

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	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
<i>GLOSARIUM</i>	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	3
I.2. Identifikasi Masalah	3
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	4
BAB II. PUASA EKADASI.....	5
II.1. Landasan Teori.....	5
II.1.1. Konsep Puasa pada Agama Hindu Secara Umum.....	5
II.1.2 Puasa Ekadasi	5
II.1.3 Pola Puasa Ekadasi	5
II.1.4 Manfaat Puasa	6
II.1.5 Aliran Sekte dalam agama Hindu.....	6
II.1.6 Jenis Puasa Ekadasi	7
II.2 Analisis Permasalahan	12
II.2.1 Kuesioner.....	12

II.2.2 Wawancara	14
II.2.3 5W+1H.....	14
II.3. Resume	15
II.4 Solusi Perancangan	17
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN	18
III.1. Khalayak Sasaran	18
III.1.1 Khalayak sasaran	18
III.1.2 <i>Consumer Insight</i>	19
III.1.3 <i>Consumer Journey</i>	19
III.2. Strategi Perancangan.....	20
III.2.1. Tujuan Komunikasi.....	21
III.2.2. Pendekatan Komunikasi.....	21
III.2.3. <i>Mandatory</i>	22
III.2.4. Materi Pesan.....	23
III.2.5. Gaya Bahasa.....	23
III.2.6. Strategi Kreatif	23
III.2.6.1 <i>Storyline</i>	23
III.2.6.2 <i>Storyboard</i>	24
III.2.7. Strategi Media	30
III.2.7.1 Media Utama	30
III.2.7.2 Media Pendukung	31
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....	32
III.3. Konsep Visual	33
III.3.1. Format Desain	33
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	34
III.3.3. Tipografi.....	35
III.3.4. Ilustrasi	36
III.3.5. Warna.....	40
BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI	41
IV.1. Teknis Produksi.....	41

IV.2. Teknis Produksi Media Utama	42
IV.2.1 Sketsa	41
IV.2.2 Hasil Akhir	44
IV.3. Media Pendukung	47
BAB V. KESIMPULAN	55
V.1. Kesimpulan.....	55
V.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	56