

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Nusantara TV

a. Sejarah Nusantara TV



Gambar 4. 1 Logo Perusahaan

Sumber: *Company Profile* Nusantara TV

Nusantara TV adalah stasiun televisi digital swasta di Indonesia yang dimiliki oleh NT Corp. NT Corp sendiri adalah kelompok usaha yang bergerak di sektor perkebunan kelapa sawit, properti, energi, dan media. Sebagai televisi digital pertama di Indonesia, Nusantara TV menawarkan tontonan yang informatif, edukatif, dan menghibur. Dengan *tagline* "Sahabat Kita", program-program Nusantara TV didasarkan pada tujuan program yang kuat dan selalu mengikuti tren terbaru, menjadikannya lebih dekat dan nyata bagi pemirsa (*Company Profile Nusantara TV*).

Nusantara TV menggunakan sistem *Full High Definition* (Full-HD) yang memberikan kualitas gambar tajam, warna cemerlang, dan audio jernih. Stasiun ini memperoleh izin siaran pada tahun 2014 dan mulai disiarkan secara resmi pada 10 November 2015. Pada 28 Juni 2016, NTV mulai siaran digital terestrial ke seluruh Indonesia dan telah memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran Tetap sejak 2016, sesuai dengan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor

463/T.02.02/2019 tanggal 16 Oktober 2016 (*Company Profile Nusantara TV*).

NTV menyajikan berbagai program hiburan dan berita yang meliputi politik, ekonomi, hukum, dan topik lainnya. Saluran ini bisa diakses secara gratis melalui terestrial, satelit gratis (dengan frekuensi 3720 MHz), serta melalui situs resmi Nusantara TV (*Company Profile Nusantara TV*).

b. Visi dan Misi Nusantara TV

Kami persembahkan Nusantara TV untuk tidak hanya menjadi yang pertama dan terkini, melainkan juga menjadi Sahabat bagi siapa saja terutama Pemirsa, keluarga, negara dan warga dunia.

1) Visi

Menjadi perusahaan yang dibanggakan oleh bangsa dan di akui secara Internasional

2) Misi

Mendapatkan laba untuk perusahaan, untuk kepuasan pelanggan, dan kebanggaan karyawan (*Company Profile Nusantara TV*)

c. Logo Nusantara TV

Pada tanggal 14 Oktober 2019, NTV meluncurkan logo barunya berupa gambar segitiga dengan dasar warna biru dan tulisan NTV berwarna putih yang menggambarkan semangat baru dalam memberikan informasi dan edukasi. Logo ini telah mendapatkan sertifikat Perlindungan Hak Atas Merek dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Dirjen Kekayaan Intelektual dengan Nomor IDM000806608.



Gambar 4. 2 Logo pertama Nusantara TV (10 November 2015-14 Oktober 2019)

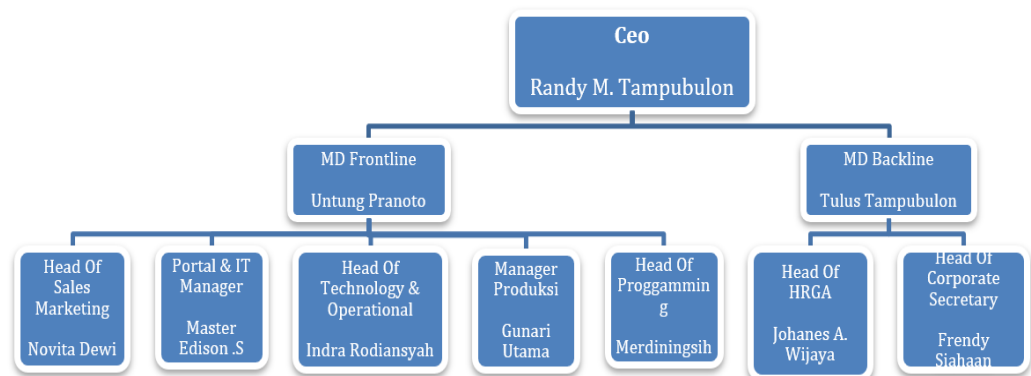
Sumber: *Company Profile Nusantara*



Gambar 4. 3 Logo kedua Nusantara TV (14 Oktober 2019-1 Desember 2020), digunakan saat acara (1 Desember 2020-sekarang).

