PROPOSAL
UJI KOMPETENSI KEAHLIAN
PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM SANHIME TAKOYAKI

SMK NEGERI 1 PENGASIH

DISUSUN OLEH :

Nama : Anggraeni Atikasari
Nis : 15405
Kelas : XII
Kompetensi Keahlian : Desain Komunikasi Visual

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

Tahun Pelajaran 2026

LEMBAR PENGESAHAN
RENCANA PROJEK KERJA

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

No Absen : 02
Nama Peserta : Anggraeni Atikasari

PEMBUATAN VIDEO PROMOSI UMKM SANHIME TAKOYAKI SMK NEGERI 1 PENGASIH

Mengetahui,
Pembimbing Project

Kulon Progo, 8 Oktober 2026
Peserta Uji

Arif Gunawan, S. Pd.
NIP. 19760220 200501 1 003

Anggraeni Atikasari
NISN. 0062752199

Mengesahkan,
Kepala Program Keahlian

Eko Sulistyobudi, S.T.

NIP. 19760518 200604 1 008

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga proposal Uji Kompetensi Keahlian (UKK) Pembuatan Video Promosi UMKM Sanhime Takoyaki ini dapat diselesaikan dengan baik. Proposal ini disusun sebagai panduan dan syarat kelulusan ujian praktik Desain Komunikasi Visual di SMKN 1 Pengasih Tahun Ajaran 2026/2027.

Karya ini merupakan penerapan langsung dari teori dan praktik DKV yang telah dipelajari, mulai dari perpaduan audio, visual, hingga penerapan tipografi. Proposal ini diajukan untuk memberikan gambaran konsep video sekaligus mendapatkan persetujuan dari pihak-pihak terkait.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada guru pembimbing yang telah memberikan arahan dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam penyusunan karya ini. Terima kasih juga kepada teman-teman sejawat yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat selama proses persiapan ujian.

Penulis menyadari proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi pengembangan UMKM dan menjadi bukti kompetensi penulis.

Kulon Progo, 8 Oktober 2026

Anggraeni Atikasari

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
RENCANA PROJEK KERJA ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang **1**
B. Tujuan Kegiatan **1**
BAB II ISI PROPOSAL 2
A. Identitas Proyek **2**
B. Identifikasi Kebutuhan Kreatif **2**
1. Ide Utama 2
2. Pesan yang Disampaikan 2
3. Target Audiens 2
C. Arahan Kreatif **2**
D. Perencanaan Produksi Visual **3**
1. Set yang Dibutuhkan 3
2. Peralatan Produksi 3
3. Lokasi Video 3
E. Perencanaan Audio **3**
1. Konsep Audio 3
2. Koponen Audio 4
F. Strategi Pencarian & Pengumpulan Asset **4**
1. Strategi Pencarian Asset 4
2. Daftar Asset 4
G. Basis Data Perangkat Multimedia **4**
H. Rencana Alur Produksi **5**
I. Storyboard **5**
J. Pelaksanaan Produksi **7**
K. Revisi Hasil Produksi **8**
1. Review Visual 8

2. Review Audio 9
L. Penyelesaian Masalah 9
M. Output & Distribusi 9
1. Spesifikasi Output 9
2. Media Distribusi 9
N. Konfirmasi Hasil Akhir 9
BAB III PENUTUP 10
A. Kesimpulan 10
B. Saran 10
LAMPIRAN 11
Lampiran 1 – Dokumentasi Kegiatan 11
Lampiran 2 – Storyboard 12

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persiapan alat 11
Gambar 2 Persiapan lokasi 11
Gambar 3 Pengambilan video 11
Gambar 4 Perekaman audio 11
Gambar 5 Proses editing 11
Gambar 6 Review hasil 11
Gambar 7 Storyboard 12

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor kuliner merupakan salah satu bidang UMKM yang berkembang pesat di Indonesia dengan persaingan bisnis yang ketat. Di era digital, media sosial seperti Instagram dan TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Video promosi digital mampu menggabungkan unsur visual dan audio untuk menampilkan produk secara menarik serta meningkatkan minat konsumen.

Sanhime Takoyaki merupakan UMKM kuliner lokal yang menawarkan makanan ringan khas Jepang dengan berbagai pilihan menu, isian, dan *topping*. Sasaran promosi ini adalah remaja dan generasi muda, khususnya pelajar, mahasiswa, serta masyarakat yang menyukai jajanan kekinian

Oleh karena itu, diperlukan perancangan video promosi digital yang menarik dan informatif untuk memperluas jangkauan pemasaran Sanhime Takoyaki melalui media sosial. Video ini diharapkan dapat meningkatkan pengenalan merek (*brand awareness*) serta mendorong minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk Sanhime Takoyaki.

