

LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN
“PERANCANGAN STORYBOARD DAN TAKE VIDEO
PROMOSI UMKM PADA LAZIZA BAKERY & CAKE”



Disusun Oleh:

Nama Mahasiswa : Akhmad Angidanal Fitro

NIM : 220202674

Program Studi : Ilmu Komputer

UNIVERSITAS PUTRA BANGSA
PROGRAM STUDI ILMU KOMPUTER
KEBUMEN

2025

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

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

**“PERANCANGAN STORYBOARD DAN TAKE VIDEO
PROMOSI UMKM PADA LAZIZA BAKERY & CAKE”**

Kebumen, 12 November 2025

Mahasiswa



Akhmad Angidanal Fitro

NIM : 220202674

Dosen Pembimbing,



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

MOTTO

“Sesuatu hal yang Tuhan berikan kepadamu pasti ada alasannya, jangan lah engkau menganggap hal yang engkau mulai tidak ada gunanya sama sekali. Bahkan sesuatu hal yang engkau mulai dengan salah masih ada gunanya. Kegagalan yang sesungguhnya itu bukan karena kita salah mengerjakan atau salah memulai, tetapi kegagalan yang sesungguhnya itu adalah ketika kita tidak memulai sama sekali.”



KATA PENGANTAR

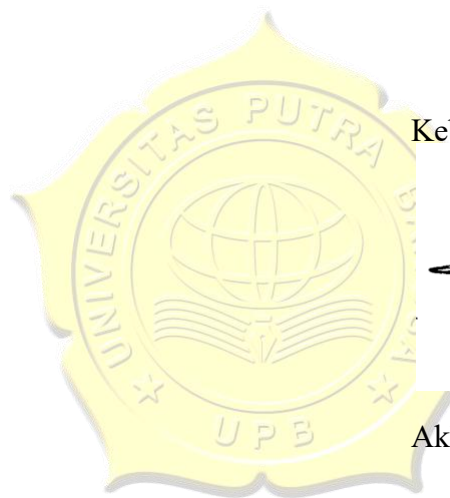
Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dengan judul “Perancangan Storyboard dan Take Video Promosi UMKM Pada Laziza Bakery & Cake”. Laporan ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan 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 semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan 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

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Akhmad Angidanal Fitro', written over a horizontal line.

Akhmad Angidanal Fitro

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
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	4
1.3 Prosedur dan Pelaksanaan	6
1.3.1 Tahap Persiapan	6
1.3.2 Tahap Pelaksanaan	6
BAB II PEMBAHASAN.....	9
2.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	9
2.1.1 Data Perusahaan	11
2.1.2 Biodata Pemilik.....	12
2.1.3 Struktur Organisasi.....	12
2.2 Pembuatan Storyboard Video.....	16
2.2.1 Konsep Storyboard.....	16
2.2.2 Penyusunan Storyboard.....	18
2.2.3 Penentuan Alur dan Video.....	21
2.2.4 Pelaksanaan Pengambilan Video.....	28
2.2.5 Hasil Pengambilan Video	31
2.3 Rencana Pengembangan Usaha.....	34
2.3.1 Rencana Pengembangan Usaha.....	34
2.3.2 Tahap-Tahap Pengembangan Usaha.....	36
BAB III PENUTUP	39
3.1 Kesimpulan	39
3.2 Saran.....	40

DAFTAR PUSTAKA.....	42
DAFTAR LAMPIRAN	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1. SO Laziza Bakery & Cake	13
Gambar II - 2. Referensi Produk Pisang Boolean.....	17
Gambar II - 3. Referensi Produk Roti Tawar	18
Gambar II - 4. Storyboard	21
Gambar II - 5. Produksi Produk	29
Gambar II - 6. Pelaksanaan Take Video	29
Gambar II - 7. Pengambilan Video Produk.....	30



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1. Tahap Pelaksanaan	7
Tabel II - 1. Storyboard Video Donat	22
Tabel II - 2. Storyboard Video Pisang Bolen	24
Tabel II - 3. Storyboard Video Bolu Pandan	25
Tabel II - 4. Storyboard Video Roti Tawar	27



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan bisnis yang dapat memperbanyak kesempatan kerja dan menawarkan layanan ekonomi yang luas bagi masyarakat. UMKM memiliki kemampuan untuk berkontribusi pada pemerataan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berfungsi dalam mencapai kestabilan negara (Hastuti Puji et al., 2020). Sedangkan Usaha Mikro sebagaimana dimaksud melalui Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK. 06/2003 tanggal 29 Januari 2003 merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh keluarga atau individu Warga Negara Indonesia dan mempunyai total penjualan maksimum sebesar Rp. 100.000.000,00 (seratus juta rupiah) dalam satu tahun.

Sementara itu, pengertian Usaha Menengah menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah usaha ekonomi yang bersifat produktif, yang beroperasi secara mandiri, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang memiliki, menguasai, atau terhubung baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau menengah, serta memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang telah ditetapkan secara spesifik untuk masing-masing kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Fenomena digitalisasi saat ini menjadikan media sosial dan konten visual sebagai alat utama dalam pemasaran. Observasi di Laziza Bakery & Cake

menunjukkan bahwa, meskipun produk yang ditawarkan berkualitas baik dan disukai dengan baik oleh konsumen, potensi pasar yang mereka miliki belum terjangkau maksimal karena strategi pemasaran digital yang belum efektif. Keterbatasan dalam menciptakan konten visual yang menarik dan terencana membuat brand kesulitan untuk bersaing dan menjangkau lebih banyak konsumen secara daring. Oleh sebab itu, solusi yang diimplementasikan adalah penyediaan pedoman sistematis (storyboard) dan aset visual berkualitas (pengambilan video) yang sangat dibutuhkan. Solusi ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan dalam pemasaran digital UMKM melalui penerapan langsung keterampilan dalam produksi konten visual, mengubah kebutuhan akan promosi visual menjadi produk nyata yang siap pakai.

Di zaman digital saat ini, metode promosi tidak dapat lagi bergantung hanya pada cara tradisional, melainkan harus memanfaatkan media digital yang dapat menarik perhatian masyarakat. Salah satu cara yang efisien adalah dengan menggunakan video promosi. Video promosi memiliki kekuatan visual dan audio yang dapat menyampaikan informasi secara lebih menarik, meyakinkan, dan mudah diingat oleh audiens. Laziza Bakery & Cake sebagai salah satu UMKM di sektor makanan kuliner memiliki berbagai jenis roti dan kue yang cukup disukai. Namun, untuk tetap bersaing dengan usaha sejenis lainnya, Laziza Bakery & Cake perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Pembuatan storyboard dan pelaksanaan pengambilan video promosi menjadi langkah yang krusial untuk mendukung kebutuhan ini. Dengan adanya

storyboard, proses pengambilan video dapat dilakukan dengan lebih efisien, fokus, dan sesuai dengan sasaran promosi.

Storyboard video adalah representasi visual yang berfungsi sebagai peta jalan dalam proses pembuatan video, yang terdiri dari rangkaian gambar yang diambil secara shot-by-shot untuk memvisualisasikan alur cerita utama dalam sebuah naskah atau sinopsis teks. Visualisasi ini membantu dalam merancang dan mengorganisasi adegan secara sinematik agar transisi antar gambar menjadi kohesif dan sesuai dengan cerita yang ingin disampaikan (Xu Gu et al., 2023). Storyboard berfungsi sebagai panduan visual yang menjelaskan garis besar cerita, pengambilan gambar, hingga pesan yang ingin disampaikan dalam video. Dengan adanya storyboard, proses produksi video dapat berlangsung lebih terstruktur, efisien, dan sesuai dengan tujuan promosi. Dengan demikian, perancangan storyboard dan pengimplementasiannya pada video promosi untuk Laziza Bakery & Cake diharapkan dapat membantu menyampaikan pesan yang tepat kepada kustomer, membantu mengatur materi promosi, dan berfungsi sebagai langkah pertama yang penting untuk mendukung upaya pemasaran Laziza Bakery & Cake dalam persaingan industri UMKM disektor kuliner.

