

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Double Deer Music adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada industri music dan juga teknologi. Double Deer Music sudah berdiri sejak tahun 2012 dan memiliki beberapa jenis servis. Double Deer Music terbagi menjadi Double Deer Course, Double Deer Records, Audio Post, dan Double Deer Agency.

Double Deer Course akan menjadi fokus utama dalam makalah ini. Double Deer Course adalah sarana *short course* untuk melakukan *digital music production* dengan menggunakan aplikasi *Ableton Live*. Dengan pengajar yang sudah terkenal di bidang ini dan fasilitas yang lengkap sebagai kekuatan utama Double Deer Course, mereka melakukan *short course* tersebut selama satu bulan dengan pertemuan dua kali dalam seminggu dan sudah memiliki silabus yang jelas.

Dalam periode magang, penulis menemukan masalah bahwa sebab Double Deer Course yang sudah memiliki *brand awareness* tinggi namun *purchase intention* yang rendah adalah value utama dari Double Deer Course belum tersampaikan dengan benar.

Dengan menggunakan teori *cognitive response model*, penulis akan memberikan pilihan alternatif yang menggunakan *digital marketing* sebagai platform utama untuk menyelesaikan masalah tersebut.

## EXECUTIVE SUMMARY

Double Deer Music is a company that operates in the music industry as well as technology. Double Deer Music has been established since 2012 and offers several types of services. Double Deer Music is expanded into Double Deer Course, Double Deer Records, Audio Post and Double Deer Agency.

Double Deer Course will be the main focus in this research paper. Double Deer Course is a short course platform for digital music production that utilize Ableton Live application. The course is taught by named and qualified instructors with well-equipped tools and facilities that is reflecting Double Deer Course's strong points. The short course runs for one month with two sessions every week based on a structured syllabus.

During the internship program period, the writer noticed an issue and found that the reason Double Deer Course has high brand awareness but purchase intention is low is because the main value from Double Deer Course has not been well communicated.

By using cognitive response model theory, the writer will provide alternative options that utilize digital marketing as the main platform in the purpose of solving the problem.