

ABSTRAK

PERANCANGAN APLIKASI MY30RUN SEBAGAI

BAGIAN DARI KAMPANYE PROMOSI PRODUK MIZONE

DI KOTA BANDUNG

Olahraga lari merupakan olahraga yang mudah dilakukan namun fenomena yang terjadi adalah olahraga lari tidak dijadikan rutinitas harian. Salah satu faktor yang membuat anak muda malas melakukan olahraga lari karena adanya kemudahan teknologi yang membuat mereka kurang aktif secara fisik, serta tidak adanya pengetahuan akan lari yang benar juga menjadi faktor dan produk Mizone merupakan produk minuman isotonik yang berada diposisi *brand recall* diantara produk isotonik lainnya.

Untuk mengajak anak muda untuk menjadikan olahraga lari sebagai rutinitas yang disertai dengan pengetahuan akan cara lari yang benar dan untuk meningkatkan *brand awareness* produk Mizone dibenak anak muda dibutuhkan media yang dapat dijadikan pendekatan. Salah satunya dengan aplikasi. Aplikasi yang tersedia didalam *smartphone* anak muda dapat menjadi daya tarik bagi anak muda. Dengan menggunakan media yang dekat anak muda maka akan menjadi sebuah pendekatan yang efektif dan efisien.

Penggunaan visual yang dikemas dengan menggunakan gaya *simple* dan *modern* serta konten yang digunakan menggunakan strategi yang dapat menarik minat mereka. Menggunakan konsep komunikasi “cara mudah untuk lari” diharapkan dapat membuat kesatuan konsep yang kuat. Dengan adanya perancangan aplikasi ini diharapkan dapat mengajak anak muda untuk menjadikan olahraga lari sebagai rutinitas yang disertai akan pengetahuan cara lari yang benar.

Kata Kunci: Lari, Kampanye, Promosi, Sehat, Mizone