

**LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN**

**PEMBUATAN KONTEN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UMKM LAZIZA BAKERY**



Disusun Oleh :

Nama Mahasiswa : Kurnia Anggie Oktriana

NIM : 220202676

Program Studi : Ilmu Komputer (S1)

**UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER (S1)
KEBUMEN
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik laporan Kuliah Kerja Lapangan oleh Dosen Pembimbing, dengan judul :

**" PEMBUATAN KONTEN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI
UMKM LAZIZA BAKERY"**

Kebumen, 23 Oktober 2025

Mahasiswa

Dosen Pembimbing,



Kurnia Anggie Oktiana

Dr. Gunarso Wiwoho, S.M.,MM.
NIDN: 0612097501

NIM : 220202676

MOTTO

“Aku Tidak Harus Sempurna, Berusaha Dari Diri Sendiri, Terus Berkembang, Memperbaiki Diri, Berdoa, Dan Berani Keluar Dari Zona Nyaman, Sebab Hidup Adalah Perjalanan Belajar Yang Tak Berhenti.”



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dengan judul **“Pembuatan Konten Video Sebagai Media Promosi UMKM Laziza Bakery”**. Laporan ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan Kegiatan Kerja Lapangan (KKL) ini tidak terlepas dari bantuan, saran, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam pelaksanaan serta penyusunan laporan Kegiatan Kerja Kuliah Lapangan (KKL), khususnya kepada :

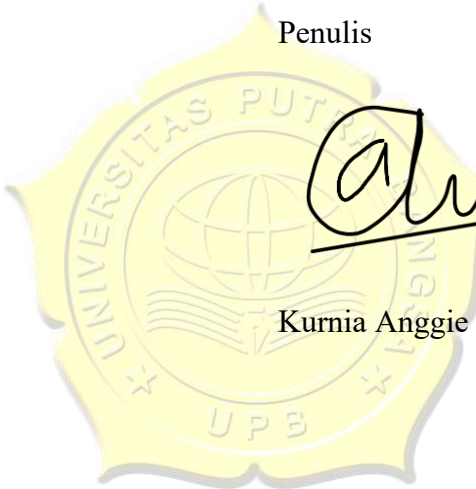
1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Awaludin ‘Abid, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Prodi Ilmu Komputer Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Awaludin ‘Abid, S.Kom., M.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyusun Kuliah Kerja Lapangan.
4. Bapak Rahmat Widiyanto selaku pemilik ”UMKM Laziza Bakery & Cake” yang telah mengizinkan penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan.
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang tiada henti selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan serta motivasi dalam mengerjakan laporan Kuliah Kerja Lapangan.
6. Semua karyawan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Laziza Bakery & Cake yang telah memberikan pengalaman dan pengetahuan sebagai masukan di dalam Kuliah Kerja Lapangan.
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan motivasi yang telah membantu dalam penyusunan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini.

8. Serta pihak tidak bisa disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan motivasi maupun dorongan dalam mengerjakan laporan Kuliah Kerja Lapangan.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak khususnya bagi penulis dan pembaca serta dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan.

Kebumen, 9 September 2025

Penulis



Kurnia Anggie Oktriana

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat KKL	3
1.2.1 Tujuan KKL	3
1.2.2 Manfaat KKL	3
1.3 Prosedur dan Pelaksanaan	4
1.3.1 Tahap Persiapan	4
1.3.2 Tahap Pelaksanaan	5
BAB II PEMBAHASAN	8
2.1 Gambaran Umum Perusahaan	8
2.1.1 Data Perusahaan	9
2.1.3 Struktur Organisasi	10
2.3 Program Pembuatan Video	12
2.3.1 Perencanaan dan Persiapan	12
2.3.2 Produksi Video	20
2.3.4 Pasca Produksi	21
2.3.4 Distribusi dan Publikasi	26
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	28
3.1 Kesimpulan	28
3.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	30

DAFTAR LAMPIRAN	33
------------------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Rencana Kegiatan KKL 2025.....	7
Tabel II - 1 Storyboard Produk Bolu Pandan.....	13
Tabel II - 2 Storyboard Produk Donat.....	15
Tabel II - 3 Storyboard Produk Bolen Pisang.....	17
Tabel II - 4 Storyboard Produk Roti Tawar	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Struktur Organisasi UMKM Laziza Bakery & Cake	11
Gambar II - 2 Proses Importing	22
Gambar II - 3 Proses Editing.....	23
Gambar II - 4 Transisi.....	24
Gambar II - 5 Penambahan Backsound.....	25
Gambar II - 6 Proses Exporting	26
Gambar II - 7 Publikasi	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 NIB	34
Lampiran 2 Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.....	35
Lampiran 3 Surat Permohonan Izin KKL	36
Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Tempat KKL.....	37
Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesediaan Unggah Video Dokumentasi KKL Pada Kanal YouTube	38
Lampiran 6 Surat Pengajuan Judul Laporan KKL	39
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Penulisan Laporan KKL	40
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Kegiatan KKL.....	41
Lampiran 9 Denah Lokasi UMKM Laziza Bakery & Cake	42
Lampiran 10 Foto Produk UMKM Laziza Bakery & Cake	42
Lampiran 11 Dokumentasi Produksi UMKM Laziza Bakery & Cake	44
Lampiran 12 Foto Bersama Pemilik UMKM Laziza Bakery & Cake	45
Lampiran 13 Dokumentasi Kegiatan di Laziza Bakery & Cake.....	46
Lampiran 14 Tautan Video Tempat KKL di Youtube	46



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan badan usaha berskala kecil namun memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong perekonomian Indonesia. Peran UMKM semakin nyata terlihat pascakrisis tahun 1997–1998, ketika banyak perusahaan besar mengalami kebangkrutan, sementara UMKM justru mampu bertahan dan menjadi penopang perekonomian nasional, sekaligus berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan (Halim, 2020; Putri, 2021).

Dalam era digital yang serba terhubung secara online saat ini, media sosial menjadi platform yang sangat efektif untuk mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa. Bagi UMKM seperti Laziza Bakery, pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran memberikan keuntungan signifikan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, membuka akses langsung kepada pelanggan potensial, serta memungkinkan interaksi dua arah dan terbentuknya komunitas online.

Selain biaya yang relatif murah dan tidak membutuhkan keahlian khusus pada tahap awal, media sosial dinilai mampu meraih (engage) konsumen secara langsung karena banyak audiens yang tertarik dan terpengaruh oleh iklan di media sosial (Handoko, dkk., 2020). Salah satu strategi pemasaran digital yang efektif adalah pemanfaatan konten kreatif, terutama video. Video sebagai media promosi memiliki daya tarik lebih kuat dibandingkan teks atau gambar karena dapat menyampaikan pesan secara lebih menarik, komunikatif, dan interaktif. Melalui video, keunggulan produk, proses pembuatan, hingga nilai merek dapat digambarkan dengan jelas. Terlebih, dengan semakin populernya platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, konten video memiliki potensi besar

untuk menjangkau konsumen dalam jumlah yang lebih luas serta memperkuat brand awareness dengan cepat.

Perkembangan teknologi, digitalisasi, dan internet juga telah menggeser tren pemasaran dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Strategi digital marketing ini dinilai lebih prospektif karena memungkinkan calon pelanggan untuk memperoleh informasi produk sekaligus melakukan transaksi melalui internet. Namun, pelaku UMKM masih menghadapi tantangan, terutama terkait kualitas, kemampuan, keahlian, dan keterampilan sumber daya manusia. Faktor SDM menjadi kunci penting bagi kemajuan UMKM, baik dalam pengembangan produk yang membutuhkan keahlian khusus, maupun pemasaran yang harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman (Retnowati et al., 2021).

Kabupaten Kebumen sendiri memiliki beragam UMKM dengan hasil produksi mulai dari makanan hingga kerajinan tangan. Salah satunya adalah UMKM Laziza Bakery yang dijalankan oleh Bapak Rahmat Widiyanto dan berlokasi di Jl. Kemakmuran No. 4, Kec. Karanganyar, Kab. Kebumen (timur SMAN 1 Karanganyar).