Sumber: *Company Profile* Nusantara TV

d. Struktur Organisasi Stasiun Nusantara TV

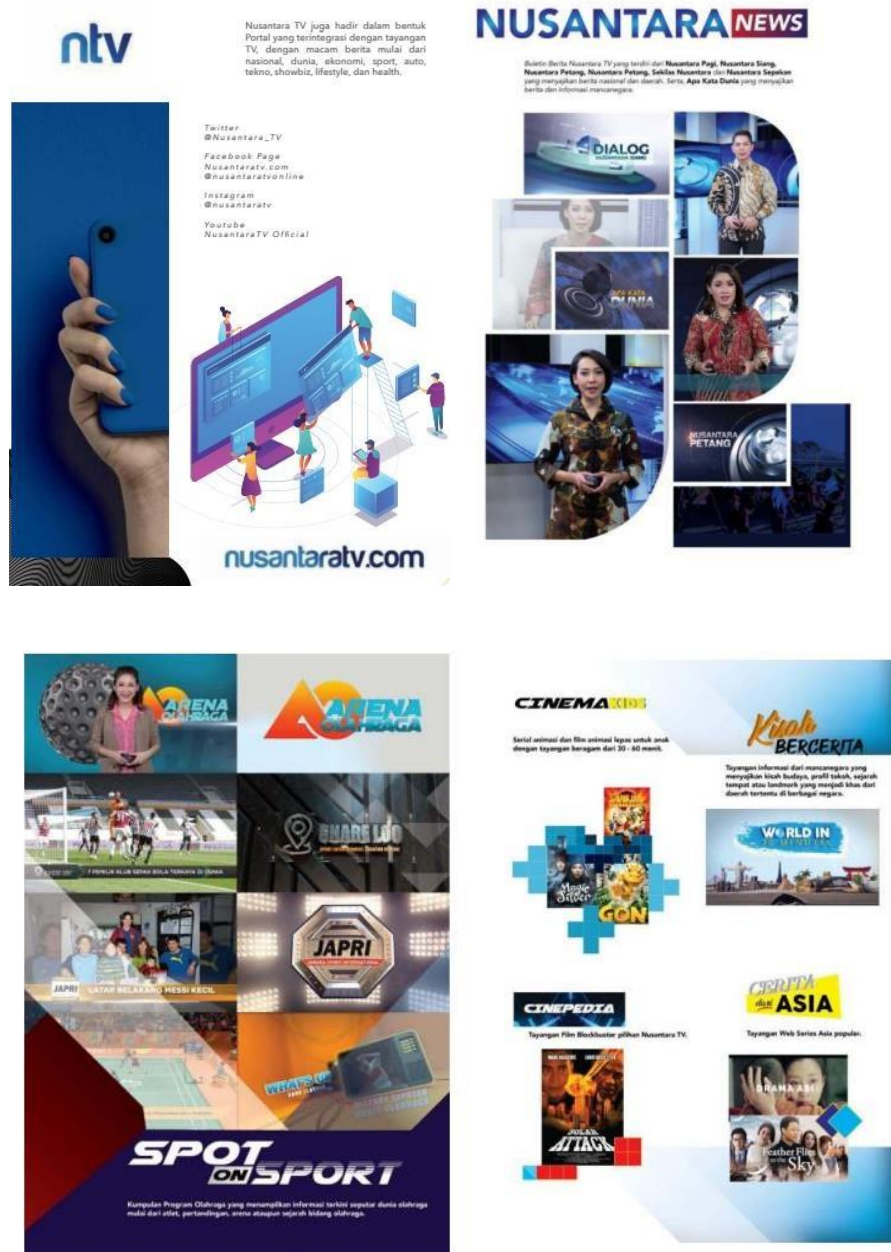


Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Nusantara TV

Sumber: *Company Profile* Nusantara TV

e. Program Nusantara TV

Nusantara TV kini menemani pemirsa 24 jam setiap hari, dengan tayangan beragam yang mengikuti pola tren terkini, informatif, menghibur serta dekat dengan kehidupan pemirsa. Nusantara TV juga menghadirkan tayangan yang tidak hanya menghibur namun mengedepankan sisi informasi dan edukasi pada setiap programnya



Gambar 4. 5 Program Nusantera TV

Sumber: *Company Profile* Nusantera TV

Nusantera TV memiliki banyak program, Mulai dari NTV News, Yakni NTV Morning (sebelumnya Nusantera Pagi), NTV Today (sebelumnya Nusantera Siang dan NTV Middy), NTV Crime, NTV Prime (sebelumnya Nusantera Petang), NTV Election (ditayangkan selama Pemilu 2024, sebelumnya Sudut Pemilu), NTV Sports

