada produk
Tipografi	Celebration
Gaya Pengambilan Gambar	Sinimatic
Suasana Visual	Santai, menarik, dan membuat penonton ingin mencoba.

4. Gaya Audio

   Menggunakan musik yang santai dan ceria agar video terasa lebih menarik. *Voice over* menggunakan suara yang jelas, ramah, dan tidak terlalu formal untuk menjelaskan keunggulan produk. Ditambahkan *sound effect* sederhana pada bagian pengambilan gambar makanan agar terlihat lebih hidup dan menggugah selera.

5. Media/Platform

   Video akan digunakan sebagai media promosi melalui Instagram, TikTok, WhatsApp, dan YouTube Shorts untuk memperkenalkan produk makaroni schotel kepada calon pembeli.

6. Target Audiens

Remaja, mahasiswa, dan masyarakat umum usia 15–35 tahun yang menyukai makanan ringan, makanan kekinian, dan tertarik mencoba makaroni schotel dengan rasa yang lezat dan menggugah selera.

7. Alur Video

Pembukaan → Menampilkan makaroni schotel → Pengenalan produk → Menampilkan proses pembuatan dan bahan → Menunjukkan tekstur, topping, dan keunggulan produk → Ajakan untuk mencoba → Penutup.

F. Rencana Produksi Aset Multimedia

No.	Komponen	Rencana Penggunaan
1	Video	Pengambilan gambar produk/kegiatan
2	Grafis	Logo, judul, informasi
3	Teks	Informasi dan keterangan
4	Animasi/Motion	Pergerakan teks/grafis
5	Voice Over	Penjelasan informasi
6	Musik	Pendukung suasana

G. Teknologi Dan Software

No	Teknologi/Software	Fungsi
1	Kamera Canon Eos R50	Pengambilan video
2	Capcut	Editing video
3	Capcut	Editing audio
4	Ai	Membuat gambar Storybroad, Moodbroad, membuat animasi Logo dan *Voice over*

H. Metode Intregasi Multimedia

AI digunakan pada tahap memberikan inspirasi teks promosi, membantu mematangkan storyboard, dan membuat voice over. Sedangkan proses penyusunan dan pengintegrasian keseluruhan komponen seperti video, teks, musik, *voice over*, *sound effect*, dan animasi dilakukan menggunakan CapCut.

I. Review Dan Revisi

A. Review Visual :

Untuk konsep visual sudah sesuai yang direncanakan namun masih kurang sedikit sinimatic.

B. Review Audio :

Ada beberapa audio yang salah penyebutannya.

J. Spesifikasi Produk Akhir

No	Spesifikasi	Keterangan
1	Jenis produk	Makaroni Schotel
2	Judul	Promosi Produk UMKM Makaroni Schotel
3	Durasi	1 menit 17 detik
4	Resolusi	1920 x 1080
5	Rasio	16 : 9
6	Format	MP 4
7	Audio	Stereo
8	Platform publikasi	Instragram, TikTok, Reels YouTube

K. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	**Waktu**
1	Mencari Klien dan UMKM	1-5 September 2026
2	Riset produk dan membuat konsep	7-8 September 2026
3	Membuat stroybroad dan moodbroad	8-12 September 2026
4	Pengambilan gambar	13 September 2026 18 September 2026
5	Produksi audio	19-20 September 2026
6	Editing video	21- 22 September 2026
7	Review	23 September 2026
8	Revisi	24-25 September 2026
9	Final produk	28 September 2026

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan proses perencanaan dan pembuatan konten promosi UMKM produk makaroni schotel, dapat disimpulkan bahwa konten promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat serta meningkatkan daya tarik calon konsumen. Melalui penggunaan konsep visual yang menarik, pemilihan angle pengambilan gambar, pencahayaan, komposisi, serta penyusunan informasi produk yang tepat, makaroni schotel dapat ditampilkan secara lebih menarik dan menggugah selera.

Pembuatan konten promosi ini juga menjadi sarana untuk menerapkan keterampilan di bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam perencanaan konsep, fotografi, videografi, editing, dan penyampaian pesan melalui media visual. Dengan adanya konten promosi yang informatif dan menarik, diharapkan produk makaroni schotel dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan membantu UMKM dalam memasarkan produknya melalui media digital.

B. Saran

Dalam pembuatan konten selanjutnya, sebaiknya perencanaan konsep, pengambilan gambar, dan editing dilakukan dengan lebih matang agar menghasilkan konten yang menarik, kreatif, dan sesuai dengan target konsumen.