Laziza Bakery merupakan UMKM di bidang kuliner yang bergerak pada produksi dan penjualan roti, kue, serta berbagai olahan bakery lainnya. Nama “Laziza” diambil dari bahasa Arab yang berarti “lezat” atau “nikmat”, mencerminkan usaha yang berfokus pada penyajian produk dengan cita rasa enak, berkualitas, dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat. Sebagai brand lokal Karanganyar yang memiliki keunikan tersendiri, Laziza Bakery perlu memanfaatkan media sosial, khususnya platform Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sarana promosi melalui konten video yang menarik dan kreatif. Melalui konten video yang diunggah pada platform-platform tersebut, Laziza Bakery dapat memperluas jangkauan promosi, meningkatkan visibilitas brand, serta memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, termasuk wisatawan dari luar daerah yang dapat menjadikan produk Laziza Bakery sebagai oleh-oleh maupun hidangan keluarga. Dengan

strategi ini, Laziza Bakery dapat bersaing dengan pelaku usaha sejenis sekaligus memperkuat posisinya sebagai UMKM unggul di bidang roti dan kue.

1.2 Tujuan dan Manfaat KKL

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengetahui dunia industri yang sebenarnya. Adapun tujuan dan manfaat KKL adalah sebagai berikut :

1.2.1 Tujuan KKL

Tujuan dilaksanakannya Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah sebagai berikut :

1. Menunjukkan kualitas mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu dan pengalaman yang diperoleh selama proses pembelajaran serta dapat memberikan manfaat bagi tempat Kuliah Kerja Lapangan.
2. Meningkatkan kemampuan dalam pembuatan konten video promosi melalui media digital dengan menampilkan produk Laziza Bakery yang menarik.
3. Melatih mahasiswa dalam proses produksi video mulai dari perencanaan, pengambilan video, editing, hingga publikasi.
4. Menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai UMKM dan pemasaran melalui media digital.
5. Melatih kemampuan penulis bersikap mandiri dan bertanggungjawab.

1.2.2 Manfaat KKL

Manfaat dilaksanakannya Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

- a. Penulis dapat memperoleh pengalaman nyata di UMKM Laziza Bakery dan mendapatkan wawasan yang lebih baik mengenai praktik kerja di bidang pemasaran.
 - b. Membantu penulis mengembangkan keterampilan praktis komunikasi untuk berinteraksi langsung di dunia kerja, kerja sama, melatih mental, dan mengelola proyek.
 - c. Mengembangkan pola pikir penulis dalam menyelesaikan suatu masalah yang terjadi dilapangan.
2. Bagi UMKM
- a. Laziza Bakery mendapatkan berupa konten video untuk memperluas jangkauan pasar dan menjangkau lebih banyak pelanggan.
 - b. Dapat meningkatkan kualitas produk Laziza Bakery menjadi lebih menarik.
 - c. Membantu mengelola pemasaran yang lebih efektif dan efisien melalui strategi yang tepat untuk digunakan.

1.3 Prosedur dan Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan KKL, penulis mengikuti tahapan kegiatan sesuai dengan prosedur yang telah disusun. Prosedur pelaksanaan KKL terbagi dalam beberapa tahapan, sebagai berikut :

1.3.1 Tahap Persiapan

1. Mahasiswa mengisi Kartu Rencana Studi mata Kuliah Kerja Lapangan.
2. Mahasiswa mendapatkan dosen pembimbing KKL dan mendiskusikan objek yang akan diteliti.
3. Penulis mencari objek penelitian sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.
4. Mengunjungi UMKM Laziza Bakery & Cake untuk meminta izin melaksanakan KKL.

5. Mengisi Sistem Informasi Manajemen (SIM) untuk mengajukan surat pernyataan ketersediaan tempat dari pihak Universitas Putra Bangsa untuk diajukan kepada pihak instansi.
6. Mengunjungi Badan Administrasi (BAU) untuk mencetak surat pernyataan ketersediaan tempat KKL dari pihak Universitas Putra Bangsa untuk diajukan kepada instansi.

1.3.2 Tahap Pelaksanaan

1. Minggu ketiga bulan Juli 2025

Penulis bersama dengan kelompok mencari tempat KKL yang akan dijadikan suatu objek KKL, kemudian penulis bersama tim kelompok mengunjungi tempat KKL yaitu UMKM Laziza Bakery untuk mensurvei tempat dan memperkenalkan diri kepada pemilik UMKM Laziza Bakery serta memohon izin kerja sama dalam melaksanakan KKL.

2. Minggu keempat bulan Juli 2025

Penulis bersama kelompok melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing terkait dengan objek KKL yaitu UMKM Laziza Bakery dan meminta tanda tangan dari pemilik UMKM untuk ketersediaan tempat pelaksanaan KKL.

3. Minggu pertama bulan Agustus 2025

Penulis bersama kelompok mengunjungi UMKM Laziza bakery memperkenalkan diri dan melakukan wawancara kepada pemilik UMKM Laziza Bakery untuk mendapatkan informasi terkait topik dari masing-masing anggota kelompok. Selain itu, penulis juga telah menyusun storyboard video dan proses pengambilan gambar.

4. Minggu kedua bulan Agustus 2025

Penulis melakukan proses syuting video pertama untuk profil toko yang berfokus pada tampilan toko, suasana toko, dan interaksi dengan pelanggan. Melakukan proses syuting untuk video kedua yaitu pengambilan video produk yang berfokus pada pengambilan

detail produk, proses pembuatan singkat, dan tampilan produk yang dapat menggugah selera. Selain itu, penulis mengumpulkan semua rekaman mentah.

5. Minggu ketiga bulan Agustus 2025

Penulis memulai proses editing video melalui aplikasi capcut yang meliputi pemilihan klip, pemotongan, penyusunan alur cerita, dan penambahan musik. Selain itu, penulis merevisi berdasarkan masukan yang telah diberikan kepada pemilik UMKM Laziza Bakery.

6. Minggu keempat bulan Agustus 2025

Penulis menyerahkan hasil akhir video kepada pemilik UMKM Laziza Bakery dan mengunggah video tersebut di platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Selain itu, penulis bersama kelompok melakukan pengambilan data yang berupa wawancara, dengan pemilik dan foto bersama.

7. Minggu pertama bulan September 2025 sampai dengan akhir September 2025 menyusun laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL).



Tabel I - 1

Rencana Kegiatan KKL 2025

No	Materi	Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mencari tempat KKL												
2	Pembuatan storyboard bolu pandan, donat, bolen pisang, dan roti tawar												
3	Take video bolu pandan dan donat												
4	Take video bolen pisang dan roti tawar												
5	Editing video dan publikasi video												
6	BAB I												
7	BAB II												
8	BAB III												

Sumber: Buku Pedoman KKL 2024

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

UMKM Laziza Bakery & Cake merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner, khususnya produksi dan penjualan roti, kue, serta berbagai olahan bakery lainnya. UMKM Laziza Bakery & Cake didirikan oleh Rahmat Widiyanto pada tahun 2017 yang berlokasi di Jl. Kemakmuran No.4, RT.01/RW.01, Ngebak, Plarangan, Kec. Karanganyar, Kab. Kebumen, Jawa Tengah.

Nama “Laziza” sendiri diambil dari bahasa Arab yang berarti “lezat” atau “nikmat”, yang mencerminkan komitmen usaha ini dalam menghadirkan produk berkualitas tinggi dan bercita rasa nikmat. Sebagai UMKM yang terus berkembang, Laziza Bakery memiliki keunggulan pada kualitas bahan baku, inovasi produk, dan pelayanan ramah kepada pelanggan. Produk-produk Laziza Bakery tidak hanya diminati masyarakat sekitar, tetapi juga berpotensi menjadi oleh-oleh bagi wisatawan luar daerah yang berkunjung ke Karanganyar.

Dalam menghadapi persaingan di era digital, Laziza Bakery berupaya memperkuat strategi pemasarannya dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube digunakan untuk mengunggah konten video yang menarik dan kreatif mengenai produk-produk Laziza Bakery, sehingga dapat meningkatkan daya tarik, memperluas jangkauan pasar, serta membangun citra positif sebagai UMKM unggul di bidang bakery.

Selain itu, Laziza Bakery memiliki struktur organisasi yang jelas untuk mendukung operasionalnya. Struktur ini mencakup pimpinan, manajer operasional, serta bagian-bagian penting seperti purchasing, produksi, dan pemasaran. Pembagian tugas yang terarah ini membuat setiap proses berjalan

efektif dan efisien, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan produk, hingga promosi dan pemasaran.

