DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR …… i

ABSTRAK …… ii

ABSTRACT ……..... iii

DAFTAR ISI …… iv

DAFTAR GAMBAR ……...…… vii

DAFTAR TABEL ……... viii

BAB I PENDAHULUAN …….. 1

I.1. Latar Belakang …….....……... 1

I.2. Identifikasi Masalah …….....…….. 2

I.3. Rumusan Masalah …….....…..…… 2

I.4. Batasan Masalah …….....…..….. 2

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancang…….....….. 3

BAB II PEMBAHSAN MASALAH DAN SOLUSI MASALAH PONDOK PESANTREN MAHASISWA MIFTAHUL KHOR DAGO BANDUNG…..... 4

II.1. Pondok Pesantren …….....…….…. 4

II.1.1. Pondok Pesantren Mahasiswa ……..... 4

II.1.2. Pondok Pesantren Mahasiswa di Bandung …….....… 5

II.2. Pondok Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir Dago Bandung ……..... 5

II.2.1. Profil Pondok Pesantren Mahasiswa Mifahul Khoir Dago Bandung …….....……… 5

II.2.2. Sejarah Pondok Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir Dago Bandung …….....… 6

II.2.3. Aktifitas Pondok Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir
Dago Bandung …….....…..…..… 6
II.2.4. Fasilitas Pondok Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir
Dago Bandung …….....…. 10
II.2.5. Kondisi belajar di Pondok Pesantren Mahasiswa
Miftahul Khoir Dago Bandung ...…….....….....….. 15
II.2.6. Struktur Organisasi Pondok Pesantren Mahasiswa
Miftahul Khoir Dago Bandung ...…….....…….....….. 17
II.3. Analisa Pondok Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir
Dago Bandung .……...…….....…. 18
II.3.1. Analisis SWOT Pondok Pesantren Mahasiswa
Miftahul Khoir Dago Bandung ...……...…..... 18
II.4. Resume Pondok Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir
Dago Bandung .…….....……. 20
II.5. Solusi Perancangan Pesantren Mahasiswa Miftahul Khoir
Dago Bandung .…….....……. 20
BAB III SOLUSI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN PONDOK PESANTREN MAHASISWA MIFTAHUL KHOIR DAGO BANDUNG.....21
III.1. Khalayak Sasaran …….....……..… 21
III.2. Strategi Prancangan …….....……..… 23
III.2.1. Tujuan Komunikasi ……..……...…….....….… 24
III.2.2. Pendekatan Komunikasi ……..……...…….....… 24
III.2.3. Mandatory ……..……...…….....….… 25

III.2.4. Materi Pesan ……..……..…….....… 25

III.2.5. Gaya Bahasa ……..……..……..…..... 25

III.2.6. Strategi Kreatif ……..……..…….....… 26

III.2.7. Strategi Media ……..……..…….....….....… 27

III.2.7.1. Media ……..……..…….....….....….....… 27

III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media.....….....… 28

III.3. Konsep Visual ……....…….....…..… 30

III.3.1. Format Desain ……..……..…….....….....… 30

III.3.2. Tata Letak ……..……..…….....….....….....… 30

III.3.3. Huruf ……..……..…….....….....….....… 31

III.3.4. Ilustrasi ……..……..…….....….....….....… 32

III.3.5. Warna ……..……..…….....….....….....… 32

BAB IV MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI 34

IV.1. Media Utama ……..…….....…….....……. 34

IV.1. Media Pendukung …..…….....……..... 36

DAFTAR PUSTAKA 42

LAMPIRAN 43