

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Identifikasi Masalah	5
I.3. Rumusan Masalah	5
I.4. Batasan Masalah	5
I.5. Tujuan Dan Manfaat	6
I.5.1. Tujuan	6
I.5. 2. Manfaat	6
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH	7
II.1. Landasan Teori	7
II.1.1. Pedoman Hidup	7
II.1.2. Hadist	7
II.1.3. Kitab Bulughul Maram	8
II.2. Objek Penelitian	9
II.2.1. Hadist Kebaikan Dan Dosa	9
II.3. Analisis Permasalahan	15
II.3.1. Kuesioner	15
II.3.2. Wawancara	17
II.4. Resume	21
II.5. 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	22
III.1.3. Psikografis	22
III.1.4. <i>Consumer Journey</i>	23
III.1.5. <i>Consumer Insight</i>	24
III.2. Strategi Perancangan	24
III.2.1. Tujuan Komunikasi	25
III.2.2. Pendekatan Komunikasi	25
III.2.3. <i>Mandatory</i>	25
III.2.4. Materi Pesan	26
III.2.5. Gaya Bahasa	26
III.2.6. Strategi Kreatif	27
III.2.7. Strategi Media	28
III.2.8. Strategi Distribusi Dan Waktu Penyebaran Media	33
III.3. Konsep Visual	34
III.3.1. Format Desain	34
III.3.2. Tata Letak (<i>Layout</i>)	35
III.3.3. Tipografi	37
III.3.4. Ilustrasi	39
III.3.5. Warna	41
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	43
IV.1. Teknis Produksi	43
IV.1.1. Teknis Pra-Produksi	43
IV.1.2. Tahap Produksi	44
IV.1.3. Tahap Pasca-Produksi	45
IV.2. Media Utama	46
IV.3. Media Pendukung	55
BAB V. KESIMPULAN	66
V. 1. Kesimpulan	66
V. 2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69