1.2 Tujuan dan Manfaat KKL

1.2.1 Tujuan KKL

Tujuan dari program Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini secara umum adalah untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam praktik dunia kerja yang sesungguhnya, terutama

dalam bidang storyboard video media promosi. Di samping itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung UMKM Laziza Bakery & Cake dalam merancang strategi promosi dengan menciptakan storyboard untuk video promosi yang inovatif, efektif, dan mudah dipahami.

Secara spesifik, kegiatan KKL ini bertujuan untuk mempelajari dan memahami langkah-langkah dalam merancang storyboard sebagai tahap awal dalam pembuatan video promosi, menciptakan rancangan storyboard yang sesuai dengan karakteristik produk serta audiens sasaran Laziza Baker & Cake, serta menawarkan alternatif media promosi yang berbasis visual yang diharapkan dapat meningkatkan citra merek dan daya tarik bagi konsumen. Melalui kegiatan ini, mahasiswa juga dapat mengasah keterampilan kolaborasi dengan mitra UMKM dan meningkatkan kemampuan analisis, desain, serta komunikasi yang berharga di tempat kerja.

1.2.2 Manfaat KKL

1 Manfaat Teoritis

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini memberikan kontribusi secara teoritis untuk pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang Ilmu Komputer yang berhubungan dengan multimedia, desain grafis, dan teknologi informasi. Melalui aktivitas ini, mahasiswa dapat menggabungkan materi yang dipelajari selama kuliah, seperti perancangan sistem multimedia, desain komunikasi visual, dan penggunaan perangkat lunak untuk membuat storyboard,

ke dalam praktik yang nyata. Selain itu, hasil dari kegiatan ini juga bisa menjadi acuan akademis untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penerapan teknologi digital dalam mendukung promosi UMKM.

2 Manfaat Praktis

Secara praktis, kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini memberikan berbagai manfaat. Bagi Mahasiswa KKL memberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dalam Ilmu Komputer, terutama dalam merancang media promosi yang berbasis digital. Mahasiswa berkesempatan untuk mengembangkan keterampilan dalam penggunaan perangkat lunak desain, memperbaiki kemampuan analisis kebutuhan pengguna, serta melatih kemampuan kolaborasi dengan mitra bisnis. Ini sangat berguna sebagai dasar kompetensi profesional dalam bidang teknologi informasi dan multimedia.

Bagi Universitas Putra Bangsa KKL ini menjadi bentuk kontribusi dalam menerapkan pengetahuan Ilmu Komputer kepada masyarakat, terkhusus melalui bantuan dalam pengembangan UMKM. Lebih dari itu, kegiatan ini memperkuat kolaborasi antara Universitas dan sektor bisnis serta menjadi pelaksanaan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, terutama dalam pengabdian kepada masyarakat dan aplikasi ilmu pengetahuan.

Bagi UMKM Laziza Bakery & Cake, kegiatan ini memberikan rancangan storyboard sekaligus pelaksanaan pengambilan gambar (take video) yang dapat menjadi acuan awal dalam proses produksi

konten promosi. Dengan adanya rancangan storyboard dan dokumentasi visual tersebut, Laziza Bakery & Cake memiliki pedoman yang lebih terarah untuk langkah pengembangan media promosi di masa mendatang.

1.3 Prosedur dan Pelaksanaan

1.3.1 Tahap Persiapan

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini dilakukan kurang lebihnya selama 1 bulan, adapun beberapa persiapan yang penulis lakukan di antaranya sebagai berikut;

1. Mahasiswa melengkapi seluruh persyaratan administrasi Kuliah Kerja Lapangan (KKL).
2. Mahasiswa mendapatkan dosen pembimbing KKL dan mendiskusikan obyek yang akan dipilih.
3. Mahasiswa memastikan obyek yang dipilih sudah memiliki surat resmi seperti Nomor Induk Berusaha (NIB).
4. Mahasiswa membuat surat ketersediaan tempat untuk KKL yang akan di t&a tangani oleh pihak Laziza Bakery & Cake jika bersedia.
5. Mahasiswa mengajukan surat pengantar KKL dari Universitas Putra Bangsa yang akan di serahkan kepada pihak UMKM Laziza Bakery & Cake sebagai lokasi pelaksanaan KKL.

1.3.2 Tahap Pelaksanaan

1. Pada Minggu ketiga bulan Juli penulis menyerahkan surat pengantar Kuliah Kerja Lapangan (KKL) pada pihak Laziza Bakery & Cake

2. Pada Minggu pertama bulan Agustus sampai Minggu terakhir bulan Agustus penulis membuat storyboard video dan melakukan take video produk yang disarankan oleh owner Laziza Bakery & Cake.
3. Pada Minggu pertama bulan September penulis mulai membuat BAB I berdasarkan data hasil observasi yang dilakukan di Laziza Bakery & Cake.
4. Pada Minggu kedua bulan September penulis merevisi BAB I dan membuat BAB II serta BAB III berdasarkan hasil bimbingan yang dilakukan pada tanggal 10 September 2025.

Tabel II - 1. Tahap Pelaksanaan

No	Kegiatan	Bulan															
		Juli				Agustus				September				Okt			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyerahan surat pengantar KKL																
2	Pembuatan Storyboard dan take video bolu pandan																
3	Pembuatan Storyboard dan take																

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

Laziza Bakery & Cake didirikan pada tanggal 1 November 2017 oleh seorang pemuda asli Kebumen yang bernama Rahmat Widiyanto. Ia lahir pada 3 Februari 1987 dan tinggal di Desa Karangmiri, Kecamatan Karanganyar. Sejak usia muda, Rahmat menunjukkan minat yang besar terhadap dunia kuliner. Setelah menyelesaikan pendidikan formalnya, ia memilih untuk mendapatkan pengalaman kerja di luar kota, yaitu di Gramedia dan Sinar Mas Bakery. Dari pengalaman di Gramedia, ia belajar banyak tentang etika kerja, manajemen layanan, dan cara berinteraksi dengan pelanggan. Sedangkan di Sinar Mas Bakery, Pak Rahmat mengasah keterampilan teknis dalam pembuatan roti dan kue, yang mencakup pengolahan bahan baku, pemeriksaan kualitas produk, hingga pengelolaan dapur produksi berskala besar. Kedua pengalaman ini memberikan modal penting bagi Pak Rahmat, baik dari segi teknis maupun pemahaman tentang pentingnya inovasi, kualitas, dan konsistensi dalam menjalankan bisnis.

Setelah beberapa tahun bekerja dan mengumpulkan pengalaman, Pak Rahmat memutuskan untuk kembali ke Kebumen. Ia melihat peluang besar di bidang kuliner, terutama di sektor bakery, karena tingginya permintaan masyarakat terhadap produk roti dan kue, sedangkan variasi dan kualitas yang ditawarkan oleh usaha kecil di sekitarnya masih terbatas. Dari situ, ia bertekad

untuk membangun usaha sendiri yang tidak hanya menjual roti, tetapi juga menyediakan produk yang lezat, terjangkau, dan berkualitas.

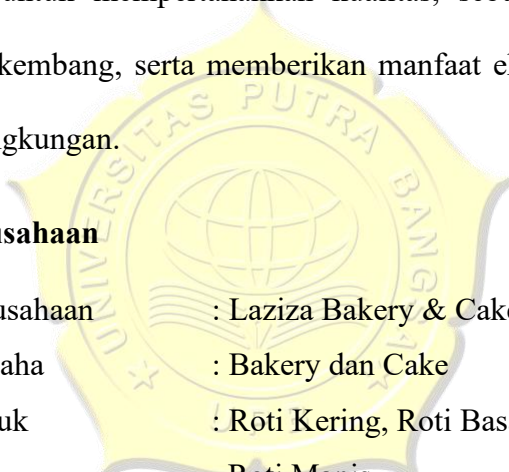
Nama “Laziza” dipilih sebagai identitas usahanya. Istilah ini berasal dari bahasa Arab yang berarti enak atau lezat, mencerminkan harapan pemilik agar setiap produk yang dibuat dapat memuaskan selera konsumen. Selain itu, nama Laziza juga berfungsi sebagai doa dan komitmen untuk menjaga mutu produk, sehingga usaha ini dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat luas. Pada awalnya, Laziza Bakery & Cake dioperasikan dengan sangat sederhana. Produksinya dilakukan dengan peralatan yang terbatas dan kapasitas kecil. Roti yang dibuat pun masih dalam jumlah sedikit dan dipasarkan kepada tetangga, kerabat, dan orang-orang di sekitar. Namun, berkat kesungguhan Pak Rahmat dan kualitas produk yang lezat serta bervariasi, Laziza Bakery & Cake mulai mendapatkan perhatian. Pelanggan yang puas kemudian merekomendasikan kepada orang lain, sehingga usaha ini mulai berkembang secara perlahan.

