

**PERANCANGAN DIGITAL VIDEO YUZU LEMON
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK MIZONE**



Gabriel Ricardo Gelael

111 2191 024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
2018**

**PERANCANGAN DIGITAL VIDEO YUZU LEMON
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK MIZONE**



Gabriel Ricardo Gelael

111 2191 024

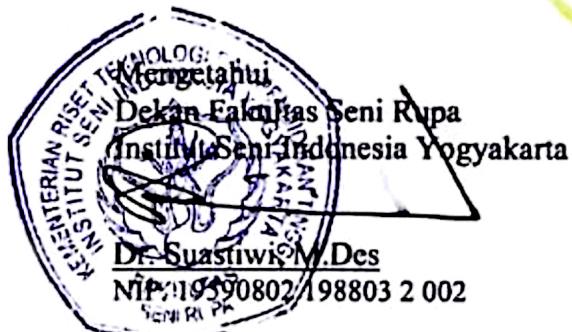
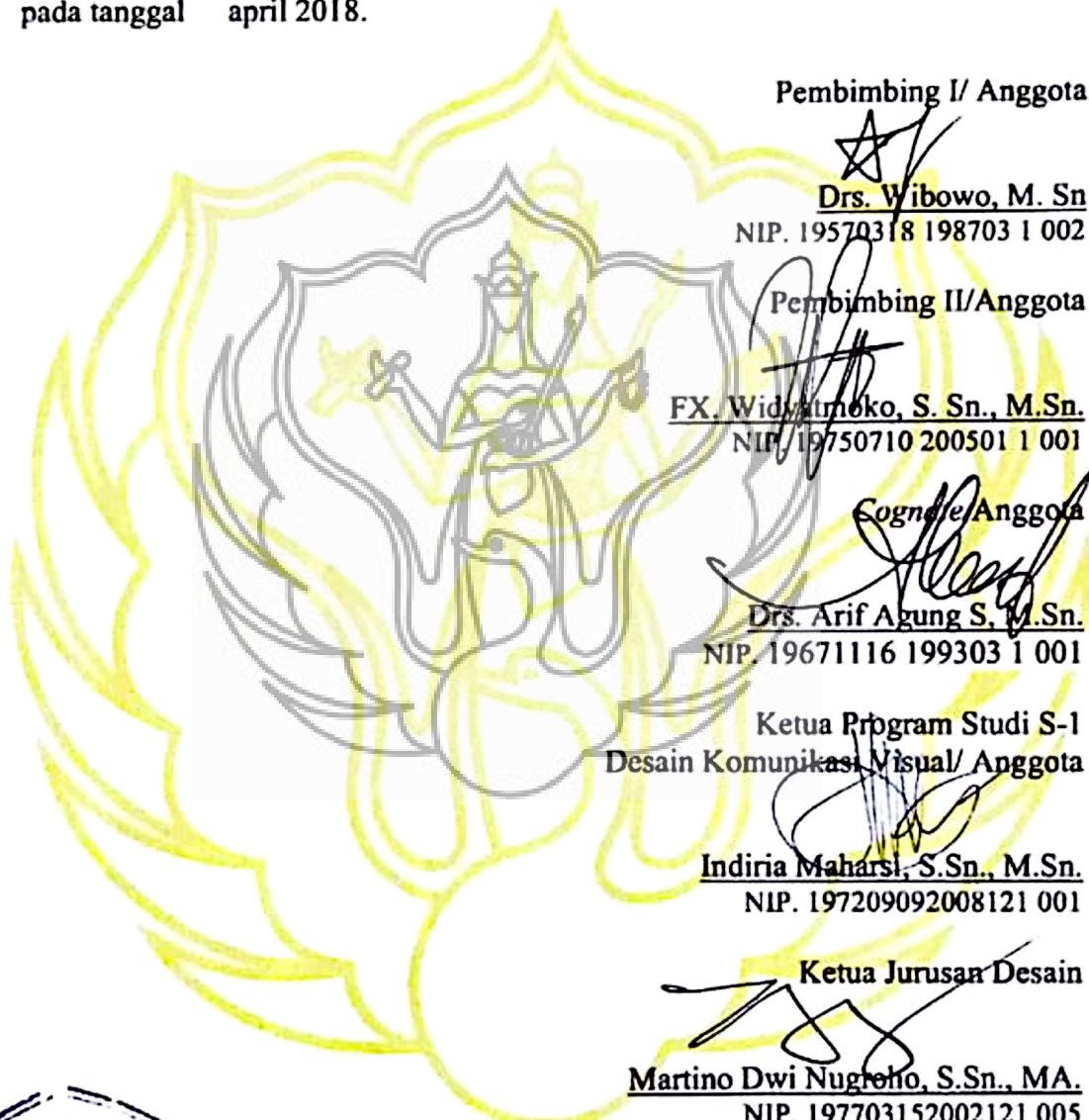
**Tugas Akhir Ini Diajukan Kepada
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Bidang Desain Komunikasi Visual**

