

RINGKASAN MATERI KELAS XI KONSENTRASI KEAHLIAN DKV DIGITAL MARKETING & VIDEOGRAFI

1. DIGITAL MARKETING

Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran produk/jasa dengan memanfaatkan teknologi dan media digital untuk **memperkenalkan produk, menjangkau audiens, membangun interaksi, dan meningkatkan penjualan.**

Media Digital Marketing

Media	Contoh
Social Media	TikTok, Instagram, Facebook
Video Platform	YouTube
Marketplace	Shopee, TikTok Shop
Website	Website toko/perusahaan
Messaging	WhatsApp, Email
Search Engine	Google

Tujuan Digital Marketing

- Mengenalkan produk/brand
- Mendapatkan audiens
- Meningkatkan **engagement**
- Mendapatkan calon pelanggan
- Meningkatkan penjualan
- Membangun hubungan dengan pelanggan

2. AFFILIATE MARKETING

Affiliate Marketing adalah kegiatan mempromosikan produk milik pihak lain dan memperoleh **komisi sesuai ketentuan program** ketika terjadi transaksi melalui mekanisme affiliate.

Alur Affiliate

Konten → Audiens → Tertarik → Klik Produk → Pembelian → Komisi

Contoh Platform

Program	Konsep
TikTok Affiliate	Promosi produk melalui konten/fitur produk di TikTok
Shopee Affiliate	Promosi produk yang tersedia di Shopee
YouTube Shopping	Menampilkan/menautkan produk dalam ekosistem YouTube

Catatan: Syarat, fitur, dan mekanisme komisi dapat berubah sesuai kebijakan masing-masing platform.

3. TIKTOK AFFILIATE

TikTok Affiliate memanfaatkan **konten TikTok untuk memperkenalkan produk** sehingga audiens dapat menemukan produk dan melakukan pembelian melalui fitur/tautan produk.

Contoh Konten

“3 alat yang wajib dimiliki siswa DKV untuk membuat video.”

Kemudian produk ditampilkan dalam video.

Kunci Konten TikTok Affiliate

Konten menarik + Produk relevan + CTA

4. SHOPEE AFFILIATE

Shopee Affiliate digunakan untuk **mempromosikan produk Shopee melalui konten atau tautan affiliate**.

Contoh:

Membuat video “5 perlengkapan wajib untuk content creator pemula.”

Produk yang dibahas dapat diarahkan ke halaman produk Shopee melalui mekanisme affiliate.

5. YOUTUBE SHOPPING

YouTube Shopping memungkinkan kreator **menampilkan atau menautkan produk dalam konten YouTube**, sehingga audiens dapat menemukan produk yang berkaitan dengan video.

Contoh:

Video “Peralatan kamera yang saya gunakan untuk membuat video.”

Produk kamera, tripod, microphone, dan lighting dapat ditampilkan atau ditautkan sesuai fitur yang tersedia.

6. ENGAGEMENT

Engagement = interaksi audiens terhadap konten.

Bentuk Engagement

Interaksi	Contoh
Like	Menyukai video
Comment	Memberikan komentar
Share	Membagikan video
Save	Menyimpan konten
Click	Mengklik tautan/produk

Cara Meningkatkan Engagement

1. Buat **hook** menarik.
2. Ajukan pertanyaan.
3. Buat konten yang relevan.
4. Gunakan storytelling.
5. Berikan informasi yang bermanfaat.

6. Buat konten menghibur.
7. Ajak audiens memberikan pendapat.
8. Konsisten membuat konten.

Contoh Pertanyaan

“Menurut kalian, desain A atau B yang lebih menarik?”

Pertanyaan seperti ini dapat mendorong audiens untuk berkomentar.

7. RETENSI

Retensi adalah kemampuan sebuah video untuk **mempertahankan penonton agar terus menonton**.

Contoh

Video berdurasi **30 detik**:

- Banyak penonton berhenti di detik 2 → retensi awal rendah.
- Banyak penonton bertahan sampai detik 25–30 → retensi relatif lebih baik.

Cara Meningkatkan Retensi

- Gunakan hook kuat.
 - Jangan terlalu lama melakukan intro.
 - Gunakan visual yang menarik.
 - Buat alur cerita.
 - Berikan informasi secara bertahap.
 - Gunakan perubahan visual yang sesuai.
 - Buat penonton penasaran dengan bagian berikutnya.
-

8. FYP

FYP (For You Page) adalah halaman rekomendasi TikTok yang menampilkan konten kepada pengguna berdasarkan sistem rekomendasi.

Hal yang dapat mendukung performa konten

- Retensi penonton
- Durasi menonton
- Interaksi
- Relevansi konten
- Kualitas konten
- Respons audiens
- Informasi/caption yang relevan

Penting: Tidak ada satu trik yang menjamin video pasti masuk FYP.

