

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	3
I.3. Rumusan Masalah	4
I.4. Batasan Masalah	4
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan	5
I.5.1. Tujuan Perancangan	5
I.5.2. Manfaat Perancangan	6
BAB II. RAGAM MIE DI INDONESIA	7
II.1. Pengertian Mie	7
II.1.1. Sejarah Mie	8
II.1.2. Sejarah Mie di Indonesia	10
II.1.3. Mie Tradisional	12
II.1.4. Jenis Mie di Indonesia	14
II.1.5. Pembuatan Mie di Indonesia	19
II.1.6. Bahan-bahan Pokok Pembuatan Mie	20
II.1.7. Penting Yang Perlu Diperhatikan Dalam Pembuatan Mie	21
II.1.8. Mutu Mie	22
II.1.9. Keberagaman Kuliner Mie di Indonesia	22
II.2. Kuliner Mie di Indonesia Berdasarkan 5 Pulau Besar	32
II.3. Analisis Permasalahan Mie di Indonesia	55
II.3.1. Hasil Data Kuesioner	56
II.3.2. Wawancara	60

II.3.3. Pernyataan (5W+1H)	66
II.4. Resume	67
II.5. Solusi Perancangan	67
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	68
III.1. Khalayak Sasaran	68
III.1.1. <i>Consumer insight</i>	70
III.2. Strategi Perancangan	70
III.2.1. Tujuan Komunikasi	71
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	71
III.2.3. Mandatory	72
III.2.4. Materi Pesan	73
III.2.5. Gaya Bahasa	73
III.2.6. Strategi Kreatif	74
III.2.7. Strategi Media	79
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	83
III.3. Konsep Visual	84
III.3.1. Format Desain	84
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	85
III.3.3. Huruf	86
III.3.4. Ilustrasi	87
III.3.5. Warna	89
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	90
IV.1. Teknis Produksi	90
IV.2. Media Utama	94
IV.3. Media Pendukung	101
BAB V. KESIMPULAN	109
V.1. Kesimpulan	109
V.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110