(sebelumnya Arena Olahraga), NTV Tonight (sebelumnya Nusantara Malam), NTV Highlights (sebelumnya Nusantara Sepekan), dan Sekilas Nusantara. Kemudian untuk Program Hiburannya yakni 100% Recommended, A Shop, Apa Kata Dunia, Bumi Hijau, Celebrity Fresh, Cerita Dari Asia, Cinefamily, Classic Cartoon, Crime Files, Dunia Kita (Lisensi dari VOA Indonesia, tayang bersama MetroTV), Editor Choice, Feature VOA, FTV Acffest KPK, Ibadah Online (Acara ini khusus ibadah kristen saja), Jagad Misteri, Japri, Jelajah Rasa, Kartunika, Kok Bisa Viral, Mata Dunia, Ooh I See, Share Loc, “Soundcore”, “Soundcore” Podcast, Sport Arena, Super Bollywood, Up To Date Yuk, Web Series, What's Up, World In 30 Minutes, Zona Islam (*Company Profile Nusantara TV*).

f. Program Musik “Soundcore”

1. Profil Program Musik “Soundcore”

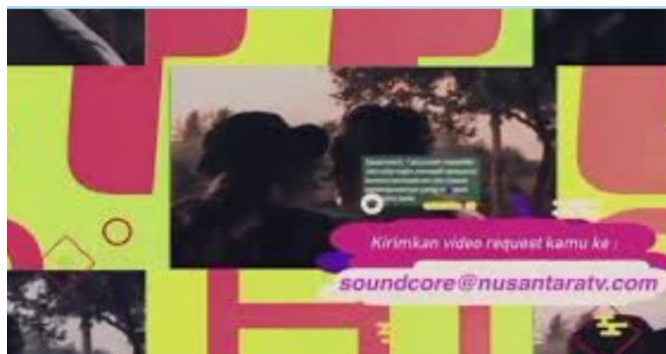


Gambar 4. 6 Program “Soundcore”
Sumber: Company Profile Nusantara TV

Program musik “Soundcore” di Nusantara TV menampilkan video klip musik populer dengan fakta menarik di balik lagu-lagu hits, baik dari Indonesia maupun luar negeri. Pemirsa dapat mengirimkan request lagu favorit mereka serta menyampaikan salam melalui email ke “Soundcore”@nusantaratv.com

Menurut Igun selaku Produser program musik “*Soundcore*” menyatakan bahwa Program “*Soundcore*” adalah program musik “*Soundcore*” adalah sebuah program yang sebenarnya hanya membahas video klip, tetapi di dalam video klip tersebut disertakan penjelasan tentang hal-hal yang mungkin belum diketahui oleh penonton mengenai lagu tersebut. Misalnya, informasi mengenai kapan lagu itu dibuat atau latar belakang sejarah dari lagu tersebut. Informasi ini disampaikan melalui teks atau *caption* yang ditampilkan saat video klip diputar, sehingga penonton bisa lebih memahami konteks dan cerita di balik lagu itu.

Format acaranya adalah program hiburan dengan durasi satu jam yang terbagi dalam lima segmen. Empat segmen pertama menampilkan lagu-lagu Indonesia, sementara segmen terakhir menampilkan lagu-lagu Barat. Program ini dirancang untuk memberikan hiburan sekaligus edukasi kepada penonton mengenai berbagai aspek dari lagu yang diputar (SUMBER KEY INFORMAN).



Gambar 4. 7 Tayangan Program “*Soundcore*”

Sumber: *Company Profile* Nusantara TV

2. Latar Belakang Pembuatan Program “*Soundcore*”

Menurut Feris sebagai Production Assistant dan Creative di Divisi produksi Nusantara Tv menyatakan bahwa Latar belakang pembuatan program musik “*Soundcore*” di Nusantara TV berawal dari kenyataan bahwa Nusantara TV merupakan stasiun televisi baru yang belum memiliki

program musik. Untuk mengisi kekosongan tersebut dan menambah variasi konten, dibuatlah program musik dengan budget kecil bernama “*Soundcore*”. Program ini diharapkan dapat memberikan warna baru dalam tayangan Nusantara TV sekaligus memenuhi kebutuhan penonton akan acara musik. “*Soundcore*” dirancang untuk menjadi program yang informatif dan menghibur, meskipun diproduksi dengan anggaran yang terbatas (INFORMAN 1).

4.2 Hasil Penelitian

Hasil temuan peneliti di NTV ditemukan strategi kreatif produksi program musik “*Soundcore*” melalui pengemasan konten sesuai dengan rumusan masalah peneliti yakni “Bagaimana Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik di Televisi melalui Pengemasan Konten (Studi Kasus Atas Program Musik “*Soundcore*” di Nusantara TV)?”. Berikut hasil datanya:

1. Pra-produksi

Pra-produksi yang diterapkan program musik “*Soundcore*” di NTV merupakan strategi yang menekankan pada perencanaan. Perencanaan diawali dengan menentukan konsep dan ide. Konsep awal program musik “*Soundcore*” adalah terinspirasi dari program MTV, lalu dikembangkan lagi dengan menampilkan video klip dari lagu terbaru yang disertai informasi-informasi terkini. Sebagaimana hasil wawancara oleh produser NTV selaku *Key Informan*:

“...jadi ide awalnya kita kepikiran untuk mengikuti program MTV musik yang hanya menampilkan top chart musik terkini, tetapi dikembangkan lagi idenya menjadi menampilkan video klip dari Indonesia dan Barat, disertai dengan infobox berupa fakta-fakta menarik dan ter-update... (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Alasan program musik “*Soundcore*” diproduksi oleh NTV adalah pada saat itu NTV merupakan stasiun televisi baru yang belum memiliki banyak program acara, salah satunya adalah program musik. Program musik dianggap sebagai suatu program yang dapat menarik perhatian

masyarakat karena sebagian besar masyarakat menyukai musik. Maka dari itu, dengan *budget* yang terbatas, NTV menambah program acara yakni program musik “*Soundcore*”. Sebagaimana hasil wawancara oleh *Key Informan*:

“Latar belakangnya karena di Nusantara TV merupakan TV baru dan belum ada program musik, maka dibuatlah program musik dengan budget kecil... (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Latar belakang dan konsep tersebut dioptimalkan dengan tim kreatif yang melakukan riset untuk menemukan inovasi sebagai upaya mencari referensi terkait program yang cocok, susunan acara yang menarik, dan aspek-aspek yang perlu diperbarui. Tim kreatif akan melakukan observasi ke tv-tv lain lalu dikembangkan serta disesuaikan dengan ciri khas NTV. Selain itu, riset juga digunakan untuk memberikan program yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan penonton. Riset tersebut dilakukan dengan melakukan pengecekan pada hasil *share* dan *rating*, sebagaimana hasil wawancara dengan Tim Kreatif selaku Informan I:

“kita buat program dulu nih kalo udah kita coba naikin dan ditayangin di TV selama sebulan atau lebih. Nah setelah itu kita check hasil dari share dan rating-nya program tersebut kalo share dan rating-nya naik, dan banyak yang nonton bakal kita lanjut kalo share dan rating-nya kurang dan gak ngalamin perubahan yah kita bungkus programnya dan ganti baru (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Salah satu riset yang telah dilakukan oleh tim produksi dan tim kreatif pada program musik “*Soundcore*” adalah peninjauan *genre* yang dihadirkan ketika program “*Soundcore*” berlangsung. *Rating* ketika program diisi dengan *genre* Pop lebih rendah dibandingkan saat program diisi dengan *genre* dangdut. Sehingga dari hasil riset tersebut, strategi kreatif yang diterapkan adalah menampilkan program musik “*Soundcore*” dengan lebih banyak musik dengan *genre* dangdut. Sebagaimana hasil wawancara dengan Asisten Produksi sebagai Informan 2:

“tapi dari kemaren eee kita nyoba bintang tamunya pop, itu rating kita rendah, tapi ketika eee bintang tamu kita dangdut itu tuh naik..naik tinggi banget, naik tinggi banget gitu heeh, jadi kayak ternyata penonton Nusantara TV itu lebih suka dangdut, jadi eee untuk sekarang-sekarang ini kita lagi memperbanyak konten dangdut (Aini, Qurrota Reisyah, Hasil Wawancara 6 September 2024)”.

Berikut hasil *rating* program musik *“Soundcore”* sebagai bahan riset dari proses evaluasi sebagaimana hasil observasi peneliti pada tanggal 6 September 2024:

Performa 000s, Rating dan Share on air 06 Sept 2024 (by Daypart)

SLOT	PROGRAM	000's	TVR	Share
02:00:00 - 02:59:59	NTV SPORTS RR	7.311	0.01	0.10
03:00:00 - 03:59:59	NTV ELECTION RR	6.669	0.01	0.19
04:00:00 - 05:03:59	ASHOP RR	6.612	0.01	0.30
05:05:00 - 05:52:59	NTV CRIME RR	8.416	0.01	0.20
06:07:00 - 07:00:59	NTV MORNING	4.536	0.00	0.06
07:02:00 - 07:29:59	CELEBRITY FRESH	5.488	0.00	0.07
07:31:00 - 07:58:59	JELAJAH RASA RR	15.016	0.01	0.18
08:00:00 - 08:57:59	DOH I SEE RR	12.121	0.01	0.13
09:00:00 - 09:54:59	SUPER BOLLYWOOD LIKA LIKU DUA CINTA	13.989	0.01	0.14
10:00:00 - 10:24:59	JELAJAH RASA RR	20.529	0.02	0.19
10:26:00 - 10:54:59	CELEBRITY FRESH RR	24.785	0.02	0.22
11:07:00 - 11:58:59	NTV TODAY	17.841	0.01	0.14
12:00:00 - 13:00:59	SOUNDCORE DANGDUT	20.189	0.02	0.15
13:02:00 - 14:57:59	SUPER BOLLYWOOD MUHIBAH CINTA	10.411	0.01	0.08
15:00:00 - 15:53:59	KOK BISA VIRAL	9.779	0.01	0.09
16:03:00 - 16:58:59	NTV CRIME	13.147	0.01	0.11
17:05:00 - 20:01:59	NTV PRIME	43.125	0.03	0.19
20:08:00 - 21:01:59	NTV ELECTION	9.179	0.01	0.03
21:07:00 - 21:58:59	NTV SPORTS	36.809	0.03	0.15
22:05:00 - 22:59:59	NTV TONIGHT	62.524	0.05	0.37
23:00:00 - 23:58:59	KOK BISA VIRAL RR	12.070	0.01	0.12
24:00:00 - 24:59:59	NTV CRIME RR	8.609	0.01	0.14
25:00:00 - 25:59:59	ASHOP RR	1.588	0.00	0.04