B. Tujuan Kegiatan

1. Memperkenalkan produk UMKM Sanhime Takoyaki kepada masyarakat melalui media digital.
2. Menarik perhatian calon konsumen melalui tampilan video yang menarik dan menggugah selera.
3. Meningkatkan minat masyarakat untuk mencoba dan membeli produk Sanhime Takoyaki.
4. Memperluas jangkauan promosi melalui media sosial.
5. Menerapkan keterampilan Desain Komunikasi Visual, mulai dari perencanaan konsep, pengambilan gambar, hingga proses *editing* video.

BAB II
ISI PROPOSAL

A. Identitas Proyek

Komponen	Isian
Nama Siswa	Anggraeni Atikasari
Kelas	XII DKV
Judul Proyek	Video Promosi Produk Makanan
Jenis Produk	Video Promosi
Client/Objek	UMKM
Target Audiens	Remaja dan generasi muda, terutama pelajar, mahasiswa, dan pecinta jajanan.
Durasi	62 detik
Format/Ukuran	2160 × 3840 px
Software/Peralatan	Kamera DSLR, HP, CapCut

B. Identifikasi Kebutuhan Kreatif

1. Ide Utama

   Membuat video promosi takoyaki dengan menampilkan proses pembuatan, varian menu, dan tampilan takoyaki yang menggugah selera.

2. Pesan yang Disampaikan

   Takoyaki dengan harga mulai dari 12 ribu yang dibuat *fresh*, memiliki rasa yang lezat, dan tersedia dalam berbagai pilihan menu yang cocok untuk dinikmati kapan saja.

3. Target Audiens

   Remaja dan generasi muda, terutama pelajar, mahasiswa, dan pecinta jajanan.

C. Arahan Kreatif

Unsur	Arahan Kreatif
Gaya Visual	Natural, sederhana.
Warna	Natural.

Tipografi/Teks	Menggunakan *font* RESOLVE yang sangat mudah dibaca dengan cepat.
Fotografi/Videografi	Menggunakan *close-up* untuk memperlihatkan detail produk, *medium shot* untuk menampilkan aktivitas.
Editing	Menggunakan *cutting* sederhana dan transisi yang tidak berlebihan.
Mood/Suasana	Santai.
Audio/Musik	*Backsound* Cooking BGN (Japanese Style) dengan *sound effect* Ding.
Narasi/Dialog	Menggunakan *voice over* untuk menjelaskan varian, cara pembuatan, rasa, tempat produk yang dijual.

D. Perencanaan Produksi Visual

1. Set yang Dibutuhkan

Aset	Keterangan	Sumber
Foto/Video Produk	Pengambilan foto dan video mentai takoyaki.	*Take* video sendiri
Video Lokasi	Gerobak luar dan papan logo.	*Take* video sendiri
Logo	Logo Sanhime Takoyaki yang terdapat pada papan gerobak.	*Take* video sendiri

2. Peralatan Produksi

Aset	Keterangan/Sumber
Kamera DSLR	*Take* video
HP	*Editing* video

3. Lokasi Video

   Lokasi berada di depan Tomira di jalan Brigjen Katamso Wates.

E. Perencanaan Audio

1. Konsep Audio

   Audio menggunakan musik instrumental dengan tempo sedang. Ditambahkan *sound effect* pada beberapa bagian untuk memperkuat aktivitas dalam video.

2. Koponen Audio

Komponen	Kebutuhan
Musik	Ada, digunakan sebagai *backsound* untuk mendukung video promosi agar lebih nyaman ditonton dan menarik.
Voice Over	Ada, digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk Sanhime Takoyaki.
Dialog	Ada, digunakan untuk menyampaikan informasi secara langsung melalui percakapan.
Sound Effect	Ada, digunakan sebagai efek suara tambahan untuk memperkuat suasana dan memberikan penekanan pada bagian tertentu dalam video.
Ambience	Ada, berupa suara alami dari lingkungan saat proses pengambilan video.

