

DAFTAR ISI

H a l a m a n J u d u l.....	i
L e m b a r P e n g e s a h a n	ii
K a t a P e n g a n t a r	iii
P e r n y a t a a n O r i s i n a l i t a s K a r y a d a n L a p o r a n	v
D a f t a r I s i.....	vi
D a f t a r G a m b a r.....	xii
D a f t a r T a b e l	xv
B A B I P E N D A H U L U A N	1
1.1 L a t a r B e l a k a n g M a s a l a h	1
1.2 P e r m a s a l a h a n d a n R u a n g L i n g k u p	3
1.3 T u j u a n P e r a n c a n g a n	3
1.4 S u m b e r d a n T e k n i k P e n g u m p u l a n D a t a	4
1.5 S k e m a P e r a n c a n g a n	5
B A B I I L A N D A S A N T E O R I	6
2.1 <i>Brand</i>	6
2.1.1 T u j u a n P e n g g u n a a n M e r e k	6
2.2 P e m a s a r a n	6
2.2.1 B a u r a n P e m a s a r a n	7
2.3 P r o m o s i	8

2.3.1 Tujuan Promosi	9
2.3.2 Jenis-Jenis Kegiatan Promosi.....	9
2.3.3 Jenis-Jenis Promosi Penjualan	10
2.3.4 Perubahan Paradigma Strategi Promosi	12
2.3.5 Jenis-Jenis Media	13
2.3.6 Aspek-Aspek Pemilihan Media.....	15
2.4 Jenis-Jenis Iklan	15
2.4.1 Sifat-Sifat Periklanan	16
2.4.2 <i>Copywriting</i>	16
2.4.3 Tipografi.....	17
2.4.4 Delapan Hukum Desain	17
2.5 Perilaku Konsumen	18
2.5.1 Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	19
2.5.2 Sumber Informasi Konsumen	19
2.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.6 Kampanye	20
2.6.1 Jenis-Jenis Kampanye	21
2.6.2 Model Kampanye Ostergaard.....	22
2.6.3 Perancangan Kampanye	22
2.6.4 Aspek Perencanaan Kampanye	23
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	26

3.1 Data dan Fakta.....	26
3.1.1 Lembaga Terkait	26
3.1.2 Hasil Wawancara	27
3.1.3 Hasil Angket.....	27
3.2 Tinjauan Terhadap Karya Sejenis	32
3.3 Analisis Permasalahan	33
3.3.1 Segmentasi Pasar.....	33
3.3.2 Target Pasar.....	33
3.3.3 <i>Positioning</i>	33
3.3.4 SWOT	34
3.3.4a Metode <i>Hypno Birthing</i>	34
3.3.4b Promosi <i>Hypno Birthing</i>	35
3.3.5 5W & 1H	36
3.4 Analisis Data <i>Hypno Birth</i>	37
3.4.1 Hipnosis.....	37
3.4.1.1 Empat Irama Otak Manusia.....	37
3.4.1.2 Sugesti.....	38
3.4.1.3 Pikiran Sadar dan Bawah Sadar	38
3.4.2 Hipnoterapi.....	40
3.4.2.1 Fungsi Hipnoterapi Dalam Berbagai Bidang	40
3.4.2.2 Pembagaan Hipnoterapi Dalam Dunia Kedokteran	41

3.4.2.3 Penerapan Hipnoterapi	41
3.4.2.4 Unsur Penting Dalam Hipnoterapi	41
3.4.2.5 Keunggulan Hipnoterapi	42
3.4.3 Hipnostetri.....	42
3.4.3.1 Manfaat	42
3.4.3.2 Obstetri.....	43
3.4.3.3 Kehamilan	43
3.4.3.4 Persalinan	43
3.4.3.5 Definisi Bentuk Persalinan	44
3.4.3.6 Perencanaan Persalinan	44
3.4.3.7 Tahapan Persalinan	44
3.4.3.8 Proses Terjadinya Rasa Sakit Dalam Proses Persalinan	45
3.4.3.9 Cara Melahirkan.....	45
3.4.4 Metode Alternatif Untuk Mengurangi Rasa Sakit Saat Persalinan	48
3.4.5 Hormon Yang Berperan Dalam Kehamilan dan Persalinan	50
3.4.6 Stres.....	51
3.4.6.1 Gejala Stres	51
3.4.6.2 Efek Stres Terhadap Kehamilan.....	52
BAB IV HASIL KARYA	53
4.1 Konsep Komunikasi.....	53
4.1.1 Konsep Secara Verbal/ Bahasa	53