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

PERANCANGAN DIGITAL VIDEO YUZU LEMON SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK MIZONE diajukan oleh Gabriel Ricardo Gelael 111 2191 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal april 2018.



PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gabriel Ricardo Gelael
NIM : 111 2191 024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul : Perancangan Digital Video Yuzu Lemon Sebagai Media Promosi Produk Mizone

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh perancangan desain yang ada dalam laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh pertanggungjawaban dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, April 2018

Gabriel Ricardo Gelael

KATA PENGANTAR

Perancangan digital video yuzu lemon sebagai media promosi produk mizone ini merupakan upaya penulis untuk menangani sebuah produk yang ingin memunculkan varian rasa barunya. Tentang bagaimana cara agar konsumen dapat mengetahui adanya informasi ini adalah tujuan utama dari perancangan ini. Dalam hal ini penulis mencoba menciptakan sebuah karya yang berupaya untuk membuat *campaign* mengenai rasa baru yuzu lemon untuk menyampaikan pesan terhadap konsumen dan mewujudkannya dari sisi DKV, maka setelah melalui berbagai riset dan pertimbangan, digital video terpilih sebagai media utama dalam *campaign* tersebut, dimana saat ini perkembangan internet sangat pesat, khususnya di Indonesia.

Perancangan ini merupakan sebuah hasil karya yang diharapkan mampu menjadi salah satu inspirasi dan baik bagi masyarakat maupun dalam lingkup DKV (desain komunikasi visual). Sehingga dapat berguna untuk mempelajari hal-hal mengenai digital video dan komunikasinya.

Yogyakarta, April 2018

Gabriel Ricardo Gelael

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan atas segala nikmat dan karunia sang maha pencipta alam semesta, Tuhan Yang Maha Esa atas terwujudnya penulisan dan karya saya yang tidak lepas dari berbagai pihak, untuk itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Prof. Dr M. Agus Burhan, M.Hum, selaku rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Suastiwi, M.Des, selaku dekan FSRD Institut Seni Indonesia.
4. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn. selaku ketua Prodi Desain komunikasi Visual Institut Seni Indonesia.
5. Bapak Drs. Wibowo, M. Sn. Selaku dosen pembimbing I.
6. Bapak FX. Widyatmoko, S.Sn., M.Sn. Selaku dosen pembimbing II dan dosen wali.
7. Bapak Drs. Arif Agung S, M.Sn. selaku cognate.
8. Bapak Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn. selaku sekretari prodi DKV ISI Yogyakarta.
9. Orang tua tercinta Ibu Fransiska Endah Kurniawati dan Bapak Christop Alexander Purnama.
10. Teman-teman yang mempunyai peran luar biasa untuk membantu dan selalu mendukung kelancaran dalam proses penggerjaan tugas akhir ini. Mas Riki, Ajeng, Penyok, Ebe, Bony, Fajar, Aria, Gufront, seluruh tim Pressplay dan Interval, Iwan, Kais, Desmond, Frida, Ves, Lingga, Antonia, Mas Oka, Doyok, Gombol, Nasrul dan masih banyak lagi yang maaf tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak, *you're the best guys!*

