

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	2
I.3 Rumusan Masalah	2
I.4 Batasan Masalah	3
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	3
I.5.1 Tujuan Perancangan	3
I.5.2 Manfaat Perancangan	4
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI SANTRI MILENIAL DARUSSALAM CIAMIS	5
II.1 Landasan Teori	5
II.1.1 Generasi.....	5
II.1.2 Milenial.....	6
II.1.3 Pengertian Pondok Pesantren.....	7
II.1.4 Sejarah Pondok Pesantren.....	8
II.1.5 Unsur Pondok Pesantren.....	9
II.1.6 Santri	13
II.1.7 Remaja.....	13
II.1.7.1 Definisi Remaja.....	13

II.1.7.2 Batasan Usia Remaja.....	14
II.1.7.3 Tahap Remaja.....	14
II.1.8 Durasi Belajar Bagi Remaja.....	16
II.2 Objek Penelitian.....	16
II.2.1 Pondok Pesantren Darussalam Ciamis.....	16
II.2.2 Sejarah Singkat Pondok Pesantren Darussalam Ciamis.....	17
II.2.3 Visi dan Misi.....	20
II.2.4 Budaya Pesantren Darussalam Ciamis.....	20
II.2.5 Peraturan Pesantren Tentang Gawai.....	21
II.2.6 Jadwal Kegiatan Santri Darussalam Ciamis.....	23
II.2.6.1 Jadwal Kegiatan Santri Darussalam	23
II.2.6.2 Kegiatan Santri diluar Jadwal Kegiatan Pesantren.....	25
II.3 Analisis	27
II.3.1 Wawancara Pembimbing Pesantren.....	27
II.3.2 Wawancara Santri.....	29
II.3.3 Kuisisioner Santri.....	29
II.3.4 Kuisisioner Orang Tua Santri	36
II.4 Resume	44
II.4.1 Analisis Wawancara Santri	44
II.4.2 Analisis Kuisisioner.....	44
II.4.3 Analisis 5W 1H	45
II.5 Solusi Perancangan	45
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	47
III.1 Khalayak Sasaran	47
III.1.1 Demografis	47
III.1.2 Geografis.....	48
III.1.3 Psikografis	48
III.1.4 Konsumer Journey	49
III.1.5 Kegiatan santri diluar jadwal kegiatan pesantren	52
III.1.6 Consumer Insight	53
III.2 Strategi Perancangan	53

III.2.1 Tujuan Komunikasi	53
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	54
III.2.3 Mandatori	55
III.2.4 Materi Pesan	57
III.2.5 Gaya Bahasa	57
III.2.6 Strategi Kreatif	57
III.2.7 Strategi Media	60
III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media	63
III.3 Konsep Visual	64
III.3.1 Format Desain	65
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	66
III.3.3 Tipografi	67
III.3.4 Ilustrasi	68
III.3.5 Warna	71
BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI.....	74
IV.1 Media Utama	74
IV.2 Teknis Produksi	75
IV.3 Media Pendukung	82
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95