DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah 2
I.3 Rumusan Masalah 3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan 3

BAB II KAMPANYE CARA MENGKONSUMSI MI INSTAN 4
II.1 Landasan Teori 4
II.1.1 Kampanye 4
II.1.2 Konsumsi Makanan 5
II.1.3 Mi 6
II.1.4 Instan 6
II.1.5 Pengertian Video 6
II.2 Objek Penelitian 7
II.2.1 Mi Instan 7

II.2.2 Sejarah dan Perkembangan Mi Instan 7
II.2.3 Jenis-jenis Mi Instan 8
II.2.4 Bahaya Mengkonsumsi Mi Instan 9
II.3 Data Lapangan 10
II.3.1 Tingkat Konsumsi Mi Instan Pada Masyarakat 10
II.3.2 Dampak Mi Instan Terhadap Perkembangan Zaman 10
II.3.3 Dampak Mi Instan Bagi Kesehatan 11
II.4 Analisis 11
II.4.1 Data Hasil Wawancara 11
II.4.2 Analisis Hasil Riset Lapangan 12
II.5 Resume 15

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN 16
III.1 Khalayak Sasaran 16
III.1.1 *Target Audience* 17
III.2 Strategi Perancangan 20
III.2.1 Tujuan Komunikasi 20
III.2.2 Pendekatan Komunikasi 21
III.2.3 Mandatory 22
III.2.4 Materi Pesan 22
III.2.5 Gaya Bahasa 22
III.2.6 Strategi Kreatif 23
III.2.6.1 *Copywriting* 23
III.2.6.2 *Storyline* 24
III.2.6.3 *Storyboard* 27
III.2.6.4 Narasi 32

III.2.7 Strategi Media 34
II.2.7.1 Media Utama..... 34
II.2.7.2 Media Pendukung 34
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media..... 36
III.3 Konsep Visual 37
III.3.1 Format Desain 40
III.3.2 Tata Letak (*Layout*) 41
III.3.3 Tipografi 42
III.3.4 Ilustrasi 43
III.3.5 Warna 47
III.3.6 Audio 48

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 49
IV. 1.1 Perangkat Keras *(Hardware)* 49
IV. 1.2 Perangkat Lunak *(Software)*..... 49
IV.2 Media Utama 50
IV.2.1 Tahap Produksi Media Utama..... 50
IV.2 Media Pendukung..... 52
DAFTAR PUSTAKA 62
LAMPIRAN..... 66