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta :

Nama : Gabriel Ricardo Gelael
NIM : 111 2191 024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, penulis memberikan kepada perpustakaan UPT perpustakaan ISI Yogyakarta, karya tugas akhir perancangan yang berjudul **PERANCANGAN DIGITAL VIDEO YUZU LEMON SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK MIZONE**. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengolahnya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis. Demikian pernyataan ini yang dibuat dengan sebenarnya.

Yogyakarta,
April 2018

Gabriel Ricardo Gelael

ABSTRAK

Perancangan Digital Video Yuzu Lemon Sebagai Media Promosi Produk Mizone

Gabriel Ricardo Gelael

Mizone Yuzu Lemon merupakan varian rasa baru yang diproduksi oleh perusahaan Danone pada bulan Juli 2017 lalu. Dalam penulisan ini membahas tentang bagaimana merancang digital video sebagai media promosi untuk memperkenalkan rasa baru Yuzu Lemon dari produk Mizone. *BRINGS THE SUMMER ON!* Merupakan ide konsep yang akan diangkat dalam pembuatan digital video ini. Konsep ini akan membawa produk Mizone Yuzu Lemon hadir dalam masyarakat untuk dapat memberikan sensasi *summer* dalam siklus cuaca di Indonesia yang panas. Dengan begitu, maka akan mengubah keluhan masyarakat yang “*I hate hot weather*” dengan “*let's enjoy the sun in our exotic way*”.

Melaui pendekatan tersebut, diharapkan mampu membuat *audience* merasakan dan menikmati kesegaran Mizone Yuzu Lemon pada iklim di Indonesia, khususnya Jakarta, pada saat mendapati cuaca yang panas. Dengan demikian, rasa baru Yuzu Lemon dari produk Mizone akan dapat lebih dikenal masyarakat dan pemasaran produk akan lebih meningkat.

Kata Kunci : Mizone, Yuzu Lemon, Digital Video, iklan.

ABSTRACT

Digital Video Design

Yuzu Lemon As Media Promotion of Mizone Products

Gabriel Ricardo Gelael

Mizone Yuzu Lemon is a new flavor variant produced by Danone company in July 2017. This paper discusses about how to design digital video as a media campaign to introduce the new Yuzu Lemon flavour from Mizone products. BRINGS THE SUMMER ON! Is the concept idea that will be brought in the making of this digital video. This concept will bring Mizone Yuzu Lemon products in around the community to provide a summer sensation in the hot weather cycle of Indonesia. That way, it will change the public complaints like "I hate hot weather" to "let's enjoy the sun in our exotic way".

Through this approach, audience is expected to feel and enjoy the freshness of Mizone Yuzu Lemon in the climate in Indonesia, especially Jakarta, where the weather is hot. Thus, Mizone's product with the new flavour, Yuzu Lemon, will be better known by the public and product marketing will further increase.

