

ABSTRACT

Kegiatan promosi adalah salah satu bagian terpenting dalam kegiatan pemasaran suatu barang maupun jasa. Keuntungan atau kelebihan barang maupun jasa yang akan dipasarkan oleh suatu perusahaan dapat dikomunikasikan melalui iklan dalam berbagai media, salah satunya majalah. Majalah sebagai sarana penempatan iklan cetak mempunyai kelebihan sebagai media promosi berjangka panjang yang dapat dibaca setiap saat sehingga dapat membangun kesadaran konsumen akan merek suatu barang atau jasa, khususnya pada target pasar yang baru.

Indomie, merek mie instant yang sangat terkenal di Indonesia telah memperluas target pasar ke berbagai negara di dunia, termasuk Australia. Namun demikian, Indomie belum dikomunikasikan melalui iklan cetak pada majalah di negara tersebut. Berdasarkan penelitian, Australia adalah salah satu negara dengan pembaca majalah tertinggi di dunia. Oleh karena itu, proyek ini menerapkan iklan Indomie pada majalah, dengan target pasar Australia sebagai inovasi untuk membentuk identitas dan membangun kesadaran tentang merek mie instant tersebut.

Keunggulan dari produk Indomie yaitu mie instan lezat yang mudah disajikan dalam waktu singkat, menjadi daya tarik bagi orang Australia yang menyukai segala sesuatu yang praktis. Hal tersebut dikomunikasikan melalui foto kemasan Indomie, *stopwatch*, dan sajian Indomie yang nampak lezat. Di samping foto, penggunaan warna yang dapat menstimuli selera serta *headline* dan *sub-headline* memperkuat ide kreatif pada iklan cetak ini. Dengan demikian, proyek ini menyampaikan informasi produk Indomie dalam bentuk yang baru dengan tujuan akhir meraih target pasar Australia.

DECLARATION OF ORIGINALITY

I hereby sincerely and truthfully declare that this thesis contains no parts that are taken from other people's work, except those mentioned in the quotations and in the Bibliography as is proper for a scientific paper.

Bandung, June 2006

Intan Elfrida

TABLE OF CONTENTS

ABSTRACT	i
DECLARATION OF ORIGINALITY	ii
PREFACE	iii
TABLE OF CONTENTS	v
I. INTRODUCTION	
I.1. Background of the Project	1
I.2. Project Identification	3
I.3. Objectives of the Project	4
I.4. Layout of the Thesis	4
II. JUSTIFICATION OF THE PROJECT	
A. Theoretical Review	5
B. Justification of the Printed Advertisement of Indomie	14
III. PROJECT REALISATION	17
BIBLIOGRAPHY	18