LAMPIRAN 1

A. Dokumentasi Kegiatan

a. Kegiatan Riset



Gambar 1.Proses Wawancara

b. Persiapan Produksi



Gambar 2.Persiapan alat alat



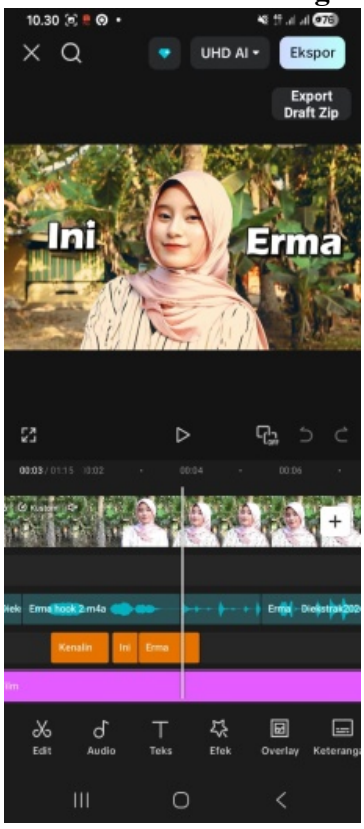
Gambar 3.Persiapan alat alat

c. Proses Shooting



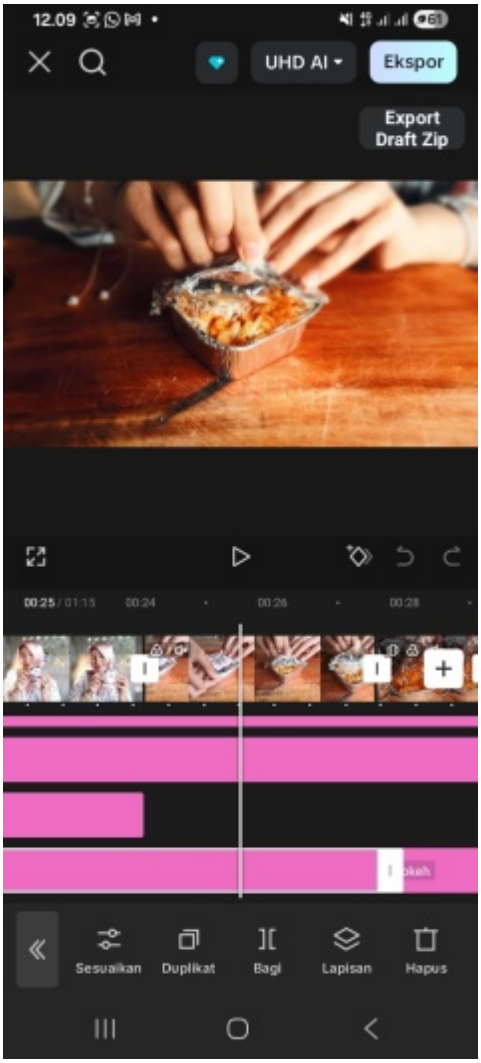
Gambar 4.Proses Shooting

d. **Proses Produksi/Editing**



Gambar 5.Proses Editing.

e. Proses *Review*

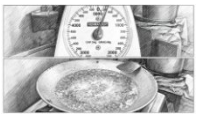


Gambar 6.Perbaikan video

LAMPIRAN 2

A. Storybroad

No	Scene	Shoot Camera	Voice/Musik
1	 00.00-00.04	Close up Shoot	Voice "Kenalin ini Erma" Musik "Santai perlahan masuk"
2	 00.04-00.11	Close up Shoot	Voice "Ada satu hal yang harus kalian tau tentang Erma" Musik "masih melanjutkan musik"
3	 00.11-00.15	Medium Shoot	Voice "Erma kalau udah laper pasti gampang badmood" Musik "masih melanjutkan musik"
4	 00.15-00.20	Medium Shoot	Voice "Tapi aku punya cara buat ngatasinya" Musik "perlahan memudar"
5	 00.20-00.24	Close up Shoot	Voice "Ini dia makaroni schotel" Musik "Transisi musik perlahan masuk"
6	 00.24-00.27	Ekstrim Close up Shoot (Kamera zoom ke arah makaroni schotelnya)	Voice "Olahan rumahan yang dibuat menggunakan bahan berkulitas" Musik "Masih melanjutkan musik"
7	 00.27-00.32	Ekstrim Close up Shoot	Voice "Menjelaskan bahan bahan yang digunakan" Musik "Masih melanjutkan musik"
8	 00.32-00.34	Ekstrim Close up Shoot (Ambil dari atas)	Voice "Perpaduanya menghasilkan rasa yang lembut, cremy" Musik "Masih melanjutkan musik"
9	 00.34-00.40	Close up Shoot	Voice "Dengan rasa gurih yang pas disetiap suapan" Musik "Masih melanjutkan music"

10	 00.40-00.45	Ekstrim Close up Shoot	Voice "Bukan cuman soal bahan proses pembuatanya" Musik "Masih melanjutkan musik"
11	 00.45-00.51	Ekstrim Close up Shoot	Voice "Menjelaskan proses pembuatanya" Musik "Masih melanjutkan musik"
12	 00.51-00.54	Ekstrim Close up Shoot	Voice "Semua diperhatikan untuk menghasilkan makaroni schotel yang lembut dan cremy" Musik "Masih melanjutkan musik"
13	 00.54-01.12	Medium Shoot	Voice "Mempromosikan dan memberitau cara memesan makaroni schotel" Musik "Masih melanjutkan musik"
14	 01.12-01.17	Medium Shoot	Musik "Perlahan memudar"