Seiring waktu, Laziza Bakery & Cake memperluas variasi produknya. Dari awalnya hanya menyediakan roti sederhana, kini Laziza menawarkan berbagai pilihan seperti roti kering, roti basah, kue, roti tawar, dan roti manis. Selain itu, Laziza Bakery & Cake juga menerima pesanan khusus untuk berbagai acara, seperti hajatan, ulang tahun, syukuran, dan perayaan lainnya, sehingga semakin memperluas pasar yang dijangkau.

Kesuksesan Laziza Bakery & Cake tidak terlepas dari pengalaman pemiliknya yang menggabungkan pengetahuan teknis dari tempat kerja

sebelumnya dengan keberanian untuk melakukan inovasi. Pak Rahmat juga selalu berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanannya. Hal ini memungkinkan Laziza Bakery & Cake untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan usaha mikro kecil menengah di sektor kuliner yang semakin ketat. Saat ini, meskipun masih dalam skala usaha mikro, Laziza Bakery & Cake telah menjadi salah satu pilihan utama masyarakat di Kebumen dan sekitarnya. Kisah pendirian Laziza Bakery & Cake menjadi inspirasi bahwa dengan pengalaman, kesungguhan, dan komitmen untuk mempertahankan kualitas, sebuah usaha kecil bisa tumbuh dan berkembang, serta memberikan manfaat ekonomi bagi pemilik, keluarga, dan lingkungan.

2.1.1 Data Perusahaan



Nama Perusahaan	: Laziza Bakery & Cake
Bidang Usaha	: Bakery dan Cake
Jenis Produk	: Roti Kering, Roti Basah, Cake, Roti Tawar, Roti Manis
Alamat	: Jl. Kemakmuran No.4, RT.01/RW.01, Ngebak Plarangan, Kec. Karanganyar, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah 54364
No. Telpon	: 081393736568
No. Fax	: -
Email	: rahmat.widiyantogb@gmail.com
Situs Web	: -
Bank Perusahaan	: -
Bentuk Badan Hukum	: Usaha Mikro
NIB	: 0220005520856

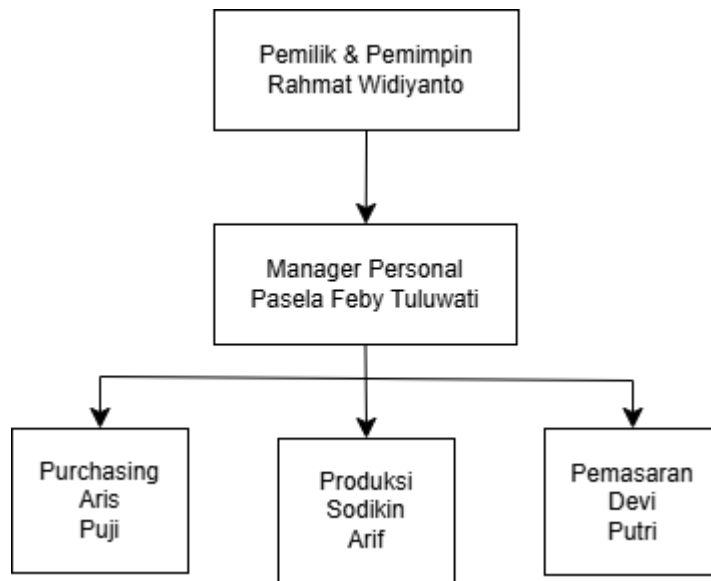
NPWP : 09.246.417.1-523.000
 Mulai Berdiri : 1 November 2017

2.1.2 Biodata Pemilik

Nama : Rahmat Widiyanto
 Jabatan : Pemilik
 Tempat, Tanggal Lahir : 3 Februari 1987
 Alamat Rumah : Desa Karangmiri, RT.04/RW.05,
 Kec. Karanganyar, Kabupaten Kebumen
 Nomor Telepon : 082138328007
 Nomor Fax : -
 Alamat E-mail : rahmat.widiyantogb@gmail.com
 Pendidikan Terakhir : SMA
 Pengalaman Kerja : Gramedia dan Sinar Mas

2.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merujuk pada tata letak dan interaksi antar individu dalam sebuah lembaga atau perusahaan yang menunjukkan pembagian tugas, hak, dan tanggung jawab untuk setiap anggota. Dengan adanya struktur organisasi, setiap individu dapat memahami posisi, peran, dan fungsi yang mereka jalankan dalam upaya mencapai tujuan bersama. Secara ringkas, struktur organisasi berperan sebagai panduan kerja yang menunjukkan siapa yang melakukan apa, siapa yang memiliki tanggung jawab kepada siapa, serta bagaimana proses koordinasi berlangsung. Dengan adanya struktur organisasi, suatu organisasi atau lembaga dapat beroperasi dengan lebih terarah, mengurangi duplikasi tugas, serta meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pekerjaan.



Gambar II - 1. SO Laziza Bakery & Cake

Struktur organisasi Laziza Bakery & Cake yang terlihat di atas mengilustrasikan distribusi peran dan tanggung jawab setiap bagian. Untuk penjelasan lebih lanjut, berikut adalah penjabaran masing-masing tugas dari setiap jabatan dalam struktur tersebut.

1. Pemilik dan Pemimpin

Pemilik Laziza Bakery & Cake adalah Rahmat Widiyanto yang juga memiliki posisi sebagai kepala bisnis. Ia memegang tanggung jawab sepenuhnya untuk seluruh aspek operasional, termasuk pengambilan keputusan penting, manajemen keuangan, pengawasan kualitas produk, dan arah pengembangan usaha. Sebagai seorang pemimpin, Rahmat juga melakukan pengawasan langsung pada setiap divisi agar semua aktivitas dapat berlangsung sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan.

2. Manager Personal

Untuk mendukung kelancaran operasional, Rahmat mendapatkan bantuan dari Pasela Feby Tuluwati atau istrinya yang menjabat sebagai manajer sumber daya manusia. Tanggung jawab utama seorang manajer sumber daya manusia adalah mengatur pembagian tugas harian staf, memastikan setiap bagian dapat bekerja dengan harmonis, serta menjadi penghubung antara pemilik usaha dan para karyawan. Di samping itu, manajer sumber daya manusia juga bertugas untuk mengkoordinasikan kebutuhan yang muncul di bagian purchasing, produksi, dan pemasaran.

3. Purchasing

Bagian purchasing ditangani oleh Aris dan Puji yang bertanggung jawab utama dalam pengadaan material. Mereka memastikan bahwa semua bahan yang diperlukan untuk proses produksi tersedia, mulai dari tepung, gula, telur, hingga bahan tambahan lainnya. Di samping itu, bagian ini juga memiliki tugas untuk membangun kerja sama dengan pemasok agar kelancaran produksi tetap terjaga dan mutu bahan tetap terjamin.

4. Produksi

Bagian pembuatan dikelola oleh Sodikin dan Arif. Mereka berdua memegang tanggung jawab penuh atas semua tahap produksi roti dan kue, yang mencakup persiapan bahan, pengolahan adonan, proses pemanggangan, hingga produk yang sudah siap untuk dikemas. Sektor

ini merupakan hal utama di Laziza Bakery & Cake karena mutu dari produk yang dihasilkan sangat ditentukan oleh keahlian dan ketelitian dalam melaksanakan proses pembuatan.