F. Strategi Pencarian & Pengumpulan Asset

1. Strategi Pencarian Asset

Aset visual utama dibuat melalui dokumentasi sendiri. Aset musik dan *sound effect* dicari dari CapCut yang sumbernya mengizinkan penggunaannya. Asset yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan konsep dan tidak melanggar hak penggunaan.

2. Daftar Asset

Nama Aset	Jenis	Sumber	Status
Video Sanhime Takoyaki	Video	Dokumentasi Sendiri	✓
Backsound Video	Musik	CapCut	✓
Sound Effect	SFX	CapCut	✓
Font Video	*Font*	CapCut	✓

G. Basis Data Perangkat Multimedia

Perangkat	Spesifikasi	Fungsi
Kamera	Kamera Canon EOS 800D	Mengambil video
HP	Samsung A13	Mengedit video dan *voice over*

H. Rencana Alur Produksi

Tahap	Kegiatan	Hasil
Pra-Produksi	Menentukan ide dan konsep	Konsep
Pra-Produksi	Membuat *storyboard*	*Storyboard*
Pra-Produksi	Menyiapkan alat dan aset	Aset siap
Produksi	Pengambilan gambar	*Footage*
Produksi	Perekaman audio	Audio
Pasca-Produksi	*Editing* visual	Video
Pasca-Produksi	*Editing* audio	Audio final
Review	Pemeriksaan hasil	Catatan revisi
Revisi	Memperbaiki hasil	Produk final

I. Storyboard

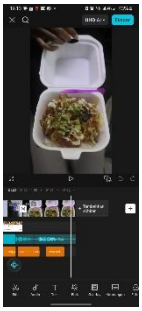
Gambar	Deskripsi Visual	Audio/ Dialog	Durasi
	*Footage* pembakaran saus mentai menggunakan *torc*, memutar adonan takoyaki di atas cetakan, pengambilan gambar *close-up* saat mencicipi takoyaki.	Mulai dari 12 ribu aja kamu udah bisa nikmatin takoyaki seenak ini.	0 - 4 detik
	*Footage* gerobak takoyaki dan papan logo Sanhime Takoyaki.	Nama tempatnya Sanhime takoyaki.	4 - 7 detik
	*Footage* proses menuangkan adonan takoyaki, serta proses memutar adonan takoyaki yang setengah matang.	Selalu dibuat dadakan saat kita pesan.	7 - 10 detik
	Pengambilan gambar *close-up* saat penjual menjelaskan variasi menu, lembar menu,	A: disini menunya ada apa aja? B : ada *original* takoyaki, *spicy*	11 - 17 detik

	dan papan ilustrasi gambar takoyaki.	takoyaki, mentai takoyaki sama *chesee* takoyaki kak.	
	*Footage* pemberian isian keju, gurita, dan sosis, serta proses membalikkan takoyaki yang sudah berbentuk bulat namun belum berwarna cokelat keemasan.	Isiannya ada gurita, sosis, *crab stick* dan *chesee*.	17 - 22 detik
	*Footage* takoyaki matang yang diangkat dan ditata di dalam wadah, lalu diberi saus takoyaki, saus mentai, proses pembakaran dengan *torch*, taburan *katsuobushi*, saus mayones, dan taburan nori.	Dimasak sampai matang lalu dikasih saus takoyaki dan mentai, lalu di *torch* dan di taburi *katsuobusi*, mayo dan nori.	22 - 31 detik
	*Footage* penjual menyerahkan kantong plastik berisi takoyaki dalam kemasan *styrofoam*, dilanjutkan saat membuka kemasan tersebut, lalu diperjelas dengan teknik *zoom-in* ke arah takoyaki.	-	31 - 38 detik
	*Footage* konsumen sedang menyantap takoyaki dengan ekspresi wajah bahagia karena cita rasa takoyaki yang lezat.	Pas digigit luarnya krispi dalamnya lembut. Isiannya gak pelit. Apalagi sausnya enak banget.	38 - 46 detik

	Pengambilan gambar *close-up* dari arah samping saat penjual memasak takoyaki, dilanjutkan dengan *footage* area gerobak.	Buka setiap hari kecuali hari libur di jam 4 sore sampai jam setengah 9 malam.	46 - 52 detik
	*Footage* logo Sanhime Takoyaki yang dilanjutkan dengan visualisasi papan logo Sangime Takoyaki dan papan nama Tomira.	Dari pada cuma ngiler mending langsung gas sore ini ke Sanhime Takoyaki, pas di depan Tomira jalan Brigjen Katamso, Wates, Kulon Progo.	42 - 60 detik
	*Footage close-up* takoyaki.	Mau coba varian apa nih.	60 - 62 detik

J. Pelaksanaan Produksi

Kegiatan	Foto	Keterangan
Persiapan Alat		Persiapan alat dilakukan sebelum proses produksi untuk memastikan semua peralatan yang dibutuhkan tersedia dan berfungsi dengan baik. Alat yang disiapkan yaitu kamera.
Persiapan Lokasi		Persiapan lokasi dilakukan sebelum proses produksi dengan menentukan tempat pengambilan video yang sesuai dengan konsep promosi.