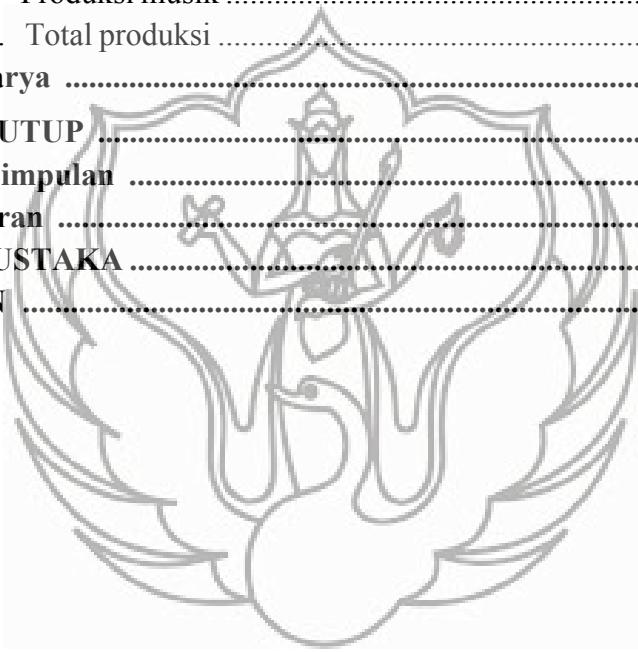
Keywords: Mizone, Yuzu Lemon, Digital Video, advertisement.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	3
1.3 TUJUAN	3
1.4 BATASAN MASALAH	3
1.5 MANFAAT PERANCANGAN	3
A. Manfaat bagi <i>Audience</i>	3
B. Manfaat bagi Intuisi (DKV)	4
C. Manfaat bagi Masyarakat Luas	4
D. Manfaat bagi Penulis	4
1.6 METODE PERANCANGAN	4
A. Data awal	4
B. Metode pengumpulan data	4
C. Instrumen/ Alat Pengumpulan Data	4
D. Metode analisis	5
1.7 SISTEMATIKA PERANCANGAN	6
1.8 SKEMATIKA PERANCANGAN	7
BAB II IDENTIFIKASI DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Data Perusahaan	8
2.2 Produk	9
2.3 Identifikasi Produk	11
A. Mizone Yuzu Lemon	11
B. Videografi	12
C. Digital Video	12

D. Motion Graphic	14
E. Periklanan	14
1. Era periklanan saat ini	15
2. YouTube	16
3. Digital video	17
F. <i>Director</i>	18
G. Kompetitor	18
BAB III KONSEP PERANCANGAN	21
3.1 Konsep Kreatif	21
A. Tujuan komunikasi	21
B. Strategi komunikasi	21
3.2 Konsep Media	22
A. Berdasarkan segmentasi geografis	22
B. Berdasarkan segmentasi demografis	22
C. berdasarkan sementasi psikografis	22
3.3 Strategi media	23
3.4 Tujuan dan Strategi Kreatif	24
A. Tujuan kreatif	24
B. Strategi Kreatif	24
3.5 Isi Pesan	25
A. Bentuk pesan	25
B. Strategi visual	25
C. Program kreatif	28
3.6 Media Pendukung	32
A. YouTube <i>After Movie Mizone We The Fest 2017</i>	32
B. Poster	32
BAB IV PERANCANGAN DAN VISUALISASI KARYA	33
4.1 Sinopsis	33
4.2 Storyline	34
4.3 Data visual	39
A. Story Board	39
B. Main talent	47
C. Wardrobe	50
4.4 Moodboard	52
4.5 Media utama	53
A. Digital video pada YouTube	53
4.6 Media pendukung	54
A. <i>After Movie Mizone We The Fest 2017</i>	54
B. Poster	55

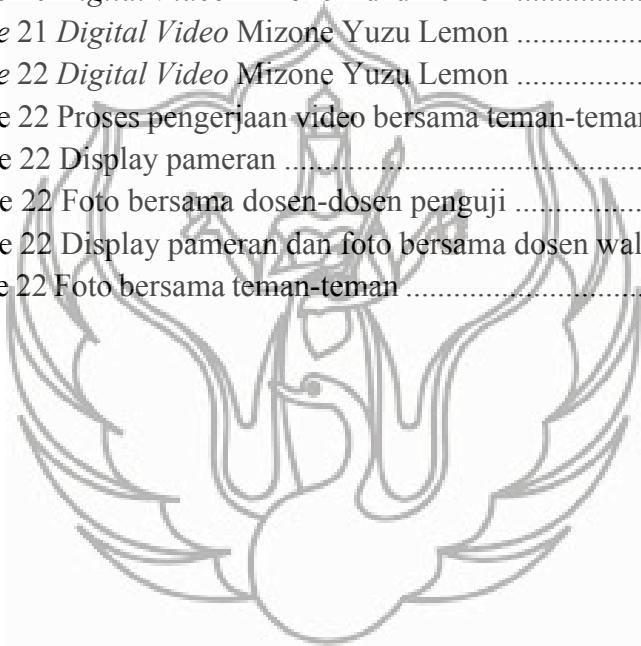
4.7 Dokumentasi produksi	56
4.8 Biaya kreatif	58
A. Pra produksi	58
B. Production crew	58
C. Artistik	58
D. Peralatan	58
E. Proses dan data digital	59
F. Katering dan cemilan	59
G. Wardrobe	59
H. Post produksi	60
I. Talent	60
J. Produksi musik	60
K. Total produksi	61
4.9 Karya	62
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74



DAFTAR GAMBAR

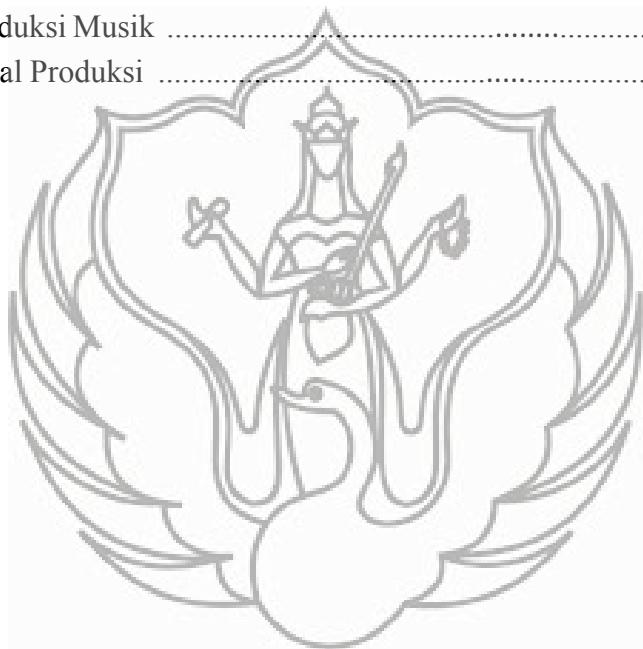
Gambar 1 Logo Danone	8
Gambar 2 Produk Mizone	10
Gambar 3 Mizone Yuzu Lemon	11
Gambar 4 Produk Pocari Sweat	18
Gambar 5 Iklan Pocari Sweat	18
Gambar 6 Produk Hydro Coco	19
Gambar 7 Iklan Hydro Coco	19
Gambar 8 Produk Vitazone	20
Gambar 9 Iklan Vitazone	20
Gambar 10 Iklan Vitazone	20
Gambar 11 <i>Color Grading 1</i>	31
Gambar 12 <i>Color Grading 2</i>	31
Gambar 13 Tampak Depan <i>Main Talent A</i>	47
Gambar 14 Tampak Samping <i>Opsional Main Talent A</i>	47
Gambar 15 Tampak Depan <i>Main Talent B</i>	48
Gambar 16 Tampak Samping <i>Main Talent B</i>	48
Gambar 17 Tampak Depan <i>Main Talent C</i>	49
Gambar 18 Tampak Samping <i>Opsional Main Talent C</i>	49
Gambar 19 Topi Jerami	50
Gambar 20 Kaca Mata hitam	50
Gambar 21 Kaos Polos Kuning	50
Gambar 22 <i>Long Sleeves Outer</i> , Biru	51
Gambar 23 Celana Cargo, Krem	51
Gambar 24 Sepatu Wakai	51
Gambar 25 <i>Moodboard</i>	52
Gambar 26 <i>Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	53
Gambar 27 Cuplikan <i>After Movie</i> Mizone We The Fest 2017	54
Gambar 28 Poster Mizone Yuzu Lemon	55
Gambar 29 Bagian Dokumentasi 1	56
Gb. 30. Bagian Dokumentasi 2	57
Gb. 31. <i>Scene 1 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	62
Gb. 32. <i>Scene 2 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	62
Gb. 33. <i>Scene 3 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	62
Gb. 34. <i>Scene 4 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	63
Gb. 35. <i>Scene 5 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	63
Gb. 36. <i>Scene 6 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	63
Gb. 37. <i>Scene 7 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	64
Gb. 38. <i>Scene 8 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	64