Dengan sistem dan taktik yang terencana, Laziza Bakery & Cake tidak hanya memusatkan perhatian pada pengembangan bisnis, tetapi juga pada penguatan sumber daya manusia dan sumbangan terhadap ekonomi lokal. Seiring berjalannya waktu, UMKM ini telah membuka peluang kerja bagi masyarakat setempat dan menjadi teladan sukses dalam penerapan teknologi digital untuk pertumbuhan usaha. Dengan pendekatan yang komprehensif, Laziza Bakery & Cake tidak hanya diakui sebagai penyaji makanan yang enak, tetapi juga sebagai bisnis yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif untuk masyarakat.

2.1.1 Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : Laziza Bakery & Cake
2. Bidang Usaha : Bakery & Cake
3. Jenis Produk/Jasa : Roti kering, kue, roti tawar, roti basah, roti manis, roti tawar
4. Alamat Perusahaan : Jl. Kemakmuran No. 4,
RT.01/RW.01, Kec. Karanganyar,
Kab.Kebumen, Jawa Tengah
5. Nomor Telepon : 081327017105
6. Nomor Fax : -
7. Alamat E-mail : rahmat.widiyantogb@gmail.com
8. Situs Web : -
9. Bank Perusahaan : -
10. Bentuk Badan Hukum : Usaha Mikro
11. NIB : 0220005520856
12. NPWP : 09.246.417.1-532.000
13. Nomor Akte Pendirian : -

14. Mulai Berdiri : 1 November 2017

2.1.2 Biodata Pemilik/Pengurus

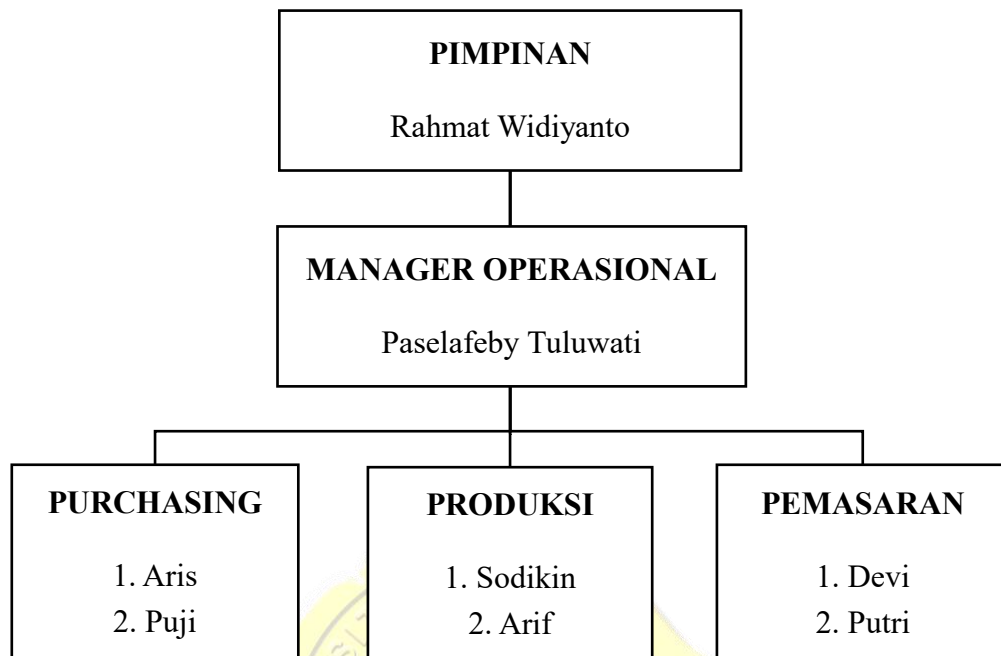
1. Nama : Rahmat Widiyanto
2. Jabatan : Pemilik UMKM
3. Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 3 Februari 1971
4. Alamat : Desa Karangmiri, RT01/RW01,
Kec. Karanganyar, Kab.Kebumen,
Jawa Tengah
5. Nomor Telepon : 082138328007
6. Nomor Fax : -
7. Alamat E-mail : rahmat.widiyantogb@gmail.com
8. Pendidikan Terakhir : SMA
9. Pengalaman Kerja : Gramedia dan Karyawan Manager
Sinar Mas

2.1.3 Struktur Organisasi

Menurut Wisnu (2019:8) struktur organisasi dapat dikatakan sebagai suatu sistem yang berkaitan dengan tugas, tanggungjawab, wewenang dan kekuasaan formal untuk melakukan pengawasan terhadap masing-masing pekerjaan guna untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut. Struktur organisasi dibentuk agar mampu memberikan arahan yang jelas, mendukung komunikasi yang efektif, serta mampu menciptakan kolaborasi antar anggota sehingga terbentuklah kinerja yang maksimal (Cahyani & Adelia, 2024).

Dengan adanya struktur organisasi pada UMKM Laziza Bakery, setiap anggota dapat memahami tugas dan fungsi masing-masing, sehingga tanggung jawab lebih jelas. Berikut ini adalah struktur organisasi dari UMKM Laziza Bakery :

Gambar II - 1

Struktur Organisasi UMKM Laziza Bakery & Cake

Sumber : UMKM Laziza Bakery & Cake 2025

Berdasarkan tabel yang telah disajikan diatas terdapat tugas dari masing-masing bagian yaitu :

a. Pimpinan

Bapak Rahmat Widiyanto selaku pemilik sekaligus pimpinan UMKM Laziza Bakery yang memiliki tugas merencanakan, melakukan pengawasan, mengatur strategi, serta bertanggung jawab atas keberhasilan dan kelancaran pada Usaha Mikro Kecil dan Usaha Mikro Kecil Menengah Laziza Bakery.

b. Manager Operasional

Ibu Paselafeby bertanggung jawab membantu pimpinan dalam mengatur dan mengawasi kegiatan operasional, mengkoordinasikan bagian purchasing, produksi, dan pemasaran agar bisnis berjalan dengan lancar serta memberikan

saran terhadap kendala teknis maupun nonteknis pada UMKM Laziza Bakery.

c. Purchasing

Tugas bagian purchasing yaitu bertanggung jawab untuk pengadaan bahan baku roti yang dibutuhkan untuk proses produksi Laziza Bakery, ketersediaan stok, menjaga kualitas, dan menjalin kolaborasi dengan pemasok agar kegiatan produksi berjalan dengan lancar.

d. Produksi

Sejumlah karyawan yang bertugas untuk mengerjakan semua proses produksi, yaitu mengolah bahan baku menjadi roti, kue, dan berbagai produk di Laziza Bakery dan menjaga kualitas produk.

e. Pemasaran

Tugas dari bagian pemasaran yaitu menyusun strategi pemasaran dan promosi produk, menjualkan produknya secara online maupun offline.

2.3 Program Pembuatan Video

Program pembuatan video adalah suatu kegiatan untuk mempromosikan UMKM Laziza Bakery melalui media digital, dimana dimulai dengan perencanaan yang matang, seperti penentuan target audiens, dan pengembangan konsep kreatif.