Produksi/ Pengambilan Foto		Melakukan pengambilan video produk Sanhime Takoyaki untuk menampilkan bentuk, tampilan, dan detail produk secara menarik yang sesuai dengan konsep video promosi.
Perekaman Audio		Perekaman audio dilakukan untuk menghasilkan suara *voice over* yang jelas dan sesuai dengan konsep video promosi.
Proses *Editing*		Proses editing dilakukan dengan menggabungkan dan menyusun hasil rekaman video sesuai dengan storyboard yang telah dibuat.
Review hasil		*Review* hasil dilakukan untuk memeriksa kembali video promosi yang telah selesai diedit.

K. Revisi Hasil Produksi

1. Review Visual

   Visual sudah sesuai dengan konsep, tetapi beberapa gambar masih kurang terang sehingga perlu dilakukan penyesuaian pencahayaan.

2. Review Audio

Sudah bagus. Komposisi antara *voice over* dan *backsound* sudah seimbang dan sesuai dengan video. Suara *voice over* terdengar jelas, sementara *backsound* tidak terlalu dominan sehingga pesan yang disampaikan tetap mudah dipahami.

L. Penyelesaian Masalah

Masalah/Kendala	Penyelesaian
Pencahayaan kurang	Menyesuaikan kecerahan di CapCut

M. Output & Distribusi

1. Spesifikasi Output

Komponen	Keterangan
Format file	MP4
Resolusi	2160 px
Rasio	9:16
Durasi	62 detik
Ukuran file	331 MB
Nama file	Sanhime Takoyaki

2. Media Distribusi

TikTok

N. Konfirmasi Hasil Akhir

☑ 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

Pembuatan video promosi UMKM Sanhime Takoyaki merupakan salah satu bentuk penerapan ilmu dan keterampilan Desain Komunikasi Visual dalam bidang promosi dan produksi media digital. Video promosi ini dirancang untuk memperkenalkan Sanhime Takoyaki kepada masyarakat, khususnya generasi muda, melalui penyajian visual makanan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik media sosial.

Melalui video promosi ini, keunggulan Sanhime Takoyaki seperti takoyaki yang dibuat secara *fresh*, memiliki berbagai pilihan menu dan isian, *topping* yang menarik, serta harga yang terjangkau dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik kepada calon konsumen. Video juga diharapkan dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan promosi Sanhime Takoyaki melalui media sosial.

Dalam proses pembuatannya, kegiatan ini meliputi beberapa tahapan, yaitu menentukan konsep, membuat *storyboard*, melakukan pengambilan gambar, proses *editing*, pemberian audio dan *voice over*, hingga tahap *review* dan revisi. Dengan adanya proses tersebut, diharapkan hasil akhir video dapat menjadi media promosi yang efektif dan mampu memberikan informasi mengenai produk Sanhime Takoyaki kepada masyarakat.

B. Saran

Pembuatan video promosi Sanhime Takoyaki membutuhkan perencanaan matang mulai dari penentuan konsep, pengambilan gambar, pencahayaan, tata suara, hingga proses editing agar hasilnya menarik dan jelas bagi penonton. Video ini dirancang sebagai media promosi di media sosial untuk mengenalkan produk ke jangkauan pasar yang lebih luas. Agar daya tarik konsumen tetap terjaga, pembuatan konten bervariasi juga perlu dilakukan secara konsisten.

Bagi penulis, proyek ini menjadi sarana belajar yang berharga dalam menerapkan ilmu videografi pada skala UMKM. Pengalaman langsung ini diharapkan dapat mengasah keterampilan di bidang desain, pengambilan gambar, *editing*, serta pembuatan konten kreatif untuk pengembangan diri di masa depan.