LAMPIRAN 3

A. Daftar Aset Yang Diproduksi

No.	Aset	Status	Keterangsn
1	Video utama	☑	Diproduksi sendiri (shooting lokasi, Produk macaroni schotel, *voice over*).
2	Foto	☐	Tidak menggunakan foto khusus, karena seluruh isi video berbasis video.
3	Grafis	☐	Menggunakan namun untuk logo brand sudah memiliki sendiri dan untuk elemen grafisnya mengambil dari aplikasi Capcut.
4	Animasi	☑	Dikerjakan sendiri (Pembuatan animasi gerak dan transisi fade & slide untuk pop-up).
5	Voice Over	☑	Diproduksi sendiri (perekaman suara secara mandiri).
6	Musik	☐	Diambil dari Video TikTok (Bukan diproduksi sendiri dari nol).
7	*Sound Effect*	☐	*Sound Effect* tidak memproduksi sendiri namun mengambil *Sound Effect* dari aplikasi Capcut.
8	Aset AI	☑	Dibuat menggunakan AI (Penyusunan narasi, pengembangan konsep, review–revisi, dan pembuatan animasi logo).
9	Video final	☑	Dibuat secara mandiri (Hasil akhir dari penggabungan seluruh elemen).

LAMPIRAN 4

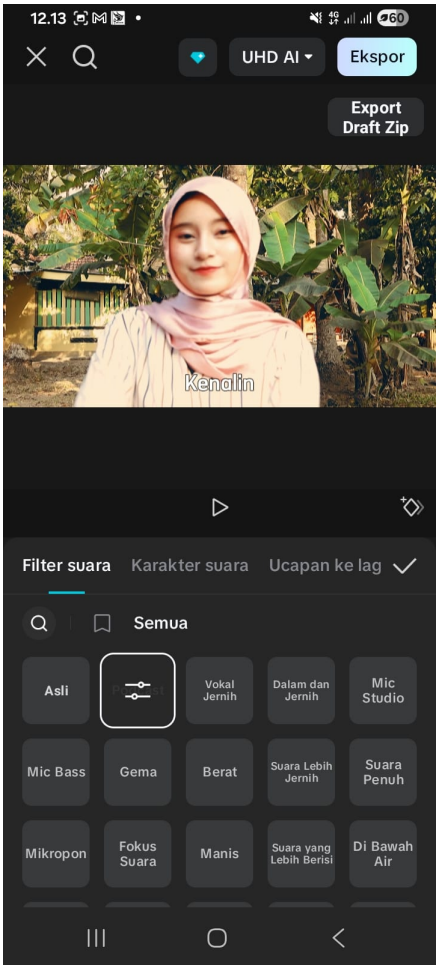
A. Bukti Pemanfaatan Teknologi Ai

No	Teknologi Ai	Penggunaan	Hasil
1	AI Capcut	Menggunakan teknologi AI untuk menyempurnakan dan menggunakan efek pada audio.	*Voice over* dibuat lebih menyatu dengan musik, kebisingan dikurangi, dan efek suara disesuaikan agar terdengar lebih natural serta mendukung suasana video.
2	ChatGPT	Menggunakan teknologi AI untuk membuat islustrasi *storybroad*.	AI digunakan untuk membantu membuat ilustrasi storyboard sehingga gambaran setiap adegan menjadi lebih jelas dan mudah dipahami sebelum proses produksi.
3	Google Flow	Menggunakan teknologi AI untuk membuat animasi logo.	AI digunakan untuk membantu membuat animasi logo agar tampilan logo lebih menarik dan dapat menyatu dengan konsep video.

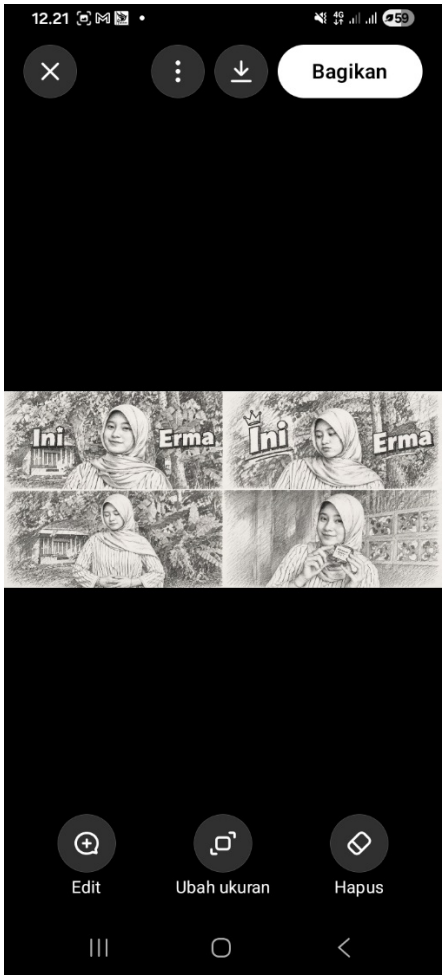
B. Dokumentasi Pemanfaatan Teknologi Ai



Gambar 7. Pemanfaatan Ai untuk membuat animasi logo



Gambar 8. Pemanfaatan Ai pada bagian voice over



Gambar 9. Pemanfaatan Ai untuk membuat stroybroad