DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS iii
SURAT KETERANGAN HAK EKSKLUSIF iv
ABSTRAK v
***ABSTRACT* ..... vi**
KATA PENGANTAR..... vii
DAFTAR ISI..... viii
DAFTAR GAMBAR..... xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB 1 PENDAHULUAN
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Identifikasi Masalah.....2
I.3 Rumusan Masalah.....3
I.4 Batasan Masalah 3
I.5 Tujuan Perancangan.....3
I.6 Manfaat Perancangan.....3

BAB II ANONYMOUS LAFAMILIA DAN REMAJA DI KOTA BANDUNG
II.1 Profil Anonymous Lafamilia 4
II.2 Sejarah Anonymous Lafamilia 4
II.3 Kegiatan Anonymous Lafamilia.....8
II.3.1 Kegiatan Sosial 8
II.3.2 Kegiatan *Endorsement* 9
II.3.3 Kegiatan Bisnis. 10
II.4 Produk 11
II.5 Konsep *Streetwear*.....11
II.6 Potensi Remaja di kota Bandung. 13
II.7 Pengertian CSR (*Corporate Social Responsibility*).....14
II.7.1 Manfaat bagi Masyarakat & Keuntungan bagi Perusahaan 14
II.8 Hasil *Survey* Kuesioner Oleh Tim Anonymous Lafamilia. 15

BAB III STRATEGI PERANCANGAN EVEN ANONYMOUS LAFAMILIA BAGI REMAJA DI KOTA BANDUNG

III.1 *Target Audience* 18
III.2 Strategi Perancangan 18
III.2.1 Strategi komunikasi 19
III.2.1.1 Gaya Komunikasi Visual 19
III.2.1.2 Komunikasi Verbal 20
III.3 Strategi Kreatif 20
III.4 Strategi Media 20
III.5 Konsep Visual 23
III.5.1 Format Desain 23
III.5.2 *Layout* 23
III.5.3 Tipografi 24
III.5.4 Warna 24
III.5.5 Gaya Ilustrasi 25

BAB IV TEKNIS PRODUKSI MEDIA INFORMASI "*DESIGN COMPETITION* VENDETTA 138"

IV.1 Teknis Pengerjaan 27
IV.1.1 Sketsa 27
IV.1.2 Digital 28
IV.2 Media Utama 28
IV.3 Media Pendukung 30
IV.3.1 Brosur 30
IV.3.2 Poster 31
IV.3.3 *X Banner* 32
IV.3.4 *ID Card* 33
IV.3.5 *Sticker* 33
IV.3.6 Gantungan Kunci 34
IV.3.7 *T-shirt* 34
IV.3.8 Media Sosial 35
IV.3.9 Pin 36

IV.3.10 Mug.....37
IV.3.11 Sertifikat 37

DAFTAR PUSTAKA.....39
LAMPIRAN.....40
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 55