LAMPIRAN

Lampiran 1 – Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1 Persiapan alat



Gambar 2 Persiapan lokasi



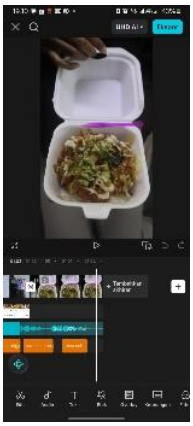
Gambar 3 Pengambilan video



Gambar 4 Perekaman audio

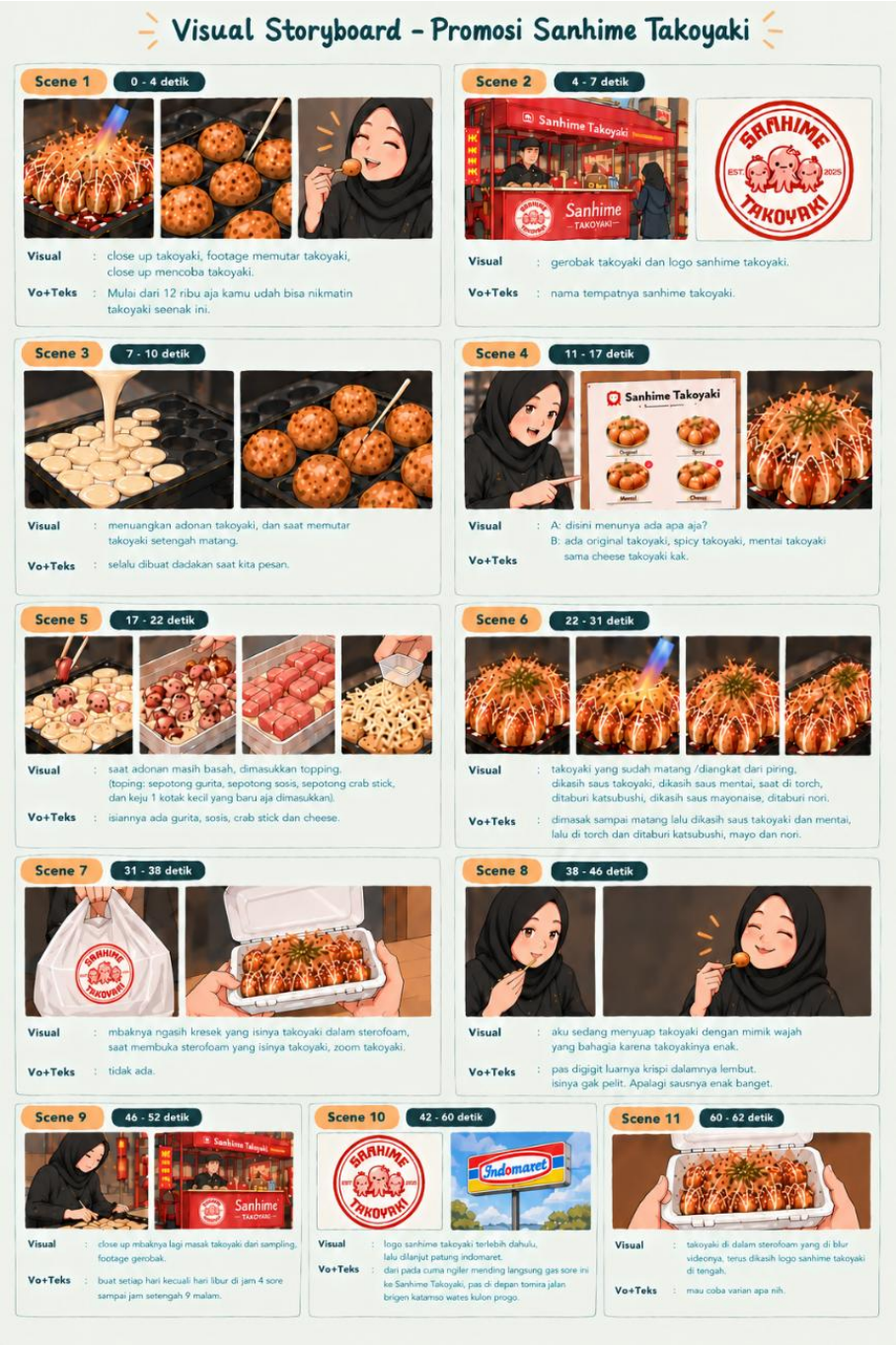


Gambar 5 Proses editing



Gambar 6 Review hasil

Lampiran 2 – Storyboard



Gambar 7 Storyboard