DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	.....	ii
KATA PENGANTAR	.....	iii
ABSTRAK	.....	iv
ABSTRACT	.....	v
DAFTAR ISI	.....	vi
DAFTAR GAMBAR	.....	ix
DAFTAR TABEL	.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN	.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah	.....	1
I.2 Identifikasi Masalah	.....	3
I.3 Rumusan Masalah	.....	3
I.4 Batasan Masalah	.....	3
I.5 Tujuan Perancangan	.....	4
I.6 Manfaat Perancangan	.....	4
BAB II. BELAJAR HURUF HIJAIYAH DENGAN METODE IQRO	.....	5
II.1 Huruf Hijaiyah	.....	5
II.1.1 Sejarah Huruf Hijaiyah	.....	7
II.1.2 Makna Huruf Hijaiyah	.....	8
II.1.3 Pelafalan Huruf Hijaiyah	.....	9
II.2 Metode Iqro	.....	12
II.2.1 Prinsip Dasar Metode Iqro	.....	15
II.2.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Iqro	.....	16
II.3 Kondisi Khalayak	.....	17
II.4 Solusi Pemecahan Masalah	.....	19
II.5 Usulan Desain	.....	20

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN..... 21
III.1 Strategi Perancangan 21
III.1.1 Tujuan Komunikasi 21
III.1.2 Pendekatan Komunikasi 22
III.1.2.1 Pendekatan Visual 22
III.1.2.2 Pendekatan Verbal 22
III.1.2.3 Pendekatan Audio 23
III.1.3 Materi Pesan 23
III.1.4 Gaya Bahasa 23
III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan 24
III.1.5.1 Segmentasi 24
III.1.5.2 *Consumer Insight* 26
III.1.5.2 *Consumer Journey* 26
III.1.6 Pemberi Mandat 28
III.1.7 Strategi Kreatif 28
III.1.8 Strategi Media 31
III.1.9 Strategi Distribusi 35
III.2 Konsep Desain 36
III.2.1 Format Desain 37
III.2.2 Tata Letak (*Layout*) 37
III.2.3 Huruf 39
III.2.4 Gaya Visual (Ilustrasi) 40
III.2.4.1 Karakter 42
III.2.5 *User Interface* 48
III.2.6 Warna 49
III.2.7 *Background Music* 51

BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI 52
IV.1 Media Utama 52
IV.1.2 Perangkat Produksi 52
IV.2 Teknis Produksi 53
IV.2.1 Teknis Produksi Media Utama 53

IV.2.2 Teknis Produksi Media Pendukung 56
IV.2.3 Teknis Produksi *Merchandise* 63

DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN 69