4.1.2 Konsep Secara Visual	54
4.2 Konsep Kreatif	56
4.3 Konsep Media	57
4.3.1 Strategi dan Pemilihan Media	57
4.3.2 Jadwal Strategi Promosi	58
4.3.3 Biaya Media / <i>Budgetting</i>	60
4.4 Hasil Karya	61
4.4.1 Poster	61
4.4.2 Iklan Koran	69
4.4.3 Iklan Majalah	71
4.4.4 Brosur	75
4.4.5 <i>Brochure Holder</i>	76
4.4.6 <i>Flyer</i>	77
4.4.7 <i>X-Banner</i>	78
4.4.8 <i>Gift Bag</i>	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	83
5.3 Saran dari Dosen Penguji	84
 Daftar Pustaka	
 Daftar Istilah	

L a m p i r a n

D a t a P e n u l i s

U c a p a n T e r i m a K a s i h

D A F T A R G A M B A R

3.1 Logo Melinda Hospital	26
3.2 Grafik A	28
3.3 Grafik B	28
3.4 Grafik C	29
3.5 Grafik D	29
3.6 Grafik E	30
3.7 Grafik F	30
3.8 Grafik G	31
3.9 Grafik H	31
3.10 Logo Organisasi <i>Hypno-birthing</i> Indonesia	32
3.11 Poster promosi layanan SMS	32
3.12 Bagan konsep <i>fear-tension-pain</i>	45
4.1 Desain logo	54
4.2 Skema warna logo	55
4.3 Desain poster tahap <i>informing</i>	62
4.4 Desain poster tahap <i>informing</i>	63
4.5 Desain poster tahap <i>persuading</i>	64
4.6 Desain poster tahap <i>reminding</i>	65
4.7 Desain poster tahap <i>reminding</i>	66

4.8 Desain poster tahap <i>reminding</i>	67
4.9 Desain poster tahap <i>reminding</i>	68
4.10 Desain iklan koran tahap <i>informing</i>	69
4.11 Desain iklan koran tahap <i>persuading</i>	70
4.12 Desain iklan koran tahap <i>reminding</i>	70
4.13 Desain iklan koran tahap <i>reminding</i>	71
4.14 Desain iklan majalah tahap <i>informing</i>	72
4.15 Desain iklan majalah tahap <i>informing</i>	72
4.16 Desain iklan majalah tahap <i>persuading</i>	73
4.17 Desain iklan majalah tahap <i>reminding</i>	73
4.18 Desain iklan majalah tahap <i>reminding</i>	74
4.19 Desain iklan majalah tahap <i>reminding</i>	74
4.20 Desain iklan majalah tahap <i>reminding</i>	75
4.21 Desain brosur	76
4.22 Desain <i>brochure holder</i>	77
4.23 Aplikasi desain <i>brochure holder</i>	77
4.24 Desain <i>flyer</i>	78
4.25 Desain <i>x-banner</i>	79
4.26 Desain <i>gift bag</i>	80
4.27 Desain <i>CD + case</i>	80
4.28 Desain kalender	81

4.29 Desain bantal sofa	82
4.30 Desain <i>eye mask</i>	82

DAFTAR TABEL

4.1 Tabel <i>timeline</i> tahap <i>informing</i> dan <i>persuading</i>	58
4.2 Tabel <i>timeline</i> tahap <i>persuading</i> dan <i>reminding</i>	59