

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Identifikasi Masalah	4
I.3 Rumusan Masalah	5
I.4 Batasan Masalah	5
I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan	5
BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH	
MENGENAI <i>TOXIC PEOPLE</i>	7
II.1 Landasan Teori	7
II.1.1 Kota Bandung	7
II.1.2 Masyarakat Kota Bandung	7
II.1.3 Hubungan Sosial	7
II.2 Objek Penelitian	15
II.2.1 <i>Toxic People</i>	15
II.2.2 Perilaku <i>Toxic</i>	16
II.2.3 Indikasi <i>Toxic People</i>	19
II.2.4 Tanda Yang Berpotensi Adanya <i>Toxic People</i>	21
II.2.5 Penyebab Seseorang Menjadi <i>Toxic</i>	21
II.2.6 Prinsip-Prinsip Untuk Mengatasi <i>Toxic</i>	22

II.2.7 Bagaimana Apabila Anda <i>Toxic</i> ?	23
II.3 Kondisi Dan Analisis Objek	23
II.3.1 Wawancara	23
II.3.2 Kuesioner	25
II.4 Hasil Analisis	27
II.4.1 Analisis Kuesioner	28
II.4.2 Analisis Visual	28
II.4.3 Analisis 5 W 1 H.	30
II.5 Solusi Perancangan	31
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN	32
III.1 Khalayak Sasaran Perancangan	32
III.1.1 <i>Consumer Insight</i>	33
III.1.2 <i>Consumer Journey</i>	33
III.2 Strategi Perancangan	34
III.2.1 Tujuan Komunikasi	35
III.2.2 Pendekatan Komunikasi	35
III.2.3 <i>Mandatory</i>	37
III.2.4 Materi Pesan	38
III.2.5 Gaya Bahasa	38
III.2.6 Strategi Kreatif	39
III.2.7 Strategi Media	41
III.2.8 Strategi Distribusi Media	43
III.3 Konsep Visual	44
III.3.1 Format Desain	44
III.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	44
III.3.3 Tipografi	45
III.3.4 Ilustrasi	47
III.3.5 Warna	51
BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI	52
IV.1 Media Utama	52

IV.1.1 Pembuatan Visual.....	53
IV.1.2 Membuat Akun Instagram	63
IV.1.3 Mengunggah Konten	63
IV.2 Media Pendukung.....	63
IV.2.1 Informasi.....	64
IV.2.2 Merchandise.....	65
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71