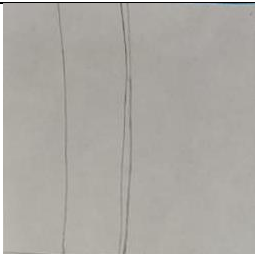
2.3.1 Perencanaan dan Persiapan

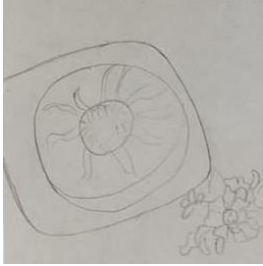
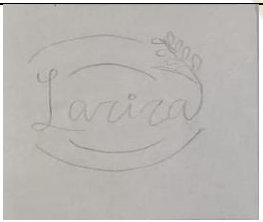
Tahap pra-produksi adalah kegiatan dari pembahasan ide (gagasan) awal sampai dengan pelaksanaan gambar atau video (Morissan, 2015:309). Tahap perencanaan dan persiapan merupakan langkah-langkah yang berhubungan dengan tahap persiapan dalam pembuatan sebuah video/film atau sebelum melakukan produksi video/film. Dalam tahap ini meliputi penyusunan konsep video, tujuan promosi,

penyusunan naskah, dan storyboard sesuai dengan karakteristik produk Laziza Bakery. Berikut beberapa storyboard produk Laziza Bakery sebagai berikut :

Tabel II - 1

Storyboard Produk Bolu Pandan

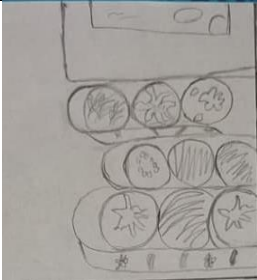
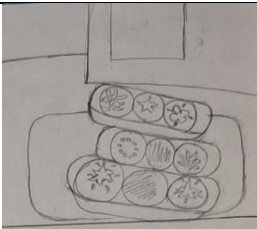
No	Storyboard	Durasi	Naskah	Audio
1		00.00.01	Pengambilan shoot dengan gerakan kamera truck shot yang tampilan awal meja ke sajian bolu pandan.	Doja Cat Paint The Town Red.
2		00.00.02	Pengambilan video dengan gerakan kamera panning shot dan bolu pandan diletakkan di atas piring, dihiasi vas bunga di sampingnya.	Doja Cat Paint The Town Red.
3		00.00.04	Pengambilan video yang menampilkan bolu pandan dari dekat ke jauh dengan gerakan kamera dolly shot untuk menunjukkan bentuknya dan memberikan kesassn yang unik pada produk.	Doja Cat Paint The Town Red.

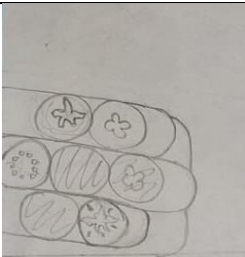
4		00.00.06	Adegan pengambilan kamera crane shot dengan menurunkan kamera dari ketinggian guna menciptakan kesan roti fresh setiap hari.	Doja Cat Paint The Town Red.
5		00.00.09	Adegan awal tangan menutupi bolu pandan lalu tangan keatas guna menampilkan bolu pandan dengan hiasan bunga.	Doja Cat Paint The Town Red.
6		00.00.11	Adegan pengambilan kamera rack focus shot dan dolly shot dengan menampilkan bolu pandan dengan hiasan bunga.	Doja Cat Paint The Town Red.
7		00.00.13	Adegan terakhir penutup video dengan memunculkan logo merek Laziza Bakery & Cake.	Doja Cat Paint The Town Red.

Sumber : Penulis

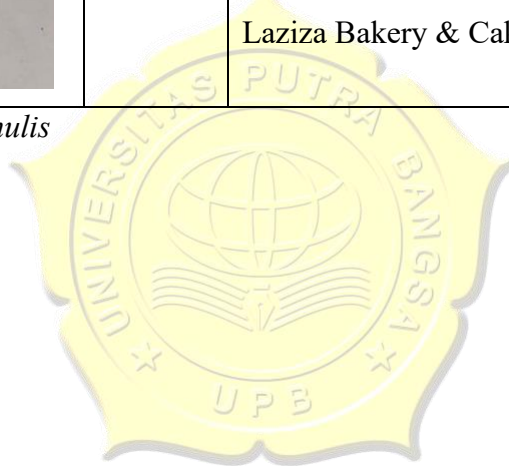
Tabel II - 2

Storyboard Produk Donat

No	Storyboard	Durasi	Naskah	Audio
1		00.00.01	Pengambilan video menampilkan sepasang tangan yang sedang memegang sekotak donat yang baru dibuka dengan kamera melakukan gerakan dolly shot guna memberikan efek yang dinamis dan halus.	Vitória Isabel Batalha Sem Fim.
2		00.00.06	Pengambilan shoot dengan teknik panning shot dari isi kotak donat yang menampilkan berbagai macam donat dengan aneka <i>topping</i> dan hiasan yang menarik guna memberikan kesan untuk menarik pelanggan.	Vitória Isabel Batalha Sem Fim.
3		00.00.08	Pengambilan video dengan gerakan zoom shot yang disajikan diatas sebuah piring.	Vitória Isabel Batalha Sem Fim.

4		00.00.10	Pengambilan video menggunakan teknik panning shot yang menampilkan beragam donat.	Vitória Isabel Batalha Sem Fim.
5		00.00.15	Adegan memegang kotak donat dengan gerakan kamera static shot.	Vitória Isabel Batalha Sem Fim.
6		00.00.17	Adegan terakhir menampilkan logo merek Laziza Bakery & Cake.	Vitória Isabel Batalha Sem Fim.

Sumber : Penulis



Tabel II - 3

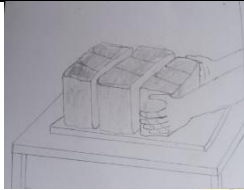
Storyboard Produk Bolen Pisang

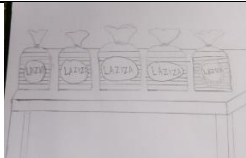
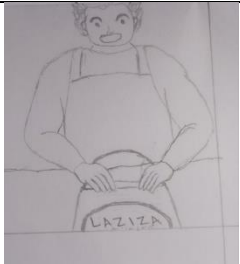
No	Storyboard	Durasi	Naskah	Audio
1		00.00.01	Pengambilan video menggunakan teknik stastic shot dimana seseorang ingin mengambil barangnya di kasir, tetapi kasir secara tidak sengaja menjatuhkan produknya.	Francis Lai A Man and A Woman.
2		00.00.02	Pengambilan shoot dua orang melihat ke bawah dengan bereaksi wajah terkejut secara gerakan kamera static shot.	Francis Lai A Man and A Woman.
3		00.00.03	Pengambilan video kasir tidur di lantai sambil memegang dan menaikkan produknya yang terjatuh menghadap kamera dengan gerakan kamera static shot.	Francis Lai A Man and A Woman.
4		00.00.05	Adegan terakhir menampilkan logo merek Laziza Bakery & Cake.	Francis Lai A Man and A Woman.

Sumber : Penulis

Tabel II - 4

Storyboard Produk Roti Tawar

No	Storyboard	Durasi	Naskah	Audio
1		00.00.01	Pengambilan shoot papan nama bertuliskan Laziza Bakery dengan gerakan kamera tracking shot guna memperkenalkan merek dan menunjukkan identitas serta branding toko.	Coco Steel & Lovebomb Yachts.
2		00.00.04	Pengambilan shoot dimana seseorang meletakkan roti tawar di papan/loyang yang sudah matang, lalu akan dipotong secara seragam menggunakan alat mesin pemotong roti tawar. Pada pengambilan shoot ini menggunakan teknik kamera static shot.	Coco Steel & Lovebomb Yachts.
3		00.00.07	Pengambilan video seseorang sedang memotong roti tawar menggunakan alat mesin pemotong roti menjadi seragam dengan gerakan kamera stastic shot.	Coco Steel & Lovebomb Yachts.

4		00.00.06	Pengambilan video proses pengemasan produk roti tawar ke dalam plastik kemasan dengan berlabel “Laziza” untuk menjaga kualitas produk, higienis, dan aman sebelum samapai ke konsumen. Pada pengambilan shoot ini menggunakan teknik kamera handheld shot.	Coco Steel & Lovebomb Yachts.
5		00.00.11	Pengambilan shoot produk roti tawar yang sudah siap dipasarkan dan dipajang di toko. Pada pengambilan shoot ini menggunakan teknik kamera panning shot.	Coco Steel & Lovebomb Yachts.
6		00.00.16	Pengambilan shoot membungkus roti tawar ke dalam plastik belanja berlabel “Laziza” untuk konsumen. Pada pengambilan shoot ini menggunakan teknik static shot.	Coco Steel & Lovebomb Yachts.

Sumber : Penulis

2.3.2 Produksi Video

Tahap produksi video merupakan kegiatan yang dilakukan secara langsung pada waktu dan lokasi yang telah ditentukan. Pada tahap ini, proses pengambilan konten video produk berlangsung dengan mengikuti konsep yang telah dibuat pada pra-produksi.

Dalam era digital saat ini, produksi video menjadi lebih mudah diakses oleh banyak orang. Terdapat berbagai platform dan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun UMKM membuat video dengan cepat dan efisien. Namun, penting untuk memahami prinsip produksi video serta menjaga kualitas konten agar dapat menciptakan video yang menarik.