Gb. 39. <i>Scene 9 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	64
Gb. 40. <i>Scene 10 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	65
Gb. 41. <i>Scene 11 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	65
Gb. 42. <i>Scene 12 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	65
Gb. 43. <i>Scene 13 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	66
Gb. 44. <i>Scene 14 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	66
Gb. 45. <i>Scene 15 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	66
Gb. 46. <i>Scene 16 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	67
Gb. 47. <i>Scene 18 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	67
Gb. 48. <i>Scene 18 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	67
Gb. 49. <i>Scene 19 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	68
Gb. 50. <i>Scene 20 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	68
Gb. 51. <i>Scene 21 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	68
Gb. 52. <i>Scene 22 Digital Video</i> Mizone Yuzu Lemon	69
Gb. 53. Scene 22 Proses pengrajinan video bersama teman-teman	73
Gb. 54. Scene 22 Display pameran	73
Gb. 55. Scene 22 Foto bersama dosen-dosen penguji	74
Gb. 56. Scene 22 Display pameran dan foto bersama dosen wali	74
Gb. 57. Scene 22 Foto bersama teman-teman	75



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pra Produksi	58
Tabel 2 Kru Produksi	58
Tabel 3 <i>Artistik</i>	58
Tabel 4 Peralatan	59
Tabel 5 Proses dan Data Digital	59
Tabel 6 <i>Catering & Meals</i>	59
Tabel 7 <i>Wardrobe</i>	59
Tabel 8 Post Produksi	60
Tabel 9 Talent	60
Tabel 10 Produksi Musik	60
Tabel 11 Total Produksi	61



BAB I

PENDAHULUAN

JUDUL : PERANCANGAN DIGITAL VIDEO YUZU LEMON SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK MIZONE

1.1 LATAR BELAKANG

Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi, tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi teknik, saintifik produksi dan keamanan. Kata video berasal dari kata latin yang artinya “saya lihat”. Istilah video juga digunakan sebagai singkatan dari *videotape*, dan juga perekam video serta pemutar video. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1988), video adalah bagian yang memancarkan gambar pada dimensi pesawat televisi atau rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi maupun komputer. Untuk aplikasi multimedia, video dapat diproduksi melalui beberapa alat bantu misalnya kamera video *shooting*, 2D atau 3D *software* multimedia dan lain-lain. Mungkin banyak diantara kita tidak mengetahui secara persis apa yang dimaksud dengan video atau gambar gerak.

Menurut situs <https://digitalview.weebly.com/konsep-dasar-video.html>, *Digital video* adalah jenis sistem *video recording* yang bekerja menggunakan system digital dibandingkan dengan analog dalam hal representasi videonya. Biasanya digital video direkam dalam *tape*, kemudian didistribusikan melalui *optical disc*, misalnya VCD dan DVD. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk menghasilkan video digital adalah *camcorder*, yang digunakan untuk merekam gambar-gambar video dan audio, sehingga sebuah *camcorder* akan terdiri dari kamera dan *recorder*.

Digital video saat ini telah diartikan dalam periklanan sebagai video online, yang diunggah melalui media internet sebagai media pendukung setiap campaign nya. Sedikit berbeda dengan TVC, meskipun secara teknis *output* nya sama yaitu digital video, namun TVC hanya diunggah melalui media televisi

saja, sedangkan digital video sebagai video online di unggah di beberapa media sosial internet seperti YouTube, Instagram, facebook.

Telah banyak bermunculan produk-produk minuman baru, yang sampai saat ini terus berlomba-lomba untuk mendapatkan *branding* yang sesuai dengan produknya. Mizone adalah salah satu produk minuman dari perusahaan Danone yang telah lama mengeluarkan beberapa varian rasa *yaitu Activ', Lychee Lemon, Apple Guava, dan Orange Lime*. Sampai akhirnya saat ini Mizone mengeluarkan rasa baru nya *yaitu Yuzu Lemon*.

Di kesempatan ini, saya mendapatkan posisi sebagai *director*, dibawah produser dan asisten produser. Jadi saya membuat prosedur produksi dari apa yang telah dirancang oleh produser dari hasil beberapa meeting bersama dengan klien.

Director menjadi salah satu posisi yang bertanggung jawab mengenai project yang sedang dijalankan. *director* bertugas untuk membantu mengembangkan lagi konsep yang sudah ditentukan oleh klien dan produser. Director membentuk tim lagi untuk menjalankan prosedur dalam produksi. Dalam tim ini *director* bertugas untuk mencari dan membantu menentukan konten, lokasi, talent, wardrobe, biaya produksi, *controlling*, dan segala keperluan shooting berdasarkan konsep dan pertimbangan budget produksi.

Yuzu Lemon merupakan rasa yang diambil dari buah Yuzu yang berasal dari Jepang, yang dikombinasikan dengan Lemon. Kombinasi ini menghasilkan rasa minuman yang segar, cocok diminum pada saat cuaca panas.

Berangkat dari kesempatan tersebut, maka muncul ketertarikan untuk membuat sebuah iklan atau digital video untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat bahwa kali ini Mizone telah mengeluarkan rasa baru yang dapat menyegarkan pada saat diminum ketika cuaca panas pada media online YouTube.

Di Indonesia, hampir setiap saat cuaca panas, dan orang-orang akan mengeluh dan malas untuk keluar rumah karena cuaca yang tidak bersahabat. Dari sini Mizone Yuzu Lemon hadir dengan rasa yang eksotis, untuk membuat masyarakat mendapatkan sensasi *summer* dalam cuaca yang panas, yang secara

phycis dan emosional akan membutuhkan Mizone Yuzu Lemon untuk menikmati hari-harinya.

BRINGS THE SUMMER ON! Ide konsep yang akan diangkat dalam pembuatan digital video ini. Konsep ini akan membawa produk Mizone Yuzu Lemon hadir dalam masyarakat untuk dapat memberikan sensasi SUMMER dalam siklus cuaca di Indonesia yang panas. Dengan begitu, maka akan mengubah keluhan masyarakat yang *"I hate hot weather"* dengan *"let's enjoy the sun in our exotic way"*.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana merancang digital video sebagai media promosi untuk memperkenalkan rasa baru Yuzu Lemon dari produk Mizone?

1.3 TUJUAN

Untuk memperkenalkan rasa baru dari produk Mizone Yuzu Lemon dengan ide konsep *"BRINGS THE SUMMER ON!"*

1.4 BATASAN MASALAH

Digital video dirancang sebagai media promosi untuk memperkenalkan rasa baru dari produk Mizone Yuzu Lemon, dengan ide konsep *BRINGS THE SUMMER ON!, switch "I hate hot weather" into "let's enjoy the sun in our exotic way"*.

1.5 MANFAAT PERANCANGAN

A. Manfaat bagi Audience

- a. Audience dapat mengetahui adanya produk Mizone dengan rasa baru Yuzu Lemon.
- b. Audience dapat merasakan kesegaran minuman pada saat cuaca panas dengan Mizone Yuzu Lemon.
- c. Audience dapat terhibur dengan adanya digital video Mizone Yuzu Lemon yang disampaikan dengan sedikit sentuhan komedi.

B. Manfaat bagi Institusi (DKV)

Sebagai referensi karya bagi mahasiswa DKV dalam hal perancangan digital video.

C. Manfaat bagi Masyarakat Luas

Masyarakat akan mendapat tambahan pengetahuan mengenai pentingnya digital video, terutama dalam periklanan, dan bisnis.

D. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai ilmu dan pengalaman dalam periklanan.

1.6 METODE PERANCANGAN

A. Data Awal

Data awal yang di butuhkan pada perancangan ini adalah referensi langsung dari narasumber Danone dan narasumber lainnya mengenai digital video seperti buku dan internet. Selain itu juga diperlukan observasi yang dilakukan di kota Jakarta, karena selain keberadaan kantor Danone berada di gedung cyber 2, Kuningan, Jakarta merupakan Ibu Kota yang hampir setiap hari mendapatkan cuaca panas yang sangat ekstrim, ditambah dengan populasi yang padat membuat siklus udara menjadi gerah.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada perancangan ini adalah melalui hasil dari referensi dan hasil diskusi dari narasumber dan media internet.

C. Instrumen/ Alat Pengumpul Data

Alat pengumpulan data menggunakan berbagai alat yang dapat mendukung untuk mendokumentasikan data baik verbal maupun visual yakni :

1. Alat Tulis
2. Kamera Digital
3. Audio Recorder
4. Komputer/ laptop

D. Metode Analisis

Dalam perancangan ini menggunakan metode analisis 5W + 1H, yang itu adalah:

1. Who

Rasa baru Mizone Yuzu lemon yang di produksi oleh perusahaan Danone.

2. What

Merancang sebuah digital video sebagai media promosi produk Mizone.

3. Where

Berlokasi di Jakarta, karena selain merupakan Ibu Kota Indonesia yang padat penduduk, perusahaan Danone juga berlokasi di Jakarta. Untuk peluncuran produk disebar luaskan di seluruh pasar di Indonesia.

4. When

Digital video ini di produksi pada bulan juli 2017, yang tidak lama setelah itu mulai di luncurkan di seluruh pasar Indonesia.

5. Why

Karena Mizone mengeluarkan varian rasa baru Yuzu Lemon, sehingga dibutuhkan sebuah iklan untuk memperkenalkan rasa baru ini kepada konsumen.

6. How

Dengan membuat sebuah campaign sebagai digital video promosi yang di unggah melalui YouTube, video after movie yang di produksi pada saat diadakannya event We the Fest 2017 dan poster sebagai media cetak. Selain itu juga ada TVC dan campaign lain yang dilakukan pada media sosial instagram. Namun pada perancangan ini penulis hanya berkesempatan merancang digital video sebagai media utama, video after movie dan poster sebagai media pendukungnya.

1.7 SISTEMATIKA PERANCANGAN

Adapun dalam penulisan Tugas Akhir sistematika pembahasannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan akan dibahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat perancangan, batasan lingkup perancangan, sistematika perancangan, dan skematika perancangan.

BAB II IDENTIFIKASI DAN LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dibahas mengenai identifikasi produk Mizone dan rasa baru Yuzu lemon, teori mengenai promosi, teori dan identifikasi mengenai video, media dan perkembangannya.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai konsep perancangan, konsep kreatif dengan ide komunikasi, sasaran dan ide cerita, dan konsep media.

BAB IV PERANCANGAN DATA

Dalam bab ini akan dibahas mengenai perancangan, data visual, sketsa *Storyboard*, dokumentasi produksi, dan hasil karya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan, dan saran dalam perancangan yang terkait.

1.8 SKEMATIKA PERANCANGAN