5. Pemasaran

Bagian produksi dikelola oleh Sodikin dan Arif. Mereka berdua memiliki tanggung jawab penuh atas semua langkah dalam pembuatan roti dan kue, dimulai dari menyiapkan bahan, mengolah adonan, memanggang, hingga produk siap untuk dikemas. Sektor ini merupakan pusat dari Laziza Bakery & Cake karena mutu produk yang dihasilkan sangat bergantung pada keahlian dan ketelitian dalam melaksanakan proses produksi.

Meskipun ada pembagian tanggung jawab yang jelas di setiap bagian, karena Laziza Bakery & Cake masih merupakan usaha mikro, semua karyawan tetap berpartisipasi dalam proses produksi. Tujuan dari tindakan ini adalah untuk mendukung kelancaran operasional, mempercepat pengolahan pesanan, dan memastikan kualitas produk tetap terjaga. Dengan adanya kolaborasi antar bagian, struktur organisasi yang sederhana ini membuat Laziza Bakery dapat beroperasi dengan lebih fokus dan efisien.

2.2 Pembuatan Storyboard Video

2.2.1 Konsep Storyboard

Konsep storyboard dalam pembuatan video promosi untuk Laziza Bakery & Cake berfungsi sebagai pedoman untuk menentukan alur narasi, ide visual, serta pesan yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Storyboard ini dibuat untuk menyoroti keunggulan produk Laziza, mulai dari berbagai jenis roti dan kue, kualitas bahan yang digunakan, hingga atmosfer toko yang mencerminkan citra bisnis. Penyusunan konsep ini mempertimbangkan audiens sasaran, yaitu orang-orang yang menggemari produk roti dan kue dengan harga yang terjangkau tetapi tetap berkualitas. Selain itu, storyboard dirancang dengan cara yang sederhana dan komunikatif agar mudah dipahami oleh tim produksi dan mempermudah proses pengambilan gambar. Dengan adanya storyboard yang jelas, proses pembuatan video promosi dapat berjalan lebih terarah, efisien, dan sesuai dengan tujuan pemasaran Laziza Bakery.

Lebih dari itu, storyboard tidak hanya berfungsi sebagai panduan teknis, namun juga mencerminkan identitas merek Laziza Bakery. Storyboard adalah representasi visual dari konsep sebuah karya yang akan dibuat, sehingga dapat memberikan pemahaman tentang hasil yang diharapkan. Storyboard bisa diartikan juga sebagai naskah visual yang berfungsi sebagai garis besar dari suatu proyek (Nursetyo & Ariani, 2021). Setiap adegan dirancang untuk menunjukkan citra usaha yang ramah, hangat, dan dekat dengan pelanggan. Contohnya, penggambaran

roti yang baru saja dikeluarkan dari oven, penampilan etalase yang menarik, hingga suasana interaksi antara penjual dan pembeli di toko. Dengan pendekatan visual ini, diharapkan pesan yang disampaikan tidak hanya mengenai produk, tetapi juga nilai emosional yang membuat konsumen merasa lebih dekat dan yakin terhadap Laziza Bakery.

Dalam membuat konsep storyboard, penulis juga memperhatikan berbagai referensi video iklan yang tersedia di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta contoh storyboard dari literatur tentang komunikasi visual. Referensi ini membantu dalam menentukan gaya pengambilan gambar, alur penyajian produk, serta cara penyampaian pesan promosi. Berikut adalah sedikit contoh referensi storyboard yang digunakan:



Gambar II - 2. Referensi Produk Pisang Boolean

Referensi ini diambil dari video pemasaran TikTok milik Kopi Konde yang menunjukkan interaksi yang ringan dan ekspresif. Ide ini dijadikan sumber inspirasi karena dapat menarik perhatian penonton dengan cara

yang sederhana. Cara penyampaian yang santai dan akrab dengan audiens menjadi pedoman untuk membuat konten promosi Laziza Bakery agar terlihat lebih segar, komunikatif, dan selaras dengan tren pemasaran digital saat ini.



Gambar II - 3. Referensi Produk Roti Tawar

Selanjutnya referensi yang penulis ambil berasal dari video pemasaran Jawara Roti & Kue yang menunjukkan proses pembuatan produk serta interaksi dengan pembeli. Pendekatan ini menciptakan kesan terbuka bahwa barang dibuat dengan bersih, berkualitas tinggi, dan langsung diterima oleh konsumen. Ide ini bisa diadopsi oleh Laziza Bakery untuk memperlihatkan keaslian barang, profesionalisme staf, serta suasana produksi yang teratur dan menarik. Dengan cara ini, promosi tidak hanya menampilkan produk akhir, tetapi juga menekankan keyakinan pelanggan terhadap cara pembuatan produk tersebut.

2.2.2 Penyusunan Storyboard

Dalam pembuatan storyboard untuk video pemasaran Laziza Bakery, penulis juga menciptakan berbagai konsep yang menjadi elemen penting

dalam proses desain. Konsep-konsep ini dikembangkan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang alur cerita, penampilan visual, serta pesan yang ingin disampaikan. Dengan adanya ide ini, storyboard tidak hanya berfungsi sebagai panduan teknis, tetapi juga sebagai referensi kreatif dalam menciptakan video promosi yang menarik dan sesuai dengan tujuan. Konsep-konsep yang penulis buat diantaranya sebagai berikut:

1. Konsep Kreatif

Perancangan konsep kreatif didasarkan pada referensi yang sudah dibahas, termasuk unsur-unsur elemen visual hingga pengerjaan storyboard. Penambahan unsur cerita dengan menciptakan konsep peralihan cuplikan aktivitas seputar Laziza Bakery & Cake. Dalam salah satu video promosi, diawali dengan produk roti tawar diletakkan di atas nampan untuk didiamkan sebentar. Selanjutnya, roti tawar dipotong menggunakan mesin pemotong untuk menghasilkan lapisan yang sesuai, kemudian dilanjutkan dengan proses pengemasan. Di bagian akhir, terlihat proses transaksi yang berlangsung antara kasir dan pembeli.

2. Konsep Media

Konsep media yang digunakan adalah video promosi singkat dalam format audio-visual. Konsep ini bertujuan untuk menunjukkan proses pembuatan roti tawar yang dilakukan dengan cara yang bersih, modern, dan profesional, sehingga bisa

membangun kepercayaan serta meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Video ini ditujukan kepada konsumen rumah tangga, seperti keluarga, ibu rumah tangga, mahasiswa, pekerja, serta masyarakat umum yang mengutamakan kualitas dan kebersihan dalam makanan.

3. Konsep Visual

Konsep ini menerapkan visual sketsa gambar dan elemen visual pada storyboard yang diharapkan dapat menciptakan kesan yang sesuai dengan alur cerita. Pada adegan awal memberikan gambaran mengenai proses peletakan roti tawar utuh di atas nampan yang menonjolkan kesegaran produk. Adegan berikutnya memperlihatkan pemotongan roti dengan mesin yang menghasilkan potongan seragam dan rapi. Selanjutnya, proses pengemasan ditampilkan sebagai bagian penting untuk menunjukkan higienitas dan kualitas produk. Pada bagian akhir, divisualisasikan kasir yang membungkus produk dengan rapi, kemudian cuplikan dilanjutkan dengan pembeli yang mengambil produk tersebut dan pergi. Adegan-adegan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk menampilkan proses produksi hingga produk siap dibawa pulang oleh konsumen secara higienis, rapi, dan profesional.