Gambar 4. 8 Rating Program Musik *“Soundcore”*

Sumber: Arsip Data Nusantara TV 2024

Riset yang dilakukan lainnya adalah terkait jam tayang. Jam tayang program musik *“Soundcore”* adalah siang hari tepatnya pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Jam tayang tersebut dikarenakan penonton lebih banyak melakukan aktivitas menonton tv di rumah pada saat siang hari. Proses pengaturan jam tayang diatur oleh divisi *programming*. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 2:

“...Soundcore video klip karna sebelumnya ini Soundcore video klip itu eee apa banyak banget penontonnya di siang hari, jadi yaudah di siang hari, biasanya tapi biasanya untuk jam tayang sendiri itu diatur sama divisi lain, namanya programming, nah

itu dia yang mengatur eee jalur-jalurnya eee jam-jam tayang program, gitu sih (Aini, Qurrota Reisyah, Hasil Wawancara 6 September 2024)”.

Dalam strategi kreatif produksi program “*Soundcore*”, dalam perencanaan atau pra-produksi, NTV juga memerhatikan unsur-unsur kreatif agar program dapat berjalan dengan optimal dan dapat diterima oleh penonton. Adapun unsur-unsur kreatif yang diterapkan pada pra-produksi:

a. Target Penonton

Program musik merupakan program yang universal jadi siapa saja dapat menikmati termasuk berdasarkan jenis kelamin. Namun, NTV merasa dapat mengidentifikasi lebih dalam target penonton berdasarkan usia. Awalnya usia yang dituju pada program musik “*Soundcore*” adalah mulai dari anak-anak remaja sekolah menengah pertama hingga orang dewasa kelahiran 70-an. Alasannya adalah karena kalangan penyuka musik didominasi oleh usia-usia tersebut. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Kalau identifikasinya itu kalau musik itu kan semuanya sebenarnya universal, ya semua masuk. Mau apa namanya, mau perempuan, mau laki-laki cuman biasanya yang orang udah suka musik itu mulai dari, kalau umur tuh mungkin mulai dari smp kali ya, terus sampai orang kelahiran 70-an mungkin masih bisa suka banget dengerin musik (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Berdasarkan tinjauan target penonton tersebut maka program musik “*Soundcore*” menyusun konsep bahwa terdapat 5 segmen. Pada segmen tersebut akan dibagi-bagi terkait pemutaran musik. Untuk segmen 1 hingga 3 biasanya akan diputarkan lagu yang sedang populer, lalu segmen pertengahan akan lagu yang dari 70an, 80an, 90an. Setelah itu akan ditutup kembali dengan lagu-lagu populer. Hal tersebut sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“...ada 5 segmen kan. Jadi misalnya segmen pertama tuh lagu yang dari yang nge hits dulu, yang terbaru sekarang apaan, habis itu sampai ke-2 ke-3 segmen. Sampai segmen selanjutnya pas di tengah-tengah nanti ada segmen untuk lagu yang orang tua misalnya yang lagu tahun seventy eighty ninety gitu, habis. Nanti penutupnya mungkin lagu yang paling baru-baru lagi kayak gitu.. (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Namun, seiring berjalannya waktu karena program musik *“Soundcore”* tidak dapat diunggah ke youtube maupun media sosial karena bentuk penayangannya hanya sebatas kumpulan video klip dilengkapi *caption* dan *voice over* berisi fakta menarik berkaitan dengan lagu tersebut menjadikan target penyiaran program musik *“Soundcore”* hanya dapat di televisi. Setelah meninjau ulang hasil *rating*, program musik *“Soundcore”* sempat mendapatkan *rating* rendah beberapa kali sehingga tim produksi dan kreatif mencari tahu apa yang diinginkan oleh penonton melalui hasil riset ditemukan informasi bahwa penonton lebih menyukai dangdut maka dari itu kita membuat format program sesuai yang diinginkan penonton dengan menyajikan program dangdut di setiap minggunya. Maka dari itu target penonton juga semakin meluas bukan hanya kepada generasi Y dan generasi Z yang sudah jarang menonton televisi, maka dari itu targetnya adalah seluruh generasi karena musik adalah universal. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 2:

“target audiens kita tuh sebenarnya anak-anak jaman sekarang nih yang kayak kita-kita gini, tapi ternyata anak-anak jaman sekarang itu kebanyakan ga nonton TV gitu, jadi kebanyakan para orangtua yang nonton TV, orangtua kan selernya beda ya sama kita ya, dan mereka ternyata lebih suka dangdut gitu, nah balik lagi ke dangdut, akhirnya kita menyesuaikan keinginan dari para penonton Nusantara TV... (Aini, Qurrota Reisyah, Hasil Wawancara 6 September 2024)”.

b. Bahasa Naskah

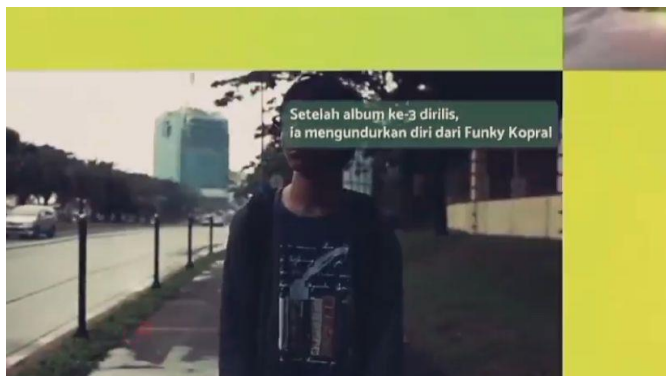
Strategi kreatif produksi program “*Soundcore*” pada penulisan naskah akan dilakukan riset terkait lagu-lagu yang sedang viral beserta penyanyi dan fakta-fakta menarik yang berkaitan. Setelah riset selesai akan dilakukan pemilahan, kemudian tim kreatif akan mengemas dalam bentuk poin-poin dan menggunakan bahasa yang ringkas dan formal. Hal tersebut menjadikan naskah menjadi menarik karena disertai informasi yang baru. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 1 sebagai berikut:

“Biasanya kita memilih lagu-lagu yang lagi viral saat itu juga dan riset penyanyinya yang memiliki fakta menarik dan gak semua orang tau dan itu yang bikin naskah menjadi menarik (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Setelah riset telah dilakukan, proses penulisan naskah menggunakan pendekatan global yakni menggunakan Bahasa Indonesia secara umum, kemudian disisipkan bahasa-bahasa gaul terkini sehingga program menjadi lebih *fresh* di target penonton. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan* sebagai berikut:

“Contoh pendekatannya itu kita lebih ke global, kita bahasanya dengan bahasa umum yang dipake tapi kita juga ada bahasa-bahasa gaul terkini... (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Berikut merupakan contoh dari naskah yang ditayangkan melalui *caption* pada program musik “*Soundcore*” sebagaimana hasil observasi pada tanggal 5 September 2024.



Gambar 4. 9 Naskah Berupa Caption Program Musik “Soundcore”

Sumber: Dokumentasi Peneliti

c. Format Program

Format yang digunakan adalah hiburan yang terdiri dari 5 segmen dan hanya menampilkan video klip lagu disertai penjelasan seputar lagu tersebut. 5 segmen terdiri dari 4 segmen lagu Indonesia, 1 segmen berisikan lagu Barat. Pada dasarnya “Soundcore” hanya membahas video klip yang disertai dengan penjelasan terkait lagu tersebut, mulai dari kapan lagu dibuat, sejarah tentang lagu tersebut, dan seluruh latar belakang lagu tersebut. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Kita kasih tahu di pas lagu itu tayang, ini ada informasi tentang lagu itu tuh itu kan. Kalau format acaranya, format acara hiburan tadi yang 5 segmen satu jam gitu ya. Terus 5 segmen, 4 segmennya lagu Indonesia satu, segmen-segmen terakhir lagu Barat (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Inovasi baru terkait adanya program musik “Soundcore” dangdut tentunya juga akan menyesuaikan. Format dan struktur program ditentukan dari produser yang biasanya didapat ketika sudah melakukan proses *brainstorming* dengan tim-tim “Soundcore”. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 1:

“Format dan Struktur program ditentukan dari Produser. Hal tersebut kita dapet dari hasil brainstorming tim-tim “Soundcore” dengan produser

yang kita buat berupa *Production Book* yang nantinya *production book* dari tiap tim jika ada yang menarik akan diambil dan dikemas dan menghasilkan format yang telah disepakati (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Nusantara TV menyiapkan strategi kreatif pada tahapan praproduksi karena sangat dibutuhkan untuk menghasilkan suatu program musik yang seru. Hal tersebut untuk membuat penonton tidak bosan maka dari itu menghadirkan musik yang universal dengan beragam *genre*. Pemikiran tersebut sesuai oleh pendapat Deska seorang musisi yang menjadi triangulator yang memberikan pernyataan bahwa:

“Kalo menurut gue yang di inginin dari penonton itu konsep acaranya si, konsep acaranya gak boring, gak terlalu monoton jadinya gak bosen, terus masuk beragam genre juga, jadi masyarakat juga tau kalo ga cuma beberapa genre musik aja yang keren. Terus acara yang bisa ngelahirin musisi baru, tapi diisi colab sama musisi” besar di indonesia juga si. Jadi pada saat membuat konsep pra produksi dibutuhkan banget dan harus bener-bener diperhatiin (Rizky, Deska, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Format program mengenai *playlist* lagu yang ditampilkan pada program musik “*Soundcore*” berdasarkan hasil observasi:

EPISODE	SEGMENT 1	SEGMENT 2	SEGMENT 3	SEGMENT 4	TGL TAYANG	VO
1	CINTA LIAR BIRSA - ANDESH KAMALENG DAN - SHELA ONIT SIBIRKA KITA - GOD BLESS		PESAN TERAWIH - LYODORA 11 JANUARI - GIGI			RCA & BMG Starship Aria Records A&A Records EMI Music Indonesia HTS Records Parlophone Epic Iskra Avalon Giant Avala Bene Music Seven Music Creation DAD Entertainment Mvasive Music Café Jam Republic
2	MELUKIS SENJA - BUDI DOREMI SALAM RINDU - TYPE X KANGEN - KEVIN 19	Seventeen Band	PULUS ATAU TERUS - JUDKA PUDAR - ROSSA	MY UNIVERSE - COLDPLAY X BTS RADIOHEAD - CREEP TEARS IN HEAVEN - ERIC CLAPTON		
3	SEBELAH MATA, EFEK RUMAH KACA JENKIN - PAS BAND KARSIKA KAMU - CUMA SATU - NAF	BAHAYA - TIARA ANDINI FT ARSYA WIDIANTO PELAN PELAN SAJA - KOTAK PERTAMA - TIZZI ARTAMELIA	AKAD - PAVUNG TEDUH KENANGAN TERINDAH - SAMSON	STAY - KID LAROI FT JUSTIN BIEBER BOULEVARD OF BROKEN DREAMS - GREEN DAY I DONT WANNA MISS A THING - AEROSMITH		
4	DEM WAKTU - LINGU SETIA - JAKUSTIK ANTARAKALAU DAN DIA - KANGEN BAND	RAMIT - TULUS JANUARI - GLENN FREEDY BUNGA TERAKHIR - BEBI ROMEO	AKAD - PAVUNG TEDUH KENANGAN TERINDAH - SAMSON	STAY - KID LAROI FT JUSTIN BIEBER BOULEVARD OF BROKEN DREAMS - GREEN DAY I DONT WANNA MISS A THING - AEROSMITH		
5	TEN RING RINDU - VIRGA KEKASIH BAWANGAN - CAKRA KHAN TO THE BONE - PAMUNGKAS	SIBERKAS SINAR - WINE ARDILA AKU PATUT MEMBENCI DIA - TERSE I LOVE YOU 3000 - STEPHANE PIRETRI	DEALDIA - OPIK SANDARAN HATI - LETTO FOURTWENTY - ZONA NYAMAN	MY HEART WILL GO ON - CELINE DION GIRLFRIEND - ARIANA GRANDE		
6	I MISS YOU BUT I HATE YOU - SLANK I LOVE YOU BABY - THE CHANGGUTERS PELANGI - BOONERANG	ADA BAND - MANUSA MODOH RAJAK - BENCI BILANG CINTA YALLI - YOKI	TERUSKANLAH - AGNEZ MO CINTA SEJATI - BUNGA CITRA LESTARI	HEAL THE WORLD - MICHAEL JACKSON WITH OR WITHOUT YOU - U2 DYNAMITE - BTS		NOTE: yang dicantumkan di Dian Sals - Dian Dian Shanika Cahya - Pagar Sandi Milya Chera - Cribbit Asia
7	TERBAK KUNTUMU - TIC BAND ROOKER AGA MANJAH - SERIUS BAND HOURNI KAN DAMAKAN HARIBU - CAFFEN X WEDY	KALA CINTA MENGGODA - NOAH SEMPURNA - ANDRA AND THE BACK BONE ASAL KAU BAHAGIA - ARMANA	HAMPA - ARI LASSO SURAT CINTA UNTUK STARLA - VIRGON	ZOMBIE - THE CRANBERRIES THE REASON - HOOBASTANK GIRLS LIKE YOU - MARION 5		
8	COBALAH LINTAS SETA - KRISDAHANTI PAU KEDUA - RASA JADIKAN KAU YANG KEDUA - ASTRID		SUNSET DI TANAH ANAKRI - SID BLACK AMPLIFIER - THE SIGHT MUVVA HUKUM - NAVIGULA	FALL IN LOVE - NIRURANA STARLIGHT - BUZE FADED - ALAN WALKER		
9	GIA - BILI SEPARUH JIWAKU PERGI - ANANG ZOOH PASTI BERTEMU - AFGAN		BUKAN PUANGGA - BASE JAM PAHASA HATI - ELEMINT	SOUL TO SOUL - RED HOT CHILI PAPER NO RAIN - BONO MELON		
10	BILA INDRANGIN IN RASAMU - KERSIPATH SALAH KORBAN	WASH ADA - ELLO TANPA BATAS WAKTU - FADLY PADI	BAKSA KALBU - TITILU HANYA MEMAKU - SHANTY FT MARSEL	SOMEWHERE ONLY WE KNOW - KEANE		

Gambar 4. 10 Format Program Segmen Playlist Lagu

Sumber: Data Arsip Nusantara TV 2024

2. Produksi

Proses produksi atau pada saat pelaksanaan program musik “*Soundcore*” di NTV tidak terlalu banyak memerlukan strategi kreatif karena konsep dan ide sudah disiapkan pada pra-produksi. Pada proses produksi didominasi oleh menampilkan video klip musik beserta informasi menarik sesuai dengan format acara yang dibuat. Maka dari itu proses yang dilakukan tidak terlalu sulit seperti program NTV lainnya. Namun, tetap ada beberapa unsur yang diperhatikan pada proses produksi program musik “*Soundcore*”, antara lain:

a. General Rehearsal (GR)

Pada “*Soundcore*” karena konsepnya program musik yang perlu penekanan untuk GR adalah *briefing* dengan memastikan berkali-kali terkait pemilahan lagu. Pemilahan lagu dianggap krusial karena memengaruhi harmonisasi penayangan “*Soundcore*”. Konsep awal terkait penayangan lagu adalah tidak terlalu kontras seperti sebelumnya pemutaran lagu metal rock, setelah itu langsung berganti menjadi lagu mendayu-dayu. Maka dari itu, persiapan terkait pemilahan lagu dan tes lagu sebelum *on air* sangatlah penting untuk mengharmonisasikan program “*Soundcore*”. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Kalau-kalau dalam “Soundcore” tuh itunya paling pemilihan lagu ya pemilihan lagu itu maksudnya briefing-nya tetap paling lagunya itu jangan yang apa misalnya lagu yang jenis musiknya kenceng gitu misal metal rock gitu terus tiba-tiba nanti ada musiknya yang mendayu-dayu... (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

b. Penataan Artistik

Penataan artistik pada program “*Soundcore*” tidak ada karena program tersebut hanya video klip saja. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Aspek penataan art-nya dimana kan? Mungkin nggak ada sih kalau penataan arsitek karena itu cuma video klip doang (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

c. Musik dan Fashion

Program musik “*Soundcore*” terkait unsur musik merupakan hal yang paling krusial karena menampilkan video klip dari lagu yang besertakan informasi menarik yang sudah dipersiapkan sejak tahapan persiapan atau pra produksi. Sedangkan terkait *fashion* merupakan suatu unsur yang tidak dipersiapkan atau diperhitungkan karena tidak ada tim yang hadir di depan layar. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Musiknya nggak ada kan musiknya udah dari video klip yang kita mau tampilin dan udah dipersiapkan dari pas praproduksi. Terus kalau fashion-nya nggak ada karena pakai terus di rumah (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

d. *Interactive Program*

Pada program musik “*Soundcore*” tidak menampilkan *interactive program* karena hanya terfokus menampilkan video klip beserta penjelasan melalui *caption* dan *voice over*. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Kalau interactive program nggak ada deh, kan nggak ada wawancarakan, video klip aja ini kan video klip sama ditambah orang yang ngejasannya apa, penjelasannya nggak ada video klip, jadi cuman ditambah dengan informasi tentang lagu itu (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

e. Logo dan Musik *Track ID Tune*

Dalam produksi kreatif logo dinilai sangat penting karena mampu memberikan gambaran terkait program. Pada program musik “*Soundcore*” terdiri dari gambar gitar, drum, dan karakter animasi. Tim kreatif dan produksi memilih desain tersebut dikarenakan lebih

kreatif dan bