ERMA DAMARW_

NIS : 15412

VIDEO PROMOSI

BLU. COFFEE AND MATCHA



PROGRAM KEAHLIAN

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

BIDANG KEAHLIAN

SENI DAN EKONOMI KREATIF

LATAR BELAKANG

Blu. Coffee and Matcha merupakan minuman kekinian di Jl Josuta, Dipan, Wates, Kulon Progo yang menawarkan berbagai pilihan coffee dan matcha. Untuk memperkenalkan brand dan menu kepada audiens yang lebih luas, dibuat video promosi dengan pendekatan yang modern, fresh, dan kekinian serta sesuai dengan karakter media sosial.



TUJUAN

Mempromosikan Blu. Coffee and Matcha melalui konten yang menarik dan informatif, menampilkan produk, pilihan menu, serta suasana tempat secara visual, sekaligus menghasilkan konten yang sesuai dengan karakter media sosial dan target audiens.

KONSEP

Gaya visual yang digunakan adalah modern, natural, fresh, dan kekinian dengan konsep semi-vlog, yaitu menggabungkan gaya vlog yang santai dan komunikatif dengan unsur promosi produk. Video menonjolkan produk serta suasana kedai melalui interaksi talent dengan kamera, dipadukan dengan warna yang fresh dan bright untuk menciptakan tampilan yang sederhana, menarik, dan nyaman ditonton.

IDENTITAS PROYEK

DATA PROGRAM



NAMA : ERMA DAMARWANTI

KELAS : XII DKV

JUDUL PROYEK : VIDEO PROMOSI BLU. COFFEE AND MATCHA

JENIS PRODUK : VIDEO PROMOSI PRODUK MINUMAN

CLIENT : BLU. COFFEE AND MATCHA

SPESIFIKASI VIDIO

DURASI : 1 MENIT 14 DETIK

FORMAT : MP4

RESOLUSI : 1080 X 1920 PX

RASIO : 9 : 16 POTRAIT

TARGET AUDIENS

Produk minuman Blu. Coffee & Matcha pada dasarnya dapat dikonsumsi oleh anak-anak, tetapi konsumsi untuk anak kecil perlu dibatasi dan diperhatikan karena matcha dan coffee mengandung kafein. Oleh karena itu, produk dengan kandungan kafein tidak menjadi target utama untuk anak-anak dan sebaiknya dikonsumsi secara terbatas sesuai usia. Target utama promosi tetap difokuskan pada remaja dan anak muda usia 15–30 tahun.

REMAJA
15-19
Tahun

DEWASA
20-30
Tahun

PERANCANAAN PRODUKSI

Pra-Produksi	Melakukan riset dan menentukan konsep visual untuk promosi Blu. Coffee and Matcha, menentukan produk yang ditampilkan, menyusun storyboard dan shot list, serta menyiapkan lokasi, properti, lighting, dan perlengkapan produksi.
Produksi	Melakukan pengambilan foto dan video produk Blu. Coffee and Matcha dengan berbagai angle dan detail produk.
Pasca - Produksi	Melakukan proses editing, pemilihan footage, color grading, penyesuaian lighting, penambahan teks serta elemen grafis hingga menghasilkan konten promosi yang sesuai dengan identitas visual Blu. Coffee and Matcha.

STORYBOARD

Storyboard

Video Promosi UMKM — Blu. Coffee & Matcha

Total durasi ± 74 detik | Format Vertical 9:16 | Style Fresh, fun, Gen Z, aesthetic

Good Coffee Good Day

SCENE 1 — OPENING LOGO (±4 detik)

Shot : Full Screen / Graphic



Keterangan :

- Video diawali dengan logo Blu. Coffee & Matcha di tengah layar.
- Menggunakan background biru tua sesuai tampilan logo pada opening video.
- Logo muncul dengan animasi sederhana/ tidak terlalu banyak.
- Musik dan sound effect pembuka masuk secara singkat sebelum berpindah ke scene hook.

SCENE 2 — HOOK / PEMBUKA (±8 detik)

Shot : Medium Shot



Narasi :
"Matcha seenak ini mulai dari 7 ribu? Penasaran belinya di mana? Yuk, ikutin terus!"

