

## DAFTAR PUSTAKA

1. Ingersoll, Gary M. (1982) "*Adolescent*", second edition, D. C. Heath and Company, Massachusetts, United States of America.
2. American Academy of Child and Adolescent Psychiatry (1999) "*Your Adolescent*", second volume, Harper Collins, New York, United States of America.
3. Ruslan, Rosady (2008) "*Kampanye Public Relations*", Edisi ke-6, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
4. Herron, Ron; Peter, Val J. (2003) "*I Love Me: Gimana Jadi Remaja Pede and Smart*", Edisi ke-4, PT Mizan Pustaka, Bandung.
5. Dayton, Tian (2002) "*It's My Life: Diary Plus\* Buat Remaja*", PT Mizan Pustaka, Bandung.
6. Greystone Press (1972) "*The Family Physician*", Greystone Press, New York, United States of America.
7. <http://korananakindonesia.wordpress.com/2009/10/28/psikologi-remaja/> 11 February 2010, 8:14 pm
8. [http://medicastore.com/artikel/294/Ketika\\_Gambaran\\_Tubuh\\_Mempengaruhi\\_Percaya\\_Diri\\_Remaja.html](http://medicastore.com/artikel/294/Ketika_Gambaran_Tubuh_Mempengaruhi_Percaya_Diri_Remaja.html), 11 February 2010, 8:21 pm
9. <http://www.tempointeraktif.com/hg/opiniKT/2009/06/13/krn.20090613.168060.id.html>, 3 Januari 2010, 6:31 pm
10. [http://parentingteens.about.com/od/bodyimage/a/teen\\_bodyimage.htm](http://parentingteens.about.com/od/bodyimage/a/teen_bodyimage.htm), 31 Desember 2009, 6:36 pm
11. <http://www.menegpp.go.id/home>, 7 maret 2010, 9:00 am

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A: Kuesioner Pendahuluan .....	L-1
Lampiran B: Kuesioner Lanjutan .....	L-61
Lampiran C: Wawancara dengan Psikolog .....	L-91
Lampiran D: Wawancara dengan BPOM .....	L-92
Lampiran E: Wawancara dengan target .....	L-95
Lampiran F: Sketsa Logo .....	L-96
Lampiran G: Sketsa Poster dan Iklan tahap Conditioning .....	L-102
Lampiran H: Sketsa Poster dan Iklan tahap Informing .....	L-120
Lampiran I: Sketsa Komik .....	L-141
Lampiran J: Sketsa Iklan TV .....	L-145

## **SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI**

Logo yang terbentuk dari garis dinilai kurang menampilkan rasa percaya diri yang ingin disampaikan. Latar belakang dari media poster, iklan dan billboard yang berwarna putih memberikan kesan yang terlalu pucat dan dikhawatirkan tidak dapat "terlihat" oleh target. Cara penggambaran yang terdiri dari dua jenis, ilustrasi dan fotografi, dikhawatirkan kurang menampilkan keseragaman dan benang merah yang menyatukan kampanye ini. Namun penggunaan media dinilai kreatif dan sangat dekat dengan kehidupan remaja. Pengolah ide setiap media menarik dan media yang digunakan cukup banyak.

## **DATA PENULIS**

Nama Penulis : Okky Ausiawati  
Alamat : Jl. Permata Bumi I no. 7, Cisaranten, Bandung  
Telepon : (022) 7802135  
Handphone : 085720108078  
Alamat e-mail : okky\_witarnawan@yahoo.com  
Pendidikan SMU : SMAN 8 Bandung  
Nilai Sidang Tugas Akhir :