Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN OROSINILITAS ii
KATA PENGANTAR iii
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xiii

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 3
I.6 Manfaat Perancangan 4

BAB II SHALAT SEBAGAI TERAPI
II.1 Sholat Sebagai Terapi 5
II.2 Sholat Yang Benar 5
II.3 Definisi Terapi 9
II.4 Definisi dan Pengertian Sholat 9
II.5 Makna dalam sholat 10
II.5.1 Wujud pengabdian pada Sang Kuasa 10
II.5.2 Dapat Menjauhkan dari keburukan 10
II.5.3 Ada kejadian yang tak disangka di hari anda 10
II.5.4 Menambah semangat 10
II.5.5 Disukai banyak orang 11

II.5.6 Wajahnya terlihat lebih berseri 11
II.5.7 Lebih Sabar Tidak Mudah Marah 11
II.5.8 Obat Stres 11
II.6 Sholat Menenangkan Hati 11
II.7 Persiapan Sholat 12
II.8 Ketika Sholat 14
II.9 Setelah Sholat 15
II.10 Hal yang Dilarang Dalam Sholat 15
II.11 Tempat yang Dilarang Melakukan Shalat 17
II.11.1 Tempat Penyembelihan 17
II.11.2 Kuburan 18
II.11.3 Tengah Jalan 18
II.11.4 Kamar Mandi 18
II.11.5 Kandang Hewan 19
II.11.6 Diatas Bangunan Ka'bah 19
II.11.7 Tanah yang Dirampas Pemiliknya 19
II.12 Pakaian yang Dilarang Dalam Shalat 19
II.13 Shalat merupakan aktivitas hati, bukan aktivitas pikiran 23
II.14 Shalat yang Khusu 24
II.15 Keadaan Masyarakat Mengenai Manfaat Sholat Sebagai Terapi Hati 27
II.16 Analisa 28
II.17 Resume 28

BAB 3 STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP
III.1 Khalayak Sasaran 29
III.2 Consumer Insight 30
III.2.1 Consumer Journey 31
III.2.2 Consumer Resume 32
III.3 Strategi Perancangan 33
III.3.1 Tujuan Komunikasi 33

III.3.2 Pendekatan Komunnikasi 34
III.3.3 Mandatory 35
III.3.4 Materi Pesan 35
III.3.5 Gaya Bahasa 35
III.3.6 Strategi Kreatif 36
III.3.7 Tinjauan Tentanng Buku 36
III.3.8 Strategi Media 37
a.Media Utama 37
b.Media Pendukung 37
III.3.9 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media 42
III.4 Konsep Visual 44
III.4.1 Format Desain 45
III.4.2 Layout 45
III.4.3 Tipografi 46
III.4.4 Tifografi Judul dan Logo 46
III.4.5 Tifografi Isi Buku 47
III.4.6 Tinjauan Tentang Buku 47
III.4.7 Referensi Ilustrasi 49
III.4.8 Studi Warna 49

BAB 4 MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 51
IV.1 Media Utama 51
a.Menentukan Alur Pembahasan 51
b.Menentukan Tokoh yang Akan Digunakan..... 51
c.Pembuatan Sketsa Logo 52
d.Pembuatan Sketsa 53
e.Proses Tracing 54
f.Proses Pewarnaan..... 54
g.Hasil Akhir 55
IV.2 Media Pendukung

IV.2.1 Media Pengingat
IV.2.2 Media Promosi
DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN 68