DAFTAR PUSTAKA

- 1. http://www.h4nim.blogspot.com
- 2. http://www.kompas.com
- 3. http://www.solusisehat.net
- 4. http://www.blogger.com
- 5. http://www.wikipedia.org
- 6. http://www.duniabelajar.com
- 7. http://news.bbc.co.uk
- 8. http://www.inaheart.com
- 9. http://www.bpkn.go.id
- 10. http://www.pikiran-rakyat.com
- 11. Venus, Drs. Antar, M.A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media
- 12. Arens, William F., (1999). *Contemporary Advertising*, New York: Irwin/Mc Graww Hill
- 13. Dameria, Anne (2007). Panduan Dasar Warna. Jakarta: Link Match Graphic.

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Paulus Suwito E.FPSI:

- 1. Logo tidak terlihat seperti ibu dan anak yang berpelukan
- 2. Fotografi tahap informing pada media *event* kurang mengkomunikasikan tentang anak sehat

Triyadi Guntur W. M.Sn.:

- 1. Secara grafis terlihat ada dua macam sistem yang dipakai dalam keseluruhan media kampanye (*discontinuity*)
- 2. Lebih baik mempertahankan sistem garis, yang terlihat lebih banyak dipakai dalam setiap media kampanye, atau mungkin menggabungkannya
- 3. Logo tidak mengkomunikasikan tentang tujuan kampanye
- 4. Visualisasi bekal dalam bentuk rantang pada logo kampanye kurang tepat untuk bekal anak-anak
- 5. Visualisasi bekal untuk logo kampanye lebih baik mengolah dari bentuk kotak bekal anak-anak
- 6. Visualisasi bekal mungkin lebih baik diperbesar dari visual ibu dan anak untuk menunjukkan tujuan kampanye
- 7. Warna merah yang dipakai lebih cocok memakai konsep *warning*/perhatian tentang jajanan tidak sehat
- 8. Untuk konsep kasih sayang dalam bentuk perlindungan lebih cocok dengan warna merah yang lebih lembut/soft
- 9. Untuk setiap media print ad tahap conditioning lebih baik memberikan informasi tentang kandungan zat kimiawi dan bahayanya
- 10. Koreksi warna hitam, grayscale dan monochrome dalam *CMYK* (lihat *pantone guide*)

Dra. Irawati Tirtaadmadja:

- 1. Warna merah pada setiap media kampanye lebih cocok diberi konsep warning/peringatan
- 2. Logo terkesan kekar, tidak menunjukkan ibu dan anak
- 3. Logo tidak menunjukan penekanan pada tujuan kampanye
- 4. Visualisasi bekal dalam bentuk rantang pada logo, kurang dapat memberikan pesan kampanye
- Kesinambungan konsep grafis pada media di setiap tahap kampanye kurang begitu konsisten
- 6. Visual berupa ilustrasi anak-anak tidak perlu ditampilkan (tidak konsisten dengan visualisasi dalam bentuk fotografi)
- 7. Visual bekal dalam bentuk fotografi untuk media billboard tahap reminding terlihat kurang fokus/kabur

Dra. Christine Lukman M.Ds.:

- 1. Logo hanya bisa terlihat jelas dalam jarak yang terbatas
- 2. Logo kurang bisa mengkomunikasikan tentang tujuan kampanye
- 3. Visualisasi bekal dalam bentuk rantang pada logo kampanye sangat tidak cocok untuk bekal anak-anak
- 4. Antara visualisasi logo dan tulisan pada logo kurang terkomposisikan secara baik
- 5. Tulisan tentang judul kampanye pada logo terlalu kecil
- 6. Jajanan tidak sehat yang ada pada media kampanye, mungkin hanya dijumpai di sekolah-sekolah untuk masyarakat ekonomi menengah kebawah (pertimbangkan *target audience*)

Fenny Ng, B.A.:

- 1. Konsep untuk warna yang dipakai harus diperhatikan
- 2. Visualisasi bekal dalam bentuk kotak bekal kurang jelas dan dapat memberikan pendapat yang menyimpang dari tujuan kampanye

- 3. Dalam logo, visualisasi bekal dalam bentuk rantang diperbaiki susunannya (1 susun/2 susun)
- 4. Visualisasi bentuk ilustrasi anak-anak berlari diperbaiki
- 5. Ada beberapa teks dalam media print ad yang kurang bisa dibaca
- 6. Budget lebih baik diuraikan dengan lebih jelas dan lebih rinci

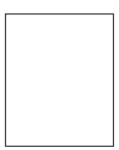
Dra. Nina Nurviani:

- 1. Pihak-pihak yang terlibat dalam kampanye lebih diperhatikan
- 2. Logo lebih di olah lagi secara ukuran, kombinasi dengan bekal, font
- 3. Media yang dipakai harus sesuai gaya hidup target audience
- 4. Penempatan media-media kampanye harus tepat, supaya tidak menimbulkan kesalah pahaman terhadap orang lain yang bukan termasuk target audience
- 5. *Event* yang akan diadakan lebih baik disertai penyuluhan tentang kesehatan (makanan sehat)
- 6. *Target audience* mungkin lebih kepada semua kalangan, (ibu-ibu golongan menengah kebawah lebih rentan)

Dian Nurhadiyanto S.Sn.:

- 1. Visualisasi dalam bentuk fotografi pada tahap reminding lebih baik tidak seluruhnya hitam putih
- 2. Permainan foto bisa lebih diolah lagi
- 3. warna yang dipakai harus lebih konsisten
- 4. Isi media website tahap conditioning dipilih yang lebih informatif
- 5. Format website lebih baik tanpa scroll
- 6. Budget lebih dirinci lagi
- 7. Visual pada media kalender lebih diolah lagi supaya menarik

DATA PENULIS



Nama : Albertus Dwi Indra

Alamat : Jl. Mekar Permai I No.15, Bandung

No. Telp : 022-5233359

No. Handphone : 081320369117

Alamat e-mail : <u>albertusdwiindra@yahoo.com</u>

a_bet20@hotmail.com

Pendidikan : SMUK Yahya Bandung (1999-2003)

Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Maranatha

Nilai Tugas Akhir : B

Tanggal USTA : 7 Januari 2008