9. STRATEGI KONTEN AFFILIATE

Gunakan pola:

HOOK → MASALAH → SOLUSI → DEMO → MANFAAT → CTA

Tahap	Fungsi	Contoh
Hook	Menarik perhatian	“Jangan beli tripod sebelum tahu ini!”
Masalah	Menunjukkan kebutuhan	“Video kamu sering goyang?”
Solusi	Memperkenalkan solusi	“Gunakan tripod.”
Demo	Membuktikan penggunaan	Tampilkan tripod digunakan
Manfaat	Menjelaskan keuntungan	“Video lebih stabil.”
CTA	Mengajak tindakan	“Cek produknya di tautan.”

10. HOOK

Hook adalah bagian awal konten yang bertujuan **menarik perhatian penonton**.

Contoh Hook

- “Jangan lakukan ini saat membuat video!”
- “3 kesalahan yang sering dilakukan pemula.”
- “Kenapa video kamu terlihat biasa?”
- “Kalau kamu siswa DKV, kamu wajib tahu ini!”
- “Saya baru menemukan alat yang sangat membantu pekerjaan saya.”

Tujuan Hook

Membuat penonton berhenti scrolling dan tertarik melanjutkan video.

11. CTA (CALL TO ACTION)

CTA adalah ajakan agar audiens melakukan tindakan tertentu.

Contoh CTA

Tujuan	CTA
Membeli	“Cek produknya di keranjang.”
Klik	“Klik tautan untuk melihat detail.”
Komentar	“Tulis pendapatmu di komentar.”
Follow	“Follow untuk tips berikutnya.”
Save	“Simpan video ini agar tidak lupa.”
Share	“Bagikan ke temanmu yang membutuhkan.”

12. PRODUK DIGITAL

Produk digital adalah produk yang dibuat, disimpan, dan/atau didistribusikan dalam bentuk digital.

Contoh Produk Digital

Produk	Contoh
E-book	Buku elektronik

Template	Template poster/Instagram
Preset	Preset foto/video
Course	Kursus online
Worksheet	LKPD digital
Asset desain	Icon, font, ilustrasi
File presentasi	Template PowerPoint

Contoh Peluang untuk Siswa DKV

Membuat **template poster** → menjual file digital → pembeli mendapatkan file → tidak perlu mengirim barang fisik.

13. LYNK.ID

lynk.id dapat digunakan untuk membuat **satu halaman yang berisi berbagai tautan**.

Contoh

LINK DI BIO

↓
LYNK.ID
↓

TikTok Shop
Shopee
YouTube
Instagram
Produk Digital
WhatsApp

Manfaat

- Memudahkan audiens menemukan berbagai link.
- Cocok digunakan pada bio media sosial.
- Menggabungkan banyak tujuan dalam satu halaman.
- Membantu mengarahkan audiens ke produk atau platform lain.

14. VIDEOGRAFI

Videografi adalah proses menghasilkan **gambar bergerak/video** menggunakan kamera dengan memperhatikan berbagai aspek visual dan audio.

Elemen Videografi

Framing + Angle + Movement + Composition + Lighting + Audio + Editing

15. JENIS VIDEO

Jenis	Pengertian	Tujuan
Vlog	Video tentang aktivitas/pengalaman/opini	Cerita & dokumentasi
Video Iklan	Video promosi produk/jasa	Promosi & penjualan
Cinematic	Video yang menonjolkan estetika & storytelling	Membangun suasana & cerita

16. VLOG

Vlog (Video Blog) adalah video yang berisi pengalaman, aktivitas, cerita, perjalanan, opini, atau kehidupan seseorang.

Contoh

“Sehari Menjadi Siswa DKV.”

Struktur sederhana:

Opening → Aktivitas → Cerita → Pengalaman → Closing

17. VIDEO IKLAN

Video iklan dibuat untuk **mengenalkan, mempromosikan, atau menjual produk/jasa.**

Struktur

Hook → Masalah → Produk → Manfaat → Bukti/Demo → CTA

Contoh

“Video kamu sering goyang?” → Masalah

“Gunakan tripod ini.” → Produk

“Kamera menjadi lebih stabil.” → Manfaat

“Lihat perbedaannya.” → Demo

“Cek produknya melalui tautan.” → CTA

18. VIDEO CINEMATIC

Video cinematic menonjolkan:

- Storytelling
- Komposisi
- Pencahayaan
- Warna
- Framing
- Camera angle
- Camera movement
- Audio
- Editing

Tujuan

Membuat video terasa **lebih menarik, emosional, dramatis, dan memiliki suasana tertentu.**

19. FRAMING / SHOT

Framing menentukan **seberapa banyak bagian objek yang ditampilkan dalam frame.**

Shot	Tampilan	Fungsi
Extreme Long Shot	Lingkungan sangat luas	Menunjukkan lokasi
Long Shot	Subjek + lingkungan	Menunjukkan hubungan subjek dengan tempat
Full Shot	Seluruh tubuh	Menampilkan aktivitas tubuh

Medium Shot	Sekitar pinggang/dada–kepala	Percakapan/presenter
Medium Close Up	Sekitar dada/perut–kepala	Wajah + konteks tubuh
Close Up	Wajah/detail objek	Ekspresi/detail
Big Close Up	Wajah sangat dekat	Memperkuat emosi
Extreme Close Up	Detail sangat dekat	Menonjolkan detail spesifik

Cara Mengingat

Semakin dekat shot → semakin kuat detail dan ekspresi.

Semakin jauh shot → semakin banyak lingkungan yang terlihat.

20. CAMERA ANGLE

Camera angle adalah sudut pandang kamera terhadap objek.

Angle	Posisi Kamera	Kesan/Fungsi
Bird Eye / Drone View	Sangat tinggi	Melihat lokasi/pola dari atas
High Angle	Di atas objek	Subjek dapat terlihat lebih kecil/lemah
Eye Level	Sejajar mata	Natural & netral
Low Angle	Di bawah objek	Subjek dapat terlihat kuat/berwibawa
Frog/Worm Eye	Sangat rendah	Dramatis & ekstrem

Kesan angle bergantung pada konteks cerita dan cara penggunaannya.

21. CAMERA MOVEMENT

Camera movement adalah pergerakan kamera saat merekam.

Movement	Gerakan	Fungsi
Pan Left	Horizontal ke kiri	Mengikuti objek/memperlihatkan area
Pan Right	Horizontal ke kanan	Mengikuti objek/memperlihatkan area
Tilt Up	Vertikal ke atas	Mengikuti objek dari bawah ke atas
Tilt Down	Vertikal ke bawah	Mengikuti objek dari atas ke bawah
Dolly In	Kamera mendekati objek	Menambah fokus/dramatis
Dolly Out	Kamera menjauhi objek	Memperlihatkan lingkungan
Tracking	Kamera mengikuti subjek	Mengikuti pergerakan subjek

Ingat:

PAN = Kiri/Kanan

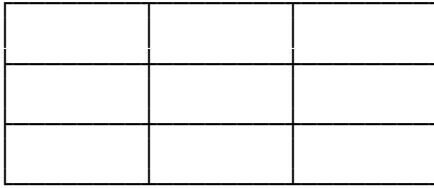
TILT = Atas/Bawah

DOLLY = Mendekat/Menjauh

TRACKING = Mengikuti

22. RULE OF THIRDS

Rule of Thirds adalah prinsip komposisi dengan membagi frame menjadi $3 \times 3 = 9$ bagian.



Objek penting dapat ditempatkan pada:

- Garis vertikal.
- Garis horizontal.
- Titik perpotongan garis.

Fungsi Rule of Thirds

- ✓ Membantu komposisi lebih menarik.
- ✓ Membuat frame lebih seimbang.
- ✓ Mengarahkan perhatian penonton.
- ✓ Memberikan ruang pandang.
- ✓ Menghindari komposisi yang terlalu monoton.

23. HUBUNGAN TEKNIK VIDEOGRAFI

Teknik	Fokus Pertanyaan
Framing	Seberapa dekat/jauh objek?
Angle	Dari sudut mana objek dilihat?
Movement	Bagaimana kamera bergerak?
Rule of Thirds	Di mana objek ditempatkan?
Lighting	Bagaimana objek diterangi?
Audio	Bagaimana suara digunakan?
Editing	Bagaimana semua footage disusun?

Contoh

Seorang siswa sedang membuat video produk:

Medium Close Up

→ menampilkan wajah dan produk.

Low Angle

→ memberikan kesan percaya diri.

Dolly In

→ kamera mendekati produk.

Rule of Thirds

→ produk ditempatkan pada titik komposisi.

Lighting

→ produk terlihat jelas.

Audio

→ suara narasi terdengar jelas.

Hasilnya:

Video menjadi lebih **terarah, menarik, dan komunikatif**.

24. HUBUNGAN DIGITAL MARKETING & VIDEOGRAFI

Untuk membuat konten affiliate yang efektif, kemampuan digital marketing dan videografi harus digunakan bersama.

VIDEOGRAFI

↓
Visual menarik

↓
Konten berkualitas

↓
DIGITAL MARKETING

↓
Audiens tertarik

↓
Engagement

↓
Retensi

↓
CTA

↓
Klik produk

↓
Penjualan

25. RUMUS KONTEN AFFILIATE

🔑 Formula Utama

HOOK → MASALAH → SOLUSI → DEMO → MANFAAT → CTA

Contoh

HOOK: “Sulit membuat video sendiri?”

MASALAH: “Kamera sering goyang dan framing tidak konsisten.”

SOLUSI: “Gunakan tripod.”

DEMO: Tampilkan penggunaan tripod.

MANFAAT: “Kamera lebih stabil dan proses shooting lebih mudah.”

CTA: “Cek produk melalui tautan yang tersedia.”

26. KONSEP YANG WAJIB DIINGAT

Istilah	Kata Kunci
Digital Marketing	Pemasaran digital
Affiliate	Promosi + komisi
Engagement	Interaksi
Retensi	Bertahan menonton
FYP	Rekomendasi TikTok
Hook	Tarik perhatian
CTA	Ajakan bertindak
Produk Digital	Produk berbentuk digital

lynk.id	Kumpulan tautan
Vlog	Cerita/aktivitas
Video Iklan	Promosi/penjualan
Cinematic	Estetika + storytelling
Framing	Ukuran tampilan
Angle	Sudut kamera
Movement	Gerakan kamera
Rule of Thirds	Komposisi 3 × 3
