

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN COVER	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Kerangka Pemikiran	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Perancangan.....	7
2.2 <i>Hand lettering</i>	7
2.2.1 Pengertian Tipografi.....	8
2.2.2 Pengertian Kaligrafi.....	10
2.2.3 Pengertian <i>Hand lettering</i>	12
2.2.4 Gaya <i>Hand lettering</i>	17
2.2.5 Membuat <i>Hand lettering</i>	19
2.3 Pondok Pesantren.....	23
2.3.1 Profil Pondok Pesantren Putri Hafidzul Quran	23
2.3.2 Media <i>Eksisting</i> Pondok Pesantren Putri Hafidzul Quran	30

2.4 Instagram	32
2.4.1 Konten Instagram	35
2.5 Penelitian Terdahulu	54
2.5.1 Strategi Promosi Pada Program Penerimaan Murid Baru (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Promosi Humas PP Darul Hijrah <i>Putri</i>)	54
2.5.2 Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial ...	55
2.5.3 Strategi Pemasaran Dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung	56
2.5.4 Efektivitas <i>Hand Lettering</i> Sebagai Media Promosi Kesehatan Remaja Mengenai Bahaya Rokok (Studi Di SMK PGRI 4 Surabaya)	57
BAB III.....	58
METODOLOGI PENELITIAN	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Unit Analisis	58
3.2.1 Objek Penelitian	58
3.2.2 Subjek Penelitian	59
3.2.3 Lokasi Penelitian	59
3.3 Perencanaan Penelitian	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	60
3.4.1 Observasi	60
3.4.2 Wawancara	60
3.4.3 Kuesioner	60
3.4.4 Dokumentasi	61
3.5 Model Data/Penyajian Data	61
3.6 Penarikan Kesimpulan	61
3.7 Kerangka Perancangan	62
BAB IV.....	63
DATA DAN PERANCANGAN	63
4.1 Hasil Observasi	63
4.2 Hasil Wawancara	64
4.3 Hasil Analisa Kuesioner	66
4.3.1 Hasil Kuesioner Tentang Instagram	67
4.3.2 Hasil Kuesioner Tentang Pondok Pesantren	70
4.3.3 Hasil Kuesioner Tentang <i>Hand lettering</i>	71

4.4 STP (Segmentasi, Target dan <i>Positioning</i>).....	74
4.4.1 Segmentasi	75
4.4.2 Target	75
4.4.3 <i>Positioning</i>	76
4.5 Perancangan.....	76
4.5.1 Ide dan Konsep.....	76
4.5.2 Perancangan Identitas Visual	77
4.5.3 Perancangan Konten Instagram ‘Pesantren Quran’	87
4.6 Media Pendukung	130
BAB V	138
KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	139
LAMPIRAN	140
DAFTAR PUSTAKA.....	162