Tahap ini menghasilkan video dengan kualitas baik, yang ditujukan kepada target audiens UMKM Laziza Bakery, serta menentukan tujuan dan pesan yang ingin disampaikan melalui video produk tersebut.

Adapun langkah-langkah produksi video sebagai berikut:

1. Pengambilan Video

Pada tahap ini, pengambilan video dilakukan berdasarkan storyboard yang telah disusun. Proses ini mencakup berbagai sudut dan tipe pengambilan gambar untuk menangkap detail produk, suasana toko, serta proses pembuatan produk di Laziza Bakery secara sinematik.

2. Pengeditan

Setelah pengambilan video, materi mentah akan diedit. Tahap pengeditan meliputi pemilihan komposisi video terbaik, pengurangan adegan yang tidak diperlukan, pengaturan urutan yang sesuai, penambahan efek transisi, serta penyuntingan audio. Proses ini dilakukan menggunakan software CapCut untuk memanipulasi dan mengatur rekaman sesuai kebutuhan.

3. Pengolahan Audio

Pada tahap ini dilakukan penyesuaian dan penyuntingan suara latar, penambahan efek suara, serta pengaturan kualitas audio agar sesuai dengan yang diinginkan.

4. Efek Visual

Penambahan efek visual seperti grafis komputer, animasi, atau efek khusus dapat dilakukan pada tahap ini untuk memperkuat tampilan visual dan meningkatkan daya tarik video.

5. Pasca-produksi

Setelah pengeditan selesai dan video diolah, tahap pasca-produksi melibatkan penyelesaian akhir video. Pada tahap ini dilakukan penyesuaian warna, penambahan judul, logo, musik latar, serta penyesuaian lainnya guna memberikan tampilan dan nuansa yang sesuai dengan tujuan video.

2.3.4 Pasca Produksi

Tahap pasca produksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan setelah semua proses produksi telah selesai dilakukan. Salah satu bagian dari kegiatan pasca produksi yaitu proses pemilihan *footage* atau potongan video yang telah diambil, penyusunan video, proses *editing* dan sampai kepada perilisan *content* yang telah dibuat. Editor video menggunakan perangkat lunak khusus untuk memotong dan menggabungkan *footage* video, menambahkan efek visual, menyesuaikan kualitas gambar, dan menyingkronkan *audio*.

Video ini merupakan video dokumentasi dan didalamnya terdapat unsur cinematikanya, yaitu elemen-elemen artistik dan teknik pengambilan video yang memberikan kesan visual yang menarik. Berikut beberapa tahap pasca produksi yang dilakukan meliputi :

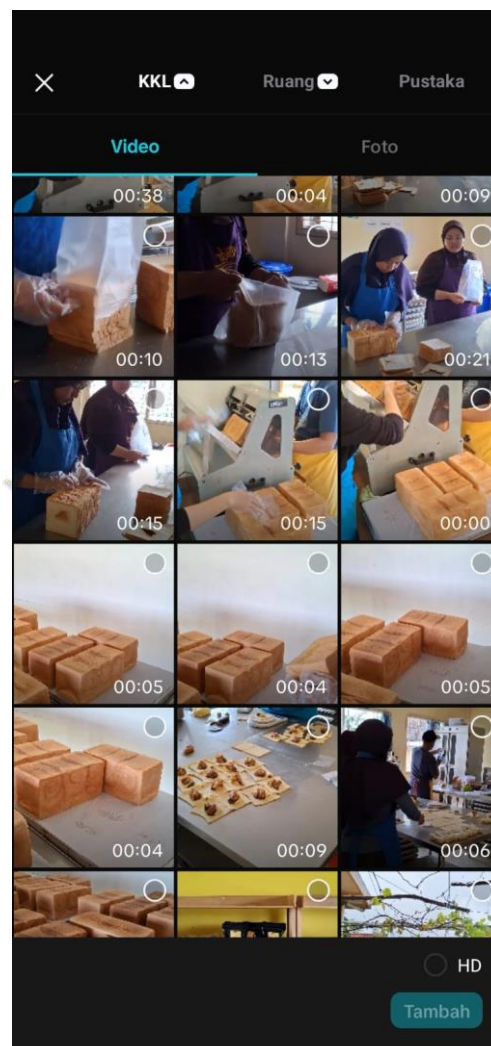
1. *Importing*

Importing adalah proses memindahkan file video dari satu sumber aplikasi atau perangkat lunak pengeditan video bertujuan untuk materi video, foto, atau audio yang dibutuhkan

tersedia dalam software editing sehingga memudahkan proses penyuntingan selanjutnya.

Gambar II - 2

Proses Importing



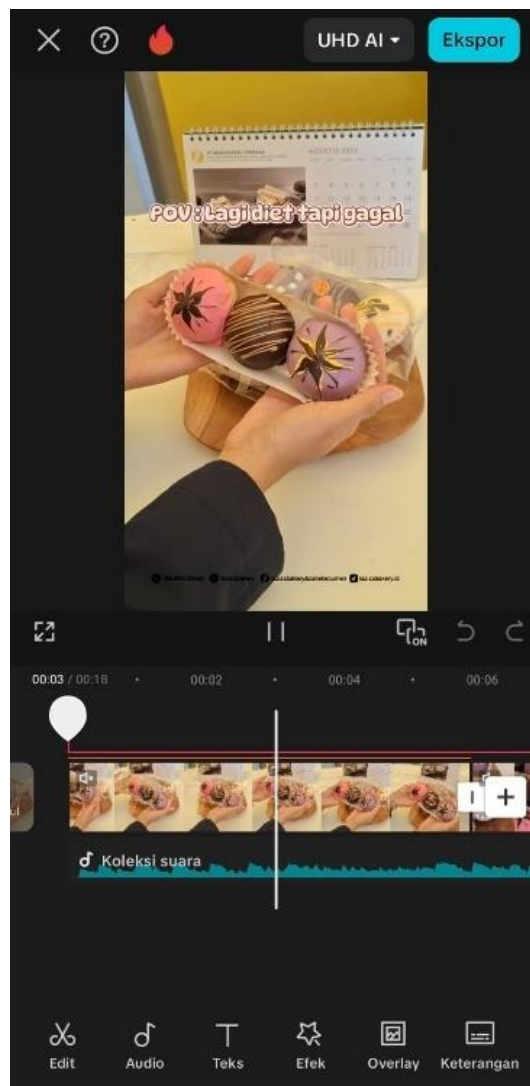
Sumber : Penulis

2. Editing

Editing merupakan suatu proses mengatur, memanipulasi, dan menggabungkan elemen-elemen *visual*, *audio*, dan teks guna menciptakan sebuah karya yang lebih baik dan koheren.

Gambar II - 3

Proses Editing



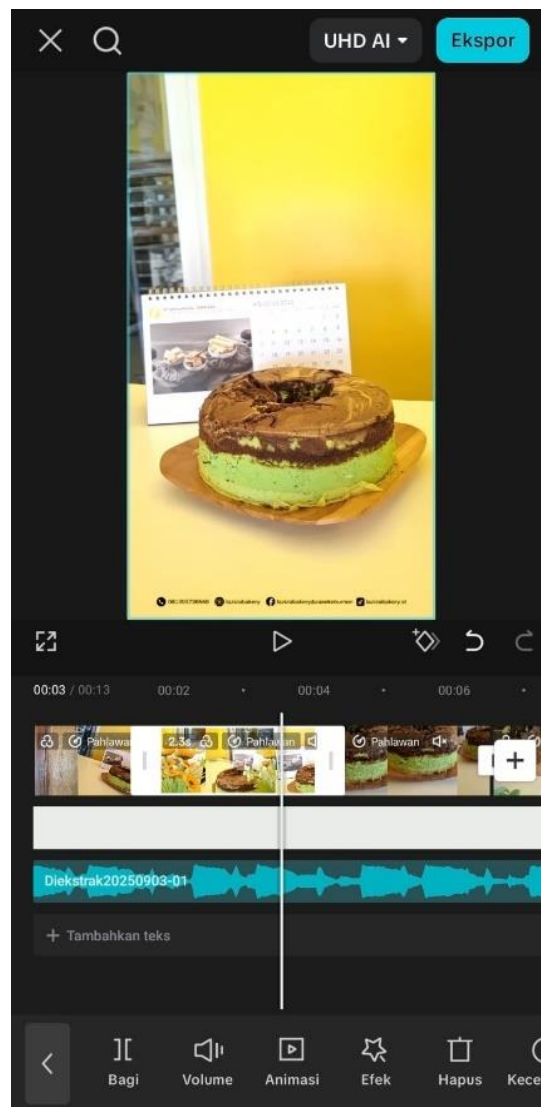
Sumber : Penulis

3. Transisi

Transisi dalam *editing* video mengacu pada proses memilih, mengatur, dan mengedit transisi antara klip video yang berbeda. Pada transisi ini digunakan untuk mengalihkan perubahan antara dua klip video dengan cara yang halus dan menarik.