Gambar II - 4. Storyboard

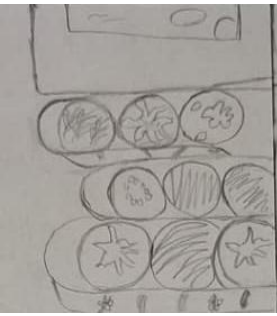
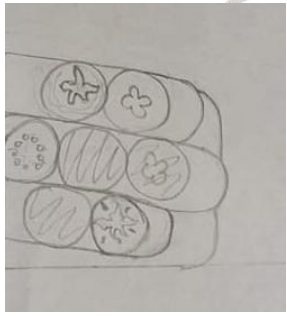
2.2.3 Penentuan Alur dan Video

Setelah konsep telah ditetapkan, proses selanjutnya adalah produksi. Di fase ini, pembuatan storyboard harus menyusun topik permasalahan dan alternatif solusi dari cerita yang diinginkan, dengan memastikan tetap selaras dengan informasi yang dibutuhkan. Penulis telah membuat 4 storyboard yang berbeda setiap produknya dan disajikan dalam bentuk gambar sebagai berikut:

1. Storyboard Video Donat

Storyboard di bawah ini merinci urutan video demonstrasi donat yang sudah dibuka dengan caption yang sedang trend yaitu diet tapi gagal. Tujuan utama video ini adalah untuk memamerkan tekstur dan topping donat secara dekat dalam durasi 15 detik dengan menggunakan backgrounds Vitória Isabel Batalha Sem Fim di platform media sosial. Pergerakan kamera utamanya adalah geser dari kanan ke kiri untuk menciptakan kesan kemewahan dan variasi."

Tabel II - 1. Storyboard Video Donat

		
Scene 1 Pada awal video detik ke-0 sampai detik ke-5 menampilkan tiga bungkus donat yang masih dibungkus dan salah satu donat dikeluarkan dari bungkusnya dan digoyang-goyang. Backsound yang digunakan Vitória Isabel Batalha Sem Fim.	Scene 2 Pada detik ke-6 sampai detik ke-7 merekam seluruh kumpulan donat yang sudah dibuka dari ujung kanan ke ujung kiri. Backsound yang digunakan Vitória Isabel Batalha Sem Fim.	Scene 3 Pada detik ke-8 sampai detik ke-9 memperlihatkan seluruh donat dan melakukan zoom-in ke tengah-tengah donat. Backsound yang digunakan Vitória Isabel Batalha Sem Fim.
		
Scene 4 Pada detik ke-10 sampai detik ke-11 memperlihatkan donat dari ujung kiri ke ujung	Scene 5 Pada detik ke-12 sampai detik ke-13 memperlihatkan donat yang sudah dibuka	Scene 6 Dan di detik terakhir detik ke-14 sampai ke-15 memperlihatkan logo Laziza Bakery &

kanan dan Ketika suda diujung kanan kamera di putar 90° dan jalur kamera membentu gagang payung. Backsound yang digunakan Vitória Isabel Batalha Sem Fim.	digoyang-goyangkan. Backsound yang digunakan Vitória Isabel Batalha Sem Fim.	Cake. Backsound yang digunakan Vitória Isabel Batalha Sem Fim.
---	--	---

2. Storyboard Video Pisang Boolean

Storyboard ini dirancang untuk video pendek berbasis komedi situasional yang beredar di media sosial, dengan tujuan menarik perhatian melalui plot twist yang tidak terduga. Video menggunakan bacsound Francis Lai A Man and A Woman dan dimulai dengan skenario yang familiar dan mendebarakan (transaksi yang gagal/produk jatuh) untuk membangun ketegangan. Namun, ketegangan ini akan diakhiri dengan peralihan yang mendadak dan absurd. Dengan pengantar yang cepat, kejutan visual, dan ending yang lucu ini diharapkan dapat meningkatkan shareability dan engagement yang tinggi.

Tabel II - 2. Storyboard Video Pisang Bolen

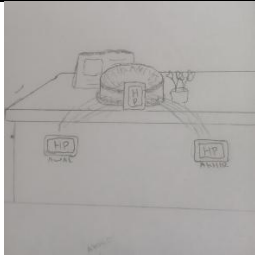
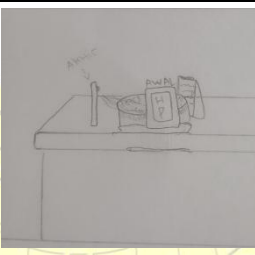
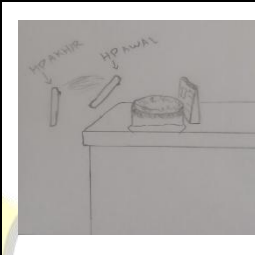
		
Scene 1 Pada deti ke-0 sampai detik ke-1 merekam dari sisi samping dan memperlihatkan kasir sedang memberikan pesanan kepada pembeli namun tidak sengaja terjatuh. Backsound yang digunakan untuk membuat video menarik yaitu Francis Lai A Man and A.	Scene 2 Pada detik ke-2 sampai detik ke-3 merekam dari bawah dan memperlihatkan kasir dan pembeli melihat ke kamera dengan ekspresi wajah kaget seolah olah sedang melihat pesanan yang terjatuh. Backsound yang digunakan untuk membuat video menarik yaitu Francis Lai A Man and A.	Scene 3 Dan di detik terakhir detik ke-4 sampai detik ke-6 merekam dari sisi atas dan memperlihatkan karyawan sedang berbaring dengan produk pisang boolen tepat di atas dada dan diangkat keatas. Backsound yang digunakan untuk membuat video menarik yaitu Francis Lai A Man and A.

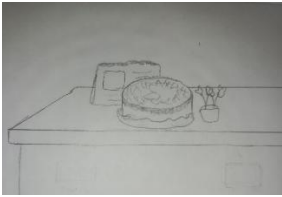
3. Storyboard Video Bolu Pandan

Storyboard ini menyajikan rencana visual terperinci untuk video promosi food/product yang menonjolkan tekstur dan daya tarik estetika Bolu Pandan menggunakan backsound Doja Cat Paint The Town Red. Fokus utama video ini adalah eksplorasi sinematik melalui pergerakan kamera yang dinamis dan terstruktur. Penulis

memanfaatkan teknik Arc Shot melingkar dan variasi sudut pandang (depan, samping, atas), dengan penekanan pada 'slow beat' (perlambatan) di momen-momen kunci untuk menciptakan highlight visual yang dramatis. Transisi dan pergerakan kamera dirancang untuk mengalir mulus, membangun narasi visual yang elegan dan menggugah selera, yang berpuncak pada komposisi akhir yang indah bersama elemen pelengkap (vas bunga)."

Tabel II - 3. Storyboard Video Bolu Pandan

		
Scene 1 Pada detik ke-0 sampai detik ke-1 memperlihatkan bolu pandan dari sisi depan dan direkam dengan cara melakukan arc shot atau gerakan melingkar, dimulai dari arah jam 9 dari sisi kiri meja bergerak searah jarum jam menuju arah jam 3. Ketika sampai di arah jam 12 lakukan gerakan slow beat atau memperlambat	Scene 2 Pada detik ke-2 diawali dengan merekam bagian sisi samping arah jam 3, bolu pandan terhalang oleh vas bunga memutar ke arah jam 6 dan ketika mendekati arah jam 6 lakukan gerakan slow beat. Footage sampai detik ke-4. Dengan background yang digunakan yaitu Doja Cat Paint The Town Red.	Scene 3 Pada detik ke-4 sampai detik ke-6 merekam dari sisi depan dan diawali dengan posisi kamera yang miring sekitar 45° ke depan dan merekam tekstur bolu pandan dari dekat lalu kamera ditarik ke belakang dengan gerakan lambat sampai di posisi kamera tegak dan sejajar dengan bolu pandan. Dengan background yang digunakan yaitu

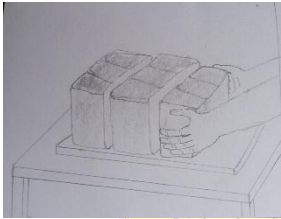
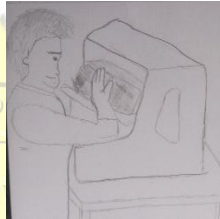
gerakan. Dengan backsound yang digunakan yaitu Doja Cat Paint The Town Red.		Doja Cat Paint The Town Red.
		