Keterangan / Aksi :

- Menggunakan medium shot.
- Talent menunjukkan kamera dan menyampaikan kalimat pertama.
- Setelah kalimat pertama, talent menunjukkan ke arah kamera.
- Talent kembali ke posisi awal dan melanjutkan narasi.

SCENE 3 — PERKENALAN BLU. COFFEE & MATCHA (±7 detik)

Shot : Medium Shot



Narasi :
"Hai hai, Matcha Lovers! Sekarang aku lagi di Blu. Coffee & Matcha!"

Keterangan / Aksi :

- Talent menoleh ke arah kamera dan menyapa dengan ceria.
- Saat mengucapkan "Sekarang aku lagi ada di...", kamera mulai fokus pada outlet.
- Ketika menyebut "Blu. Coffee & Matcha!", kamera bergeser/pan ke arah outlet.

SCENE 4 — LOKASI & JAM OPERASIONAL (±13 detik)

Shot : Full Body Shot



Narasi :
"Buat kalian yang penasaran, Blu. Coffee & Matcha berada di depan Dinas Pendidikan Wates, Kulon Progo. Buka mulai jam 09.00 sampai 16.00."

Keterangan / Aksi :

- Menunjukkan lokasi outlet.
- Talent berjalan menyusur/mengarahkan kamera ke outlet.
- Talent dapat menunjuk ke arah outlet saat menjelaskan lokasi.

Matcha Coffee Better Together

Storyboard

Video Promosi UMKM — Blu. Coffee & Matcha

Total durasi ± 74 detik | Format Vertical 9:16 | Style Fresh, fun, Gen Z, aesthetic

Good Coffee Good Mood Day

SCENE 5 — VARIAN & TASTING (±29 detik)

Shot : Medium Shot



Narasi :
"Kalau soal pilihan matcha, nggak perlu diragukan lagi di Blu. Coffee & Matcha ada banyak pilihan menu, mulai dari coffee yang siap bikin kalian bener-bener semangat, ada juga varian matcha dan Strawberry Matcha. Hmmm, enak!"

Keterangan / Aksi :

- Model menunjukkan talent (ekspresi excited).
- Galeri di daftar menu (tampilan pilihan ganda).
- Close up produk dan menu.
- Kembali ke talent untuk menunjukkan ekspresi menikmati.

SCENE 6 — CALL TO ACTION (±10 detik)

Shot : Medium Shot



Narasi :
"Yuk! cuma lihat videonya doang? Yuk, langsung mampir ke Blu. Coffee & Matcha dan cobain sekarang!"

Keterangan / Aksi :

- Model berdiri di samping outlet.
- Menunjuk dengan gerakan tangan saat kalimat kedua.
- Kamera menunjukkan model + outlet secara keseluruhan.
- Akhiri dengan senyuman/gesture mengajak.

SCENE 7 — CLOSING LOGO (±4 detik)

Shot : Full Screen / Graphic



Keterangan :

- Setelah call to action selesai, video beralih ke tampilan logo Blu. Coffee & Matcha di tengah layar dengan background biru tua.
- Gunakan animasi sederhana/fade in atau fade out agar closing terlihat rapi.
- Musik dan sound effect perubahan mengarah/fade out hingga video berakhir.

Matcha Coffee Better Together

KESIMPULAN

Pembuatan video promosi Blu. Coffee and Matcha bertujuan untuk memperkenalkan brand dan produk kepada masyarakat, khususnya remaja dan anak muda usia 15–30 tahun. Melalui konsep visual yang modern, natural, fresh, dan kekinian, video ini menampilkan produk, pilihan menu, serta suasana kedai dengan cara yang menarik dan informatif. Dengan adanya proses perencanaan, produksi, hingga pascaproduksi, diharapkan video promosi ini dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan promosi, serta membantu Blu. Coffee and Matcha lebih dikenal oleh masyarakat, khususnya melalui media sosial.

THANK YOU EVERYONE



PROGRAM KEAHLIAN
Desain Komunikasi Visual

BIDANG KEAHLIAN
Seni dan Ekonomi Kreatif

NISN
0089371846