Gambar II - 4

Transisi



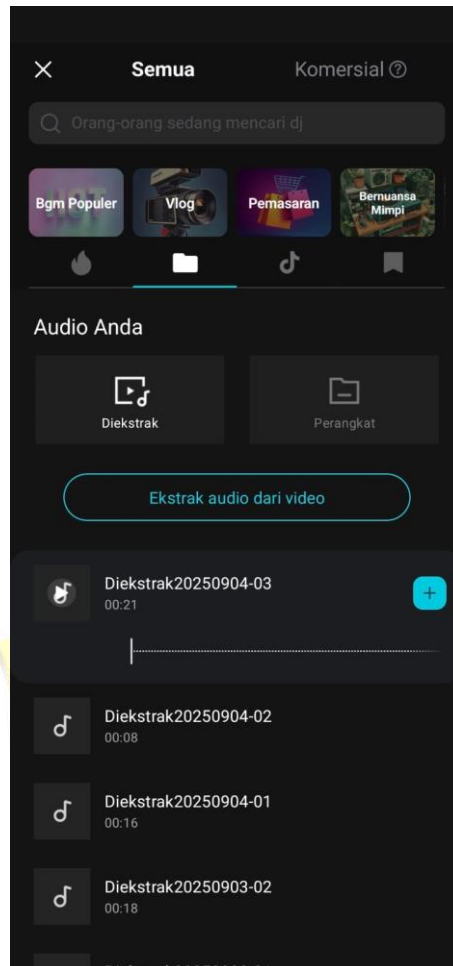
Sumber : Penulis

4. Menambahkan *Backsound*

Backsound memiliki peran untuk menciptakan suasana, meningkatkan emosi, dan mempengaruhi suasana hati audiens.

Gambar II - 5

Penambahan Backsound

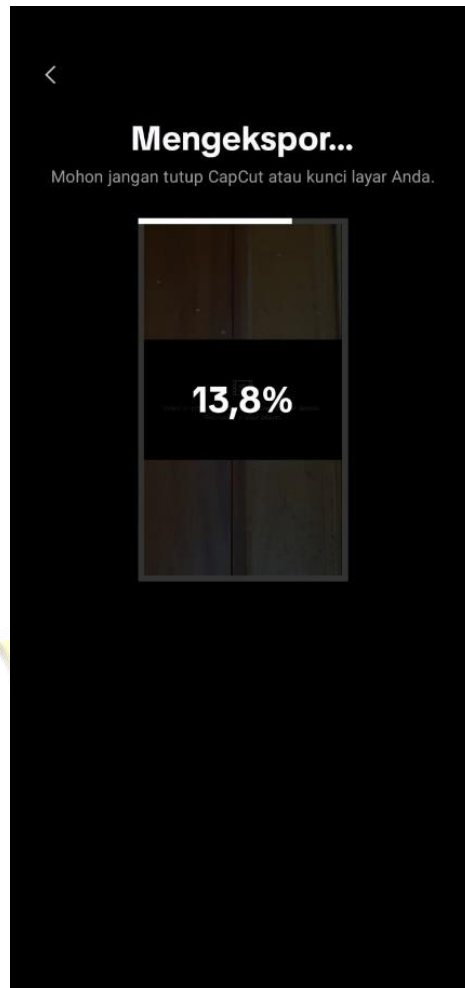


Sumber : Penulis

5. Exporting

Exporting video merupakan proses mengonversi dan menyimpan proyek video yang telah diedit ke dalam format yang diputar dan dibagikan, dimana melibatkan mengatur pengaturan ekspor, seperti resolusi, *format file*, *codec*, *bitrate*, dan pengaturan lainnya, sesuai dengan kebutuhan dan persyaratan penggunaan akhir.

Gambar II - 6

Proses Exporting

Sumber : Penulis

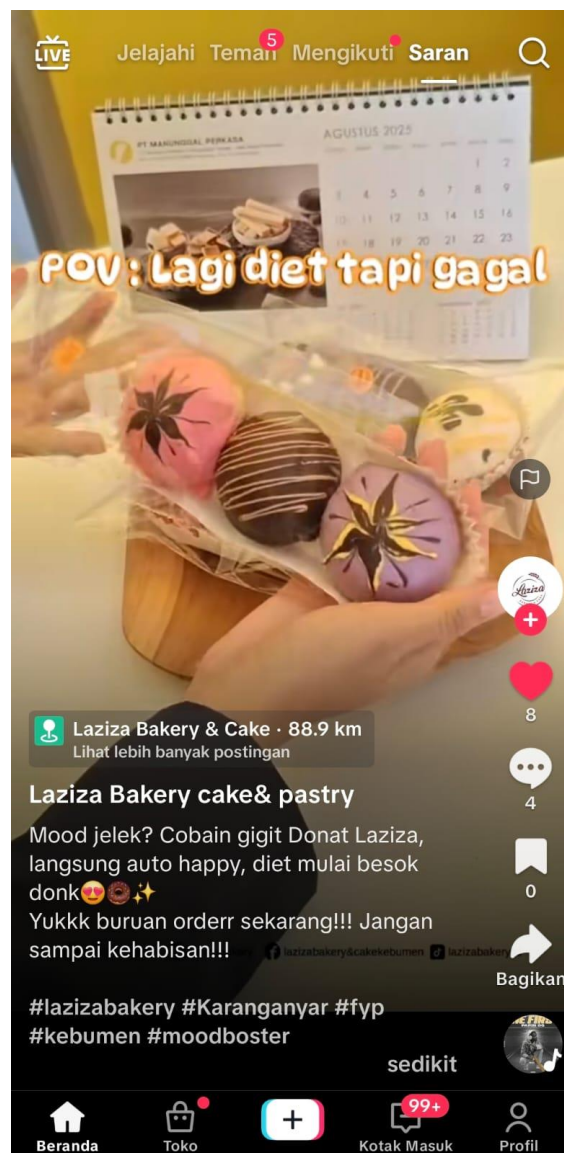
2.3.4 Distribusi dan Publikasi

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir, dimana video siap untuk didistribusikan dan dipublikasikan melalui platform seperti Instagram atau Tiktok dengan mengoptimalkan konten dengan judul, deksripsi, dan hastag yang relevan serta waktu posting yang strategis untuk memaksimalkan jangkauan. Kemudian kinerja video akan dianalisis

untuk mengukur strategi pemasaran selanjutnya. Dengan distribusi dan publikasi yang tepat, diharapkan konten video dapat membantu meningkatkan daya tarik produk Laziza Bakery.

Gambar II - 7

Publikasi



Sumber : Penulis

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan data hasil KKL yang telah dilaksanakan di UMKM Laziza Bakery & Cake di Jl. Kemakmuran No. 4, RT.01/RW.01, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah, penulis dapat membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Laziza Bakery & Cake merupakan UMKM di bidang kuliner yang bergerak pada produksi dan penjualan roti, kue, serta berbagai olahan bakery lainnya. Usaha ini didirikan oleh Bapak Rahmat Widiyanto.
2. Strategi Pemasaran yang dilakukan UMKM Laziza bakery & Cake telah memanfaatkan aplikasi TikTok dan Instagram sebagai sarana pemasaran untuk memperluas jaringan pelanggan, meskipun pemanfaatannya belum maksimal. TikTok dan Instagram digunakan untuk membuat konten menarik guna menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Rencana pengembangan yang akan dilakukan oleh pemilik untuk mengembangkan usahanya adalah pemilik ingin UMKM Laziza Bakery dapat berkembang pesat dan memperluas jangkauannya kepada konsumen.

3.2 Saran

Berdasarkan hasil wawancara dan pelaksanaan KKL, ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh UMKM Laziza Bakery & Cake yang bisa direkomendasikan oleh penulis untuk kelangsungan dan pengembangan usaha ini, diantaranya:

1. Strategi pemasaran UMKM Laziza bakery & Cake sebaiknya lebih dikembangkan lagi dengan memaksimalkan pemanfaatan media sosial yaitu YouTube, shopee dan media sosial lainnya untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat sehingga dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan volume penjualan.
2. Konten video promosi sebaiknya dibuat secara berkala dan konsisten dengan konsep yang lebih variatif agar menarik lebih banyak audiens.
3. Menambah SDM dalam proses pemasaran dan distribusi guna memperluas area untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.



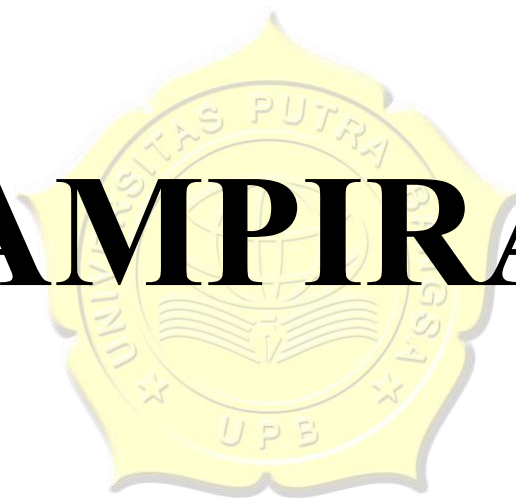
DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *Peningkatan Pendapatan Umkm Kain Etnik Melalui Video Konten*. 1–23.
- Ariani, D. (2023). Struktur Organisasi Pemerintah Dalam Perspektif Communicative Constitution of Organization Theory. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 386–397. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.48>
- Athallahfi, A., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan Video Profile UMKM Griya Jahit Zhe Zhe Kelurahan Kramat Nganjuk. *Junal Desgrafia*, 1(1), 42–52. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Aziz, N., & Wulandari. (2024). Analisis Struktur dan Desain Organisasi dalam Optimalisasi Kinerja Pegawai di MTS SA Nurul Huda. *Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 13(11), 2715–2723.
- Dopades, M., & Adi, A. E. (2022). Video 360 Sebagai Media Promosi Produk Mitra UMKM Kabupaten Bandung. *Charity*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.25124/charity.v5i1.3456>
- Fajri, Z., Gumolung, K. I., Kallo, A. P., & Makassar, U. D. (2023). *Laporan Kuliah Kerja Lapangan (Kkl) Angkatan Vii Tahun 2023 Pada Unit Pelaksana Teknis Upt Halaman Pengesahan Penguji Laporan Kuliah Kerja Lapangan (Kkl) Angkatan Vii Tahun 2023 Pada Unit Pelaksana Teknis (Upt)*.
- Febriyanti, T., & Farida, S. N. (2023). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karang The Role Of Product Photos As Promotional Media To Increase The Sales Volume OfUKM Karang Village Products. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20–27.

- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan Konten dan Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 314–326. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.3237>
- Muslimah, A. N. (2024). *Aspek Pemasaran Pada UMKM Jipang Kacang Asli Lezat*.
- Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., Irsali Rahmat, B., Ekonomi dan Bisnis, F., & Tarumanagara, U. (2024). Perancangan Konten Video Promosi Produk Umkm Menggunakan Aplikasi Berbasis Ai. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(3), 1335–1341. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i3.32337>
- Pangestu, A. G., & Purnama, P. H. (2024). Peran Struktur Organisasi dalam Kunci Sukses Kinerja dan Efisiensi karyawan Koperasi Laboratorium Bisnis Politeknik Negeri Bandung. *Indonesian Journal of Public Administration Review*, 1(3), 9. <https://doi.org/10.47134/par.v1i3.2605>
- Pt, I., Raharja, J., & Yogyakarta, C. D. I. (2023). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT JASA RAHARJA CABANG D. I YOGYAKARTA (@Jasaraharja _yogyakarta) Tugas Akhir Berupa Laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun guna memenuhi syarat untuk Gelar Ahli Madya (A . Md . I . Kom .) dalam Bidang Komunikasi dengan Spe*.
- Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Keterampilan Foto dan Video Sebagai Peningkatan Branding Produk Bagi UMKM Kelurahan Rungkut Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 1–7. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2497%0A>
- Sholeh, M., Andika, M., Fauzi, M. A., & Bismin. (2021). Pengembangan Konten Video Produk UKM Sebagai Upaya Promosi Melalui Media Sosial. *Gaung Insformatika*, 14(1), 1–12.

- Smartphone, D., Desa, D. I., & Gunungkidul, K. (2015). *PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PROMOSI PRODUK UMKM*. 1–6.
- Tatasari, T., Purnomo, S., & Dewa, A. K. (2025). Pemanfaatan Konten Digital Berbasis Video Pendek untuk Meningkatkan Engagement pada UMKM Makanan di Media Sosial. *Social Sciences Journal (SSJ)*, 3(2), 20–32.
- Triadi Sya dian, & Rinanda Purba. (2021). JURNAL ABDIMAS BUDI DARMA Pembuatan Video Promosi UMKM Rendy Handycraft. *JURNAL ABDIMAS BUDI DARMA Pembuatan Video Promosi UMKM Rendy Handycraft*, 2(2745–5319), 1–5.
- Wibisono, Y. P., Primasari, C. H., & Setiawan, D. (2021). Pendampingan dan Pembuatan Konten Video untuk Mendukung Pemasaran melalui Media Sosial Bagi UMKM Fashion. *Jurnal Pengabdi*, 4(2), 113. <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v4i2.45995>
- Wijaya, I. S., Fadhillah, M. D., Fitriyah, U. A. L., Ardy, V., & Lilian. (2023). *Penyusunan Konten Media Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Marketing UMKM Anisa Bakery*. 04(02), 63–78. <https://doi.org/10.56881/senada.v4i2>

LAMPIRAN



Lampiran 1 NIB



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO NOMOR INDUK BERUSAHA: 0220005520856

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : RAHMAT WIDIYANTO |
| 2. Alamat Kantor | : DESA KARANGKEMIRI, Kel. Karangkemiri, Kec. Karanganyar, Kab. Kebumen, Provinsi Jawa Tengah |
| No. Telepon | : 082138328007 |
| Email | : rahmat.widiyantogb@gmail.com |
| 3. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 4. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai Angka Pengenal Impor (API-P), hak akses kepabeanan, serta pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan.

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai Sertifikasi Jaminan Produk Halal (SJPH) berdasarkan pernyataan mandiri Pelaku Usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 5 Mei 2020

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 14 September 2021

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR-E-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Lampiran 2 Surat Perizinan Berusaha Berbasis Risiko



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 0220005520856

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

A. Tabel Kegiatan Usaha Skala UMK KBLI Risiko Rendah Perizinan Tunggal

No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Klasifikasi Risiko	Perizinan Berusaha		Jenis Produksi	Nomor SNI dan/atau SH*
					Jenis	Legalitas		
1	10710	Industri Produk Roti Dan Kue	Jalan Kemakmuran No 4 Desa Plarangan RT 02 RW 01 Kecamatan Karanganyar, Kel. Plarangan, Kec. Karanganyar, Kab. Kebumen, Provinsi Jawa Tengah Kode Pos: 54364	Rendah	NIB	Untuk persiapan, operasional, dan/atau komersial kegiatan usaha	Pastry, Roti, dan Kue	SJPH difasilitasi BPJPH

* SNI: Standar Nasional Indonesia, SH: Sertifikat Halal

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSrE-BSSN.
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.



Lampiran 3 Surat Permohonan Izin KKL



UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombang KM 05 Kemranjen Banyumas, Telp. 0287-5296662

No : 92/Rek/KKL/E/II/2025

Kebumen, 11 Juli 2025

Lamp : -

Hal : **PERMOHONAN IZIN KULIAH KERJA LAPANGAN**

Kepada

Yth. Pimpinan Laziza BAKERY & CAKE
Jl. Kemakmuran No.4, RT.01/RW.01, Ngebak,
Plarangan, Kec. Karanganyar, Kab. Kebumen
di Tempat

Dengan hormat,

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Sehubungan dengan pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) untuk mahasiswa Universitas Putra Bangsa, kami memohon izin agar mahasiswa kami dapat melakukan Kuliah Kerja Lapangan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Tujuan dari mata Kuliah Kerja Lapangan ini adalah agar mahasiswa kami dapat mengetahui praktik-praktik bisnis/managerial secara nyata. Selanjutnya kami menerangkan bahwa:

Nama	NIM	Fakultas	Program Studi	No HP
Rendi Akbar Firmansyah	220202679	Sains dan Teknologi	Ilmu Komputer	085643822586
Akhmad Angidanal Fitro	220202674	Sains dan Teknologi	Ilmu Komputer	087733156604
Kurnia Anggie Oktiana	220202676	Sains dan Teknologi	Ilmu Komputer	087773147863
Rahmat Setiawan	220202678	Sains dan Teknologi	Ilmu Komputer	085702414063

Adalah benar mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang akan melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Kami mewajibkan mahasiswa mengunjungi instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk melakukan wawancara dan pengumpulan data selama 1 bulan mulai tanggal 01 Agustus 2025 s.d 31 Agustus 2025.

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Atas izin dan kesediaan Bapak/Ibu untuk membantu dan membimbing mahasiswa yang bersangkutan di dalam melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan tersebut, kami ucapkan terima kasih.

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
REKTOR



Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M.
NIDN. 0612097501

Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Tempat KKL

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI TEMPAT KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)

Kepada
Yth. Ketua Program Studi Ilmu Komputer
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

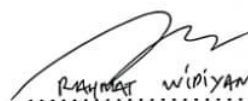
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAHMAT WIDIYANTO
Jabatan : PEMILIK
Instansi/Perusahaan : LAZIZA BAKERY
Alamat : JL KEMAK MURAH NO 4 KEMAMURAHAN KAB KEBUMEN
Nomor HP / WA : 082138328007

Menyatakan bersedia menjadi tempat Kuliah Kerja Lapangan (KKL) bagi mahasiswa Universitas Putra Bangsa Tahun Akademik 2024-2025.

Demikian agar surat pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 26 Juli 2025
Yang menyatakan,


RAHMAT WIDIYANTO

**Lampiran 5 Surat Pernyataan Kesiediaan Unggah Video Dokumentasi KKL
Pada Kanal YouTube**

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN UNGGAH VIDEO DOKUMENTASI KKL
PADA KANAL YOUTUBE**

Kepada
Yth. Ketua Program Studi Ilmu Komputer
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahmat Widiyanto
Jabatan : Pemilik
Instansi/Perusahaan : Laito Bakery
Alamat : Jl. Kemakmuran, No. 4, Kec. Karanganyar, Kab. Kebumen
Nomor HP / WA : 0821 3832 8007

Menyatakan bersedia dokumentasi video KKL pada Instansi/Perusahaan milik saya untuk diunggah pada kanal youtube mahasiswa Universitas Putra Bangsa sebagai luaran KKL.

Demikian agar surat pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kebumen, 30 Agustus 2025
Yang menyatakan,



Rahmat Widiyanto

Lampiran 6 Surat Pengajuan Judul Laporan KKL

PENGAJUAN JUDUL LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Kurnia Anggie Oktriana

NIM : 220202676

Program Studi : S1 Ilmu Komputer

dengan ini mengajukan judul Laporan KKL:

"Pembuatan Konten Video Sebagai Media Promosi UMKM Laziza Bakery"

Demikian permohonan judul Laporan KKL ini saya buat. Atas perhatian dan kebijaksanaan Bapak/Ibu, saya mengucapkan terimakasih.

Kebumen, 4 September 2025

Mahasiswa

Dosen Pembimbing



(Kurnia Anggie Oktriana)

NIM : 220202676



(Awaludin Apid, S.Kom., M.Kom.)

NIDN : 0619129003

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Penulisan Laporan KKL



PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER / INFORMATIKA
UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowarsito 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombong KM 05 Kemranjen Banyumas, Telp 0287-5296662

**KARTU BIMBINGAN PENULISAN LAPORAN KKL
PROGRAM STUDI SARJANA ILMU KOMPUTER**

Nama Mahasiswa : Kurnia Angie Oktano
NIM : 220202616
Judul KKL : Pembuatan Konten Video sebagai Media Promosi
UMKM Lada Bakam
Pembimbing KKL : Alwudin Amd, S.Kom, M.Kom.

[illegible]

Kebumen, 10 September 2025

Dosen Pembimbing

Awaludin / Abid, S.Kom, M.Kom

Lampiran 8 Kartu Bimbingan Kegiatan KKL



PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER / INFORMATIKA UNIVERSITAS PUTRA BANGSA

Kampus Pusat : Jl. Ronggowaluyo 18 Pejagan Kebumen, Telp. 0287 384011
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombong KM 05 Klaten Ranyumas, Telp 0282 5296662

KARTU BIMBINGAN KEGIATAN KKL PROGRAM STUDI SI ILMU KOMPUTER

Nama Mahasiswa : Kurnia Angie Okeriana
NIM : 220202676
Judul KKL : Pembuatan konten Video sebagai Media Promosi UMKM
Latihan Battery

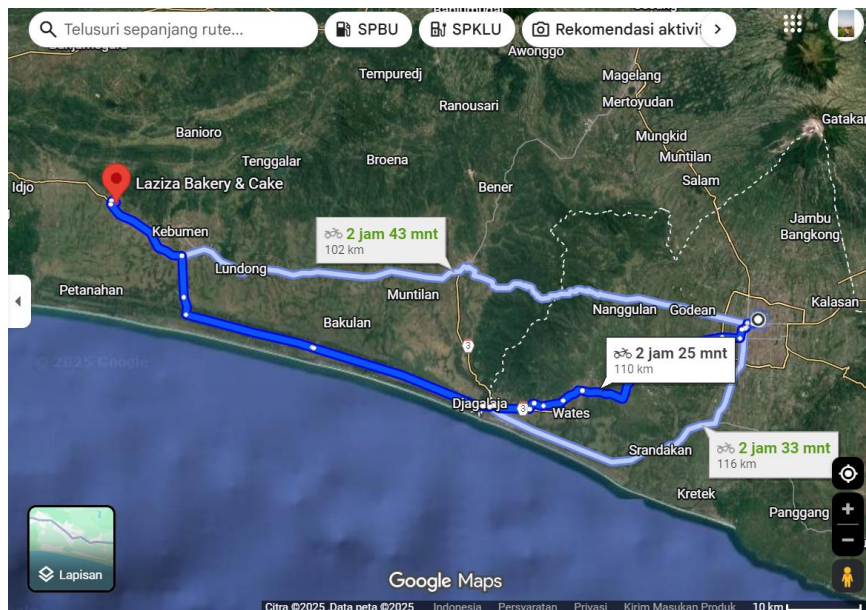
No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	1 Agustus 2025	Pembuatan storyboard batu pendar	
2.	4 Agustus 2025	Pembuatan storyboard donat, foto produk	
3.	6 Agustus 2025	Pembuatan storyboard bolen pisang	
4.	7 Agustus 2025	Pembuatan storyboard roti tawar	
5.	11 Agustus 2025	Take video dan foto produk batu pendar	
6.	14 Agustus 2025	Take video dan foto produk donat	
7.	20 Agustus 2025	Take video bolen pisang dan roti tawar	
8.	21 Agustus 2025	Editing video	
9.	22 Agustus 2025	foto produk dan editing video.	
10.	25 Agustus 2025	foto produk dan editing video.	
11.	27 Agustus 2025	Editing video	
12.	28 Agustus 2025	Publikasi video	
13.	29 Agustus 2025	Publikasi video	
14.			

Kebumen, 1 Agustus 2025

Pembimbing

Rahmat Widiyanto

Lampiran 9 Denah Lokasi UMKM Laziza Bakery & Cake



<https://maps.app.goo.gl/g31oEuCKwYPQ73ZeA>

Lampiran 10 Foto Produk UMKM Laziza Bakery & Cake







Lampiran 11 Dokumentasi Produksi UMKM Laziza Bakery & Cake



Lampiran 12 Foto Bersama Pemilik UMKM Laziza Bakery & Cake



Lampiran 13 Dokumentasi Kegiatan di Laziza Bakery & Cake



Lampiran 14 Tautan Video Tempat KKL di Youtube

<https://youtu.be/4wxyMXgYz-U?si=1eaMepvjNrbzCMGr>