

ABSTRAK

Dalam laporan tugas akhir ini, penulis membahas promosi produk CD terapi musik sebagai media yang dapat memulihkan fisik dan mental. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang program promosi bagi CD terapi musik sehingga masyarakat mengetahui keberadaan dan kegunaan CD terapi musik tersebut. Data primer yang digunakan penulis adalah wawancara kepada General Manager Pusat riset terapi musik dan gelombang otak. Sedangkan data sekundernya adalah dengan mencari artikel di internet dan buku-buku referensi yang dapat mendukung penelitian ini. Hasil penelitian secara umum dapat disimpulkan bahwa kurangnya promosi yang dilakukan oleh pusat riset terapi musik dan gelombang otak sehingga *image* CD terapi musik yang dapat memulihkan gangguan fisik dan mental kurang diketahui oleh masyarakat secara luas.

ABSTRACT

In this final report, the authors discuss the promotion of the product CD music therapy as a medium that can be physically and mentally memulihkan. The purpose of this study was to design a promotional program for music therapy CDs so that people know the existence and usefulness of the music therapy CD. Primary data used to interview the author is General Manager of Research Center for music therapy and brain waves. While the secondary data is to look for articles on the internet and reference books that can support this research. The results can generally be concluded that the lack of promotion conducted by the research centers of the brain waves of music therapy and music therapy so that the CD image that can restore physical and mental disorders are less known by the public at large.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	5

BAB 2 : LANDASAN TEORI

2.1 Promosi	6
2.1.1 Fungsi Promosi	6
2.1.2 Tujuan Promosi	8
2.2 Media Komunikasi	6
2.3 Komunikasi Massa	9

2.4 Desain Komunikasi Visual	10
2.5 Teori Gaya Hidup	10

BAB 3 : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Lembaga Terkait	12
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	14
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	
3.2.1 Studi Literatur	17
3.2.2 Data Internet	25
3.2.3 Wawancara	46
3.2.4 Kuesioner	49
3.2.5 SWOT	56
3.2.6 Segmentasi, Targeting, Positioning	57

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	59
4.2 Konsep Kreatif	61
4.3 Konsep Media	63
4.3.1 Media Promosi	63
4.3.2 Timeline	67
4.3.3 Budgeting	68
4.4 Hasil Karya	
4.4.1 Visualisasi Karya (logo)	69
4.4.2 Karya	70

BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan	93
----------------------	----

5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
LAMPIRAN	xvii
DATA PENULIS	xix
UCAPAN TERIMAKASIH	xx

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo HSC	12
Gambar 3.2	Direktur HSC	13
Gambar 3.3	CD EAse	14
Gambar 3.4	The calm within CD	15
Gambar 3.5	Cover Terapi Musik Teori dan aplikasi Djohan	17
Gambar 3.6	Cover buku	23
Gambar 3.7	Cover buku	24
Gambar 3.8	Terapimusik.com	25
Gambar 3.9	Gelombang otak	25
Gambar 3.10	Cover CD terapi musik	28
Gambar 3.11	Cara kerja otak	35
Gambar 3.12	Poster musik terapi	41
Gambar 3.13	General Manager terapimusik.com	46
Gambar 4.1	Aplikasi poster	63
Gambar 4.2	Logo CD terapi musik.....	69
Gambar 4.3	Icon 7 keunggulan CD	70
Gambar 4.4	Poster seri-1 7 keunggulan CD	71
Gambar 4.5	Poster seri-2 7 keunggulan CD	72
Gambar 4.6	X-banner 7 keunggulan CD	73
Gambar 4.7	X-banner 7 keunggulan CD	74
Gambar 4.8	Brosur 7 keunggulan CD	74
Gambar 4.9	Kartu member dan kartu nama	75
Gambar 4.10	Social network facebook	76
Gambar 4.11	Poster-1 conditioning	77
Gambar 4.12	Poster-2 conditioning	78

Gambar 4.13 Poster-1 informing	79
Gambar 4.14 Poster-2 informing	80
Gambar 4.15 Poster reminding	81
Gambar 4.16 Umbul-umbul	82
Gambar 4.17 Spanduk	83
Gambar 4.18 Iklan koran	83
Gambar 4.19 X-banner event	84
Gambar 4.20 X-banner event	85
Gambar 4.21 Gimmick	86
Gambar 4.22 Poster Seminar	87
Gambar 4.23 Flyer event	88
Gambar 4.24 Booth 3D	90
Gambar 4.25 Seminar 3D	91
Gambar 4.26 T-shirt dan uniform company	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Skema Perencanaan	5
Tabel 3.1	Kusioner 1	50
Tabel 3.2	Kusioner 2	51
Tabel 3.3	Kusioner 3	51
Tabel 3.4	Kusioner 4	52
Tabel 3.5	Kusioner 5	52
Tabel 3.6	Kusioner 6	53
Tabel 3.7	Kusioner 7	53
Tabel 3.8	Kusioner 8	54
Tabel 3.9	Kusioner 9	54
Tabel 4.1	Timeline	67
Tabel 4.2	Budgeting	68