Scene 4 Pada detik ke-7 sampai detik ke-8 merekam dari sisi atas dekat dengan bolu pandan dan diawali dari arah jam 3 melakukan arch shot atau merekam melingkar ke arah jam 6 dengan mengangkat kamera secara perlahan. Dengan backsound yang digunakan yaitu Doja Cat Paint The Town Red.	Scene 5 Pada detik ke-9 sampai ke- 10 direkam dengan menutup kamera lalu dibuka ke atas secara perlahan, menampilkan sudut pandang yang bagus dari bolu pandan. Dengan backsound yang digunakan yaitu Doja Cat Paint The Town Red.	Scene 6 Dan di detik terakhir detik ke-11 sampai detik ke-13 menampilkan vas bunga sejajar dengan bolu pandan, dengan diawali kamera dengan sudut 0° merekam bunga lalu ditarik kebelakang dengan mengangkat kamera sampai sekitar 45°. Dengan backsound yang digunakan yaitu Doja Cat Paint The Town Red.

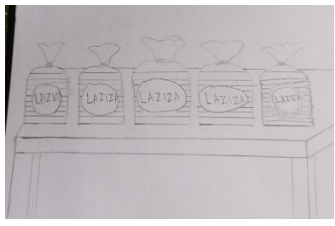
4. Storyboard Video Roti Tawar

Storyboard berikut ini menyajikan rencana visual untuk video pemasaran yang bertujuan untuk menunjukkan mutu dan konsistensi dalam pembuatan Roti Tawar. Video ini akan memiliki alur yang jelas dan menggunakan backsound Coco Steel & Lovebomb Yachts,

dimulai dari memperkenalkan lokasi (tanda toko) hingga tahap akhir (pendinginan, pemotongan, dan pembungkusan) yang menyoroti kebersihan dan kesegaran. Di bagian akhir, video akan berpindah ke adegan pelayanan kasir yang bersahabat, menciptakan narasi yang mengalir dengan baik: dari produk yang dibuat dengan teliti sampai produk yang diserahkan dengan senyuman. Skema utama kami adalah menampilkan rincian proses yang teratur dan efisien.

Tabel II - 4. Storyboard Video Roti Tawar

		
Scane 1 Pada detik ke-0 sampai detik ke-4 merekam dari sisi samping dan hanya memperlihatkan tangan yang sedang meletakkan roti tawar yang baru matang keatas nampan pendingin dan scane ini dilakukan dua kali. Menggunakan Backsound dari music yang berjudul Coco Steel & Lovebomb Yachts.	Scane 2 Pada detik ke-5 sampai detik ke-6 merekam dari sisi samping memperlihatkan karyawan sedang melakukan pemotongan roti tawar menjadi potongan yang sesuai menggunakan mesin pemotong. Backsound dari music yang berjudul Coco Steel & Lovebomb Yachts.	Scane 3 Pada detik ke-7 sampai detik ke-8 merekam dari sisi depan dan memperlihatkan pembungkusan potongan roti tawar setelah proses pemotongan. Backsound dari music yang berjudul Coco Steel & Lovebomb Yachts.

		
Scane 4 Pada detik ke-9 sampai detik ke-10 kumpulan roti tawar yang sudah dibungkus dan ditata dengan rapih.dan direkam dari ujung ke ujung. Backsound dari music yang berjudul Coco Steel & Lovebomb Yachts.	Scane 5 Pada detik ke-11 sampai detik ke-15 merekam dari sisi depan dan memperlihatkan karyawan sedang membungkus roti tawar dengan pembungkus untuk di bawa pulang. Backsound dari music yang berjudul Coco Steel & Lovebomb Yachts.	Scane 6 Dan di detik terakhir detik ke-16 sampai detik ke 18 merekam dari sisi samping dan memperlihatkan pembeli mengambil roti tawar yang dibungkus dan pergi meninggalkan toko. Backsound dari music yang berjudul Coco Steel & Lovebomb Yachts.

2.2.4 Pelaksanaan Pengambilan Video

Pelaksanaan pengambilan video adalah tahap berikutnya setelah storyboard disusun. Di tahap ini, ide dan konsep yang telah dirancang sebelumnya diubah menjadi gambar nyata di lokasi Laziza Bakery & Cake. Proses pengambilan video dilakukan berdasarkan storyboard yang sudah ada agar setiap adegan dapat terhubung dengan alur cerita yang diinginkan.



Gambar II - 5. Produksi Produk

Pengambilan gambar difokuskan pada produk-produk yang disarankan oleh owner Laziza Bakery & Cake, seperti bolu pandan, roti tawar, pisang bolen, dan donat. Selain itu, ditambahkan visualisasi dari proses produksi dan interaksi sederhana antara penjual dan pembeli. Semua anggota tim yang terlibat, termasuk para karyawan, berpartisipasi dalam proses ini untuk menunjukkan suasana kolaborasi dalam produksi.

Tahap ini tidak hanya memusatkan perhatian pada hasil visual produk, tetapi juga berusaha untuk menciptakan suasana yang autentik, alami, dan menarik, sehingga dapat menjalin kedekatan dengan konsumen. Dengan demikian, pelaksanaan pengambilan video menjadi langkah kunci untuk menghubungkan konsep storyboard dengan hasil visual yang siap digunakan dalam fase promosi berikutnya.



Gambar II - 6. Pelaksanaan Take Video

Gambar II - 6 menunjukkan bagaimana video diambil di Laziza Bakery & Cake. Proses tersebut mencakup pengaturan pencahayaan dari arah atas agar kue bolu bisa terlihat lebih jelas tanpa adanya bayangan dari produknya. Sementara itu, pengambilan gambar produk dilakukan sesuai dengan storyboard yang telah dibuat sebelumnya. Beberapa properti tambahan, seperti bunga dalam vas dan kalender meja, juga digunakan untuk meningkatkan estetika tampilan visual. Dokumentasi tersebut menggambarkan bahwa pengambilan video tidak hanya memprioritaskan produk, tetapi juga memperhatikan pencahayaan, sudut pengambilan, dan penataan properti agar hasil akhirnya lebih baik.



Gambar II - 7. Pengambilan Video Produk

Gambar II - 7 memperlihatkan proses pengambilan video untuk produk bolu pandan yang berada di meja kasir. Produk tersebut dipotong dengan hati-hati agar bagian dalamnya terlihat jelas, sementara kamera merekam setiap detik untuk menonjolkan detail pada tekstur dan kualitasnya. Tujuan dari proses ini adalah untuk menciptakan dokumentasi visual yang dapat menunjukkan keaslian, kelembutan, dan

daya tarik bolu panda Laziza Bakery & Cake dari perspektif konsumen. Dengan adanya potongan yang ditampilkan dalam video, pemirsa bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai bentuk, tekstur dan rasa produk, sehingga mendukung strategi promosi yang lebih meyakinkan.

2.2.5 Hasil Pengambilan Video

Hasil pengambilan video merupakan dokumentasi akhir dari proses pembuatan konten promosi yang telah dirancang berdasarkan storyboard yang telah dibuat. Pengambilan video dilaksanakan pada beberapa produk dari Laziza Bakery & Cake, seperti donat, pisang bolen, bolu pandan, dan roti tawar. Tiap video dirancang untuk menonjolkan ciri khas utama dari produk, seperti tekstur, bentuk, cara pembuatan, serta suasana pelayanan di toko.



Gambar II - 8 Hasil Pengambilan Video Donat

Gambar II - 8 merupakan hasil pengambilan video donat yang menampilkan keunikan topping melalui cara pengambilan gambar. Gerakan kamera yang dinamis menciptakan kesan yang elegan dan

menggugah selera bagi penonton. Pemakaian tulisan yang sedang populer diharapkan dapat menarik penonton di platform media sosial.



Gambar II - 9 Hasil Pengambilan Video Pisang Bolen

Berbeda dengan konsep donat, video pisang bolen mengandalkan humor situasional. Adegan dibuat dengan latar yang simpel yang berakhir dengan kejutan visual, menampilkan momen yang lucu dan mengejutkan. Pengambilan gambar dilakukan dari berbagai angle, termasuk dari sisi bawah dan atas, untuk menonjolkan ekspresi dan memperjelas narasi yang disusun. Video pisang bolen menampilkan

suasana yang ceria dan diharapkan dapat dengan cepat menarik perhatian penonton.



Gambar II - 10 Hasil Pengambilan Video Bolu Pandan

Selanjutnya, video tentang bolu pandan diciptakan dengan gaya sinematik untuk menonjolkan keindahan visual dan tekstur produk tersebut. Dengan menggabungkan teknik pengambilan gambar melingkar dan gerakan lambat di momen-momen tertentu, video ini menciptakan suasana yang anggun dan dramatis. Warna hijau khas bolu pandan diberikan penekanan melalui pencahayaan yang tepat, sementara pemasangan properti seperti vas bunga menambah elemen estetika yang memperindah keseluruhan tampilan.



Gambar II - 11 Hasil Pengambilan Video Roti Tawar

Terakhir, pengambilan video roti tawar dilaksanakan dengan langkah-langkah teratur, dimulai dari pendinginan roti yang baru dipanggang, pemotongan dengan mesin, hingga proses pengemasan. Pada gambar II – 11 merupakan proses pemotongan roti tawar menggunakan mesin pemotong otomatis. Adegan tersebut memperlihatkan roti tawar utuh yang dimasukkan ke dalam mesin pemotong untuk menghasilkan potongan yang seragam.

Secara keseluruhan, hasil pengambilan video keempat produk ini memperlihatkan perpaduan antara teknik pengambilan gambar yang terarah, pencahayaan yang tepat, dan penataan properti yang mendukung tampilan visual. Seluruh footage diambil secara sistematis berdasarkan storyboard sehingga proses pascaproduksi dapat berjalan lebih mudah dan efisien. Hasil akhir dari pengambilan video ini nantinya akan menjadi materi utama dalam pembuatan konten promosi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran Laziza Bakery & Cake.

2.3 Rencana Pengembangan Usaha

2.3.1 Rencana Pengembangan Usaha

Laziza Bakery dan Cake memiliki kesempatan yang sangat besar untuk mengembangkan usaha, terutama dalam bidang pemasaran. Selama ini, strategi pemasaran produk lebih banyak dilakukan dengan cara tradisional, sehingga jumlah konsumen yang dijangkau masih terbatas. Pemilik bisnis menyadari bahwa kemajuan teknologi digital memberikan kesempatan baru untuk strategi promosi yang lebih efisien

dan luas. Oleh karena itu, rencana pengembangan usaha difokuskan pada pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Instagram dan Facebook akan dimanfaatkan untuk membagikan konten visual seperti foto produk, katalog menu, testimoni pelanggan, serta informasi promosi terbaru.

Di sisi lain, TikTok digunakan tidak hanya untuk mengunggah video singkat yang kreatif, tetapi juga untuk melakukan siaran langsung promosi produk. Fitur live TikTok yang kini sedang menjadi tren di kalangan konsumendipercaya bisa menjadi sarana interaktif yang efisien, karena memungkinkan Laziza Bakery untuk memperkenalkan produk secara langsung, menjawab pertanyaan dari konsumen secara real time, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

TikTok adalah platform yang cocok untuk mempromosikan produk karena menampilkan kombinasi antara hiburan, pemasaran, dan bisnis. Dengan adanya fitur seperti TikTok Shop, yang mendukung komunikasi langsung antara penjual dan pembeli serta memperkuat keyakinan mengenai produk yang dijual (Utami & Ahmadi, 2024). Dengan strategi promosi yang berbasis media sosial ini, Laziza Bakery diharapkan dapat memperluas pangsa pasar, menarik konsumen baru, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan ketat di sektor UMKM kuliner.

2.3.2 Tahap-Tahap Pengembangan Usaha

Dalam usaha untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan memperluas area pemasaran, Laziza Bakery & Cake membutuhkan langkah-langkah pengembangan usaha yang terencana dan teratur. Pengembangan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan mutu produk, tetapi juga melibatkan pendekatan promosi yang lebih efisien melalui platform media sosial. Untuk memastikan bahwa rencana tersebut dapat berjalan dengan baik, penting untuk memiliki langkah-langkah yang jelas sebagai panduan pelaksanaan. Berikut ini adalah tahap-tahap pengembangan usaha Laziza Bakery & Cake:

1 Analisis Kebutuhan dan Permasalahan

Pada tahap awal, pemilik usaha mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi yaitu dalam hal marketing atau pemasaran. Di era digital saat ini banyak UMKM yang sudah melakukan migrasi pemasaran produknya melalui sosial media. Di sisi lain Laziza Bakery & Cake juga menganalisis perilaku konsumen, keunggulan dan kelemahan produk.

2 Perencanaan Strategi Pemasaran Online

Laziza Bakery & Cake sedang merancang rencana pemasaran melalui sosial media dengan menggunakan Instagram, Facebook, dan TikTok. Instagram serta Facebook akan dimanfaatkan untuk menampilkan gambar produk, katalog, dan informasi promosi secara teratur. Di sisi lain, TikTok dimanfaatkan untuk video pendek dan

siaran langsung, mengingat fitur ini sedang banyak diminati dan memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan. Melalui siaran langsung di TikTok, Laziza Bakery & Cake dapat mengenalkan produk secara real-time, menjawab pertanyaan pelanggan, dan memperkuat kepercayaan, sehingga pemasaran menjadi lebih efisien.

3 Penyusunan Konten Promosi

Tahap selanjutnya adalah merancang konten yang akan dipublikasikan, seperti pembuatan storyboard atau alur konten, foto produk yang berkualitas, hingga materi promosi untuk keperluan live.

4 Pelaksanaan Promosi Online

Setelah konten selesai dibuat dan siap dipublikasikan, kegiatan promosi dilakukan dengan mengunggah konten secara konsisten di platform Instagram dan Facebook, serta memanfaatkan fitur TikTok untuk mengunggah video singkat atau untuk melakukan live streaming interaktif.

5 Evaluasi dan Pengembangan Lanjutan

Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi efektivitas promosi, misalnya melalui jumlah interaksi, peningkatan jumlah pelanggan, maupun kenaikan penjualan. Berdasarkan hasil penilaian tersebut,

strategi bisa disesuaikan dan dikembangkan lebih lanjut untuk membuat promosi menjadi lebih efektif.



BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan ini mengedepankan penerapan ilmu komputer, terutama dalam pembuatan konten visual untuk mendukung pemasaran digital bagi UMKM. Langkah pertama yang diambil adalah menciptakan storyboard secara rinci untuk berbagai produk dari Laziza Bakery & Cake. Desain ini menghasilkan peta visual yang sangat terperinci, mencakup urutan adegan, jenis frame yang diperlukan, elemen visual, serta petunjuk teknis untuk pengambilan gambar. Dokumentasi storyboard ini selanjutnya berfungsi sebagai acuan teknis dan kreatif yang krusial, menjamin bahwa semua aspek visual produk dapat ditampilkan dengan cara yang konsisten dan terorganisir sebelum tahap perekaman dilakukan.

Tahap selanjutnya adalah melakukan pengambilan video sesuai dengan rancangan storyboard yang telah disusun sebelumnya. Proses pengambilan video ini merupakan implementasi dari semua ide yang telah direncanakan, yang melibatkan penyesuaian sudut pengambilan gambar, pencahayaan, dan pergerakan kamera di lokasi. Hasil dari kegiatan ini adalah bahan mentah video yang telah tersusun rapi dan memiliki kualitas visual yang baik. Footage ini kemudian akan menjadi sumber utama yang siap untuk diproses lebih lanjut pada tahap pascaproduksi, yang bertujuan untuk menciptakan materi promosi yang menarik bagi UMKM Laziza Bakery & Cake.

3.2 Saran

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis selama kurang lebih satu bulan di Laziza Bakery & Cake, ditemukan salah satu masalah signifikan yang dihadapi adalah minimnya pengelolaan strategi pemasaran digital secara konsisten. Mengingat bahwa saat ini banyak UMKM yang harus beralih dan menyesuaikan diri dengan dunia digital untuk menjaga dan meningkatkan daya saing mereka, Laziza Bakery & Cake perlu segera melakukan penyesuaian. Oleh karena itu, saran ini dikelompokkan menjadi dua fokus utama yaitu saran yang berfokus pada pengembangan pemasaran digital di Laziza Bakery & Cake, dan saran untuk penelitian selanjutnya yang bisa melanjutkan hasil penelitian ini.

1. Untuk Laziza Bakery & Cake

Mengingat tantangan utama Laziza Bakery & Cake ada pada digital marketing yang belum ada, disarankan agar Laziza Bakery & Cake segera membentuk tim digital marketing yang berdedikasi. Tim tersebut bertanggung jawab sepenuhnya pada perencanaan strategis konten, pengelolaan aktif media sosial, interaksi dengan audiens, dan analisis performa konten promosi secara berkelanjutan. Selain itu, Laziza Bakery & Cake juga perlu mengikuti trend trend seperti live di Tik Tok untuk memaksimalkan jangkauan dan meningkatkan penjualan.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk berfokus pada implementasi dan pengelolaan digital marketing secara menyeluruh pada Laziza Bakery & Cake. Peneliti tidak hanya berfokus pada pembuatan storyboard dan take

video, tetapi juga harus mencakup perencanaan konten dalam jangka waktu tertentu serta analisis seberapa efektif konten tersebut dalam meningkatkan jumlah penonton dan penjualan produk Laziza Bakery & Cake. Selain itu, diperlukan pengembangan model storyboard dan proses produksi yang lebih fleksibel untuk jenis konten yang cepat dan berdurasi pendek seperti reels atau TikTok, agar konten promosi dapat mengikuti perkembangan tren media sosial secara langsung.



DAFTAR PUSTAKA

- Gu, X., Sun, Y., Ni, F., Chen, S., Wang, X., Song, R., ... & Cao, X. (2023, October). Tevis: Translating text synopses to video storyboards. In *Proceedings of the 31st ACM International Conference on Multimedia* (pp. 4968-4979).
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kandriasari, A., Situmorang, R., Muslim, S., & Siang, J. L. (2020). How To Develop A Bread Processing Video Storyboard. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 5(2), 137-141.
- Nursetyo, K. I., & Ariani, D. (2021). Ragam storyboard untuk produksi media pembelajaran. *Jurnal Pembelajaran Inovatif*, 4(1), 108-120.
- Rahmadani, D. F. W., Dewi, C. K., & Fiandra, Y. (2022). Perancangan storyboard video dokumentasi visual KKN tematik budaya Keraton Sumedang Larang. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 4(2), 51-54.
- Sania, A. M. F., & Febriana, P. (2024). Live Streaming TikTok Meningkatkan Penjualan dan Keterlibatan Merek di Indonesia. *Converse Journal Communication Science*, 1(2), 37-48.
- Utami, D. F. T., & Ahmadi, M. A. (2024). Pengaruh Fitur Live Streaming Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Tiktok Shop. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 51-59.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat 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 kepastian, 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-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.



Balai
Sertifikasi
Elektronik

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/VII/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 Kesediaan Menjadi Tempat KKL

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI TEMPAT KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL)

Kepada
Yth. Ketua Program Studi Ilmu Komputer
Universitas Putra Bangsa

Di Tempat

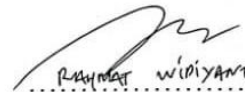
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAHMAT WIDIYANTO
Jabatan : PEMILIK
Instansi/Perusahaan : LAZILA BAKERY
Alamat : JL KEMAK MURAH NO 4 JOMBANG 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

**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 : Lazito 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 : Akhmad Angidanal Fitro

NIM : 220202674

Program Studi : Ilmu Komputer

dengan ini mengajukan judul Laporan KKL:

"PERANCANGAN STORYBOARD DAN TAKE VIDEO PROMOSI UMKM PADA
LAZIZA BAKERY & CAKE"

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

Kebumen, 31 Oktober 2025

Mahasiswa

Dosen Pembimbing



(Akhmad Angidanal Fitro)

NIM : 220202674



(Awaludin Abd. S. Komarudin)

NIDN : 0619129003

Lampiran 7. Kartu Bimbingan Penulisan Laporan KKL

KARTU BIMBINGAN PENULISAN LAPORAN KKL PROGRAM STUDI SARJANA ILMU KOMPUTER

Nama Mahasiswa : Akhmad Angidana Fitro
 NIM : 220202679
 Judul KKL : Perancangan Storyboard dan Take Video Promosi
 UMKM Pada Laziza Bakery & Cake
 Pembimbing KKL : Awaludin Abid, S.Kom., M.Kom.

No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	4 September 2025	Pengajuan Judul	
2	10 September 2025	Laporan Bab I	
3	31 Oktober 2025	Revisi dan Laporan Hasil	
4	12 November 25	Penulisan format	

Kebumen, 4 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. Ronggowarsito 18 Pejagoan Kebumen, Telp. 0287-384011
Kampus Dua : Jl. Raya Buntu - Gombong KM 05 Kemranjen Banyumas, Telp 0282-5296662

KARTU BIMBINGAN KEGIATAN KKL PROGRAM STUDI SI ILMU KOMPUTER

Nama Mahasiswa : Akhmad Angidanal Fitra
NIM : 220202674
Judul KKL :

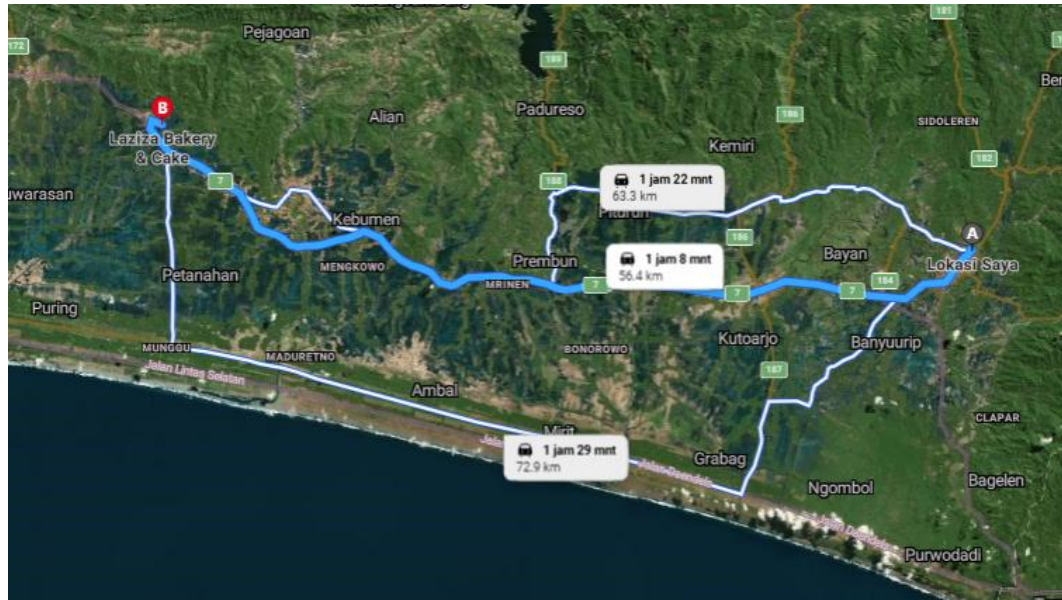
No.	Tanggal	Materi bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	1 Agustus 2025	Pembagian jobdesk dan foto roti kopi	
2.	4 Agustus 2025	Memotret produk pisang bolen	
3.	6 Agustus 2025	Membuat desain produk pisang bolen	
4.	7 Agustus 2025	Membuat Price list	
5.	11 Agustus 2025	Membuat storyboard dan take videobolupandan	
6.	13 Agustus 2025	Membuat storyboard video produk donat	
7.	14 Agustus 2025	Membuat storyboard pisang bolen dan take video donat	
8.	20 Agustus 2025	Membuat storyboard rotikawar dan take video pisang bolen	
9.	21 Agustus 2025	Take foto produk	
10.	25 Agustus 2025	Take foto produk	
11.	27 Agustus 2025	Take foto produk	
12.	28 Agustus 2025	Video untuk dokumentasi	
13.	30 Agustus 2025	Profil Lazza Bakery & Cake	
14.			

Kebumen, 1 Agustus 2025

Pembimbing

Paimat 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>