

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.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
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 & Manfaat Perancangan	3
I.5.1 Tujuan Perancangan	3
I.5.2 Manfaat Perancangan	3
BAB II. PENGETAHUAN, PERILAKU DAN SEBAB RIBA.....	5
II.1 Islam.....	5
II.1.1 Ekonomi Islam.....	6
II.1.2 Perkembangan Ekonomi Islam.....	7
II.2 Riba.....	8
II.2.1 Fenomena Riba.....	10
II.3 Hasil Studi Literatur.....	11
II.4 Hasil Kuisisioner.....	17
II.5 Resume.....	20
II.6 Solusi Perancangan.....	21

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN.....	22
III.1 Khalayak Sasaran.....	22
III.1.1 Demografis.....	22
III.1.2 Geografis.....	23
III.1.3 Psikografis.....	23
III.1.4 <i>Consumer Journey</i>	23
III.2 Strategi Perancangan.....	24
III.2.1 Tujuan Komunikasi.....	25
III.2.2 Pendekatan Komunikasi.....	25
III.2.3 <i>Mandatory</i>	26
III.2.4 Materi Pesan.....	27
III.2.5 Gaya Bahasa.....	27
III.2.6 Strategi Kreatif	27
III.2.6.1 <i>Copywriting</i>	29
III.2.7 Strategi Media.....	34
III.2.8 Strategi Distribusi Penyebaran Media.....	36
III.3 Konsep Visual.....	38
III.3.1 Format Desain.....	39
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	39
III.3.3 Tipografi.....	41
III.3.4 Ilustrasi.....	42
III.3.5 Warna.....	48
III.3.6 Logo.....	49
BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI.....	52
IV.1 Teknis Produksi.....	52
IV.1.1 Proses Produksi.....	53
IV.1.2 Produksi.....	58
IV.1.3 Pasca Produksi.....	61
IV.2 Konsep, Media dan Desain.....	62
IV.2.1 Media Utama.....	62

IV.2.2 Media Pendukung.....	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
V.1 Kesimpulan.....	88
V.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	101
RIWAYAT HIDUP.....	102