DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK.....ii
ABSTRACT.....iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR GAMBAR vi
DAFTAR TABEL.....viii
DAFTAR LAMPIRAN.....ix

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

BAB II. *BRAND ACTIVATION* MI INSTAN SAMYANG.....6
II.1 Landasan Teori tentang *Brand Activation*..... 6
II.1.1 *Brand Activation* dalam Ilmu Komunikasi..... 7
II.1.2 *Brand*..... 8
II.2 Objek Penelitian 9
II.2.1 Mi Instan Samyang..... 9
II.2.2 Visi dan Misi 12
II.2.3 Logo Mi Instan Samyang 13
II.2.4 Isu Minyak Babi 14
II.2.5 Wawancara Sumber..... 18
II.3 Resume 19
II.4 Solusi Perancangan..... 20

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN.....21
III.1 Khalayak Sasaran.....21

III.2 Strategi Perancangan.....21
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....22
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....22
III.2.2.1 Pendekatan Verbal.....22
III.2.2.2 Pendekatan Visual.....22
III.2.3 *Mandatory*.....23
III.2.4 Materi Pesan.....24
III.2.5 Gaya Bahasa.....24
III.2.6 Strategi Kreatif.....24
III.2.7 Strategi Media.....26
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....29
III.3 Konsep Visual.....31
III.3.1 Format Desain.....38
III.3.2 Tata Letak (*Layout*).....38
III.3.3 Tipografi.....39
III.3.4 Ilustrasi.....39
III.3.5 Warna.....40

BAB IV MEDIA & TEKNIS PRODUKSI.....41
IV.1 Media Utama.....41
IV.2 Media Pendukung.....42

DAFTAR PUSTAKA x
LAMPIRAN.....xii