

DAFTAR PUSTAKA

1. <http://www.depkes.go.id>
2. <http://www.kompas.com>
3. <http://www.mediaindonesia.co.id>
4. <http://www.fao.org>
5. <http://www.psikologi.net>
6. <http://www.aiga.com>
7. <http://www.britannica.com>
8. <http://www.wikipedia.org>
9. <http://id.wikipedia.org>
10. Venus, Drs. Antar, M.A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
11. Arens, William F., (1999). *Contemporary Advertising*, New York: Irwin/Mc Graww Hill
12. Jefkins, Frank, (1994). *Advertising*, London: Pitman Publishing.

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

1. Bapak Drs. Rene Arthur :

Tema kampanye yang kamu angkat sudah bagus. Logo kampanye kurang mencerminkan isi dari kampanye, lebih cenderung terlihat sebagai suatu merek produk. Seharusnya kamu lebih menyeimbangkan antara 'milk' dan 'max'. Maskot dapat berperan penting untuk menjaga konsistensi sekaligus sebagai daya tarik kampanye terhadap remaja. Perlu diperhatikan kembali hierarki baca saat penyampaian informasi dalam setiap media dan tidak lupa juga untuk lebih memperhatikan efektifitas kampanye.

2. Ibu Dra. Nina Nurviani :

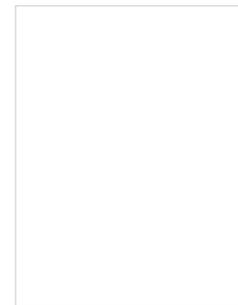
Untuk keseluruhan hasil karya tugas akhir ini, saya rasa cukup baik. Hanya saja desain logo perlu diperhatikan, stilasi susu tidak menonjol, jadi pada saat ukuran logo kecil atau dilihat dari jauh tidak tampak. Coba lebih berani menggunakan warna yang kontras pada logo. Untuk kampanyenya sendiri, lebih baik dilakukan pendekatan-pendekatan yang nyata terhadap target audiens, misalnya dengan membuat stand pembagian susu di sekolah-sekolah untuk mensosialisasikan kembali susu tersebut.

3. Bapak Dodi Rahardian, S.Sn. :

Pertama-tama, segmentasi target audiens terlalu luas. Konsep visual seharusnya lebih menampilkan sesuatu yang baru karena remaja cenderung tertarik dengan hal-hal yang baru. Mohon diperhatikan masalah periodisasi kampanye, terlalu singkat dan dipertimbangkan masalah *life time*-nya. Kamu sangat memperhatikan hal-hal detail dan konsisten dalam visualisasi media, namun cenderung terlalu ramai dan membuat karyakaryamu kehilangan *vocal point*. Sebenarnya tidak perlu diadakan event, melalui distribusi media yang efektif pada jangka waktu yang tepat sudah mencukupi untuk menyampaikan pesan. Konsep keseluruhan 'max' terganggu oleh *gimmick* bantal.

4. Ibu Monica Hartanti, S.Sn. :

Saya sudah banyak melihat perkembangan kerja kamu sebagai salah satu dosen pembimbing. Saya rasa kamu telah memberikan yang terbaik dalam menjalankan Tugas Akhir ini. Masih terdapat kekurangan dalam kampanye yang kamu buat, namun hal itu merupakan proses pembelajaran. Untuk kedepannya perlu lebih mendalami seluk beluk tentang pengadaan kampanye.

DATA PENULIS**FOTO**

- Nama : Yoseph Ardryan
- Tempat dan Tanggal Lahir : Bandung, 19 Februari 1985
- Agama : Kristen Protestan
- Alamat : Jl. Elang VIII No. 1a
Bandung 40184
- Pendidikan :
- 1990 - 1991 : TKK BPK Penabur, Bandung
 - 1991 – 1997 : SDK 6 BPK Penabur, Bandung
 - 1997 – 2000 : SMPK 5 BPK Penabur, Bandung
 - 2000 – 2003 : SMUK I BPK Penabur, Bandung
 - 2003 – 2008 : Universitas Kristen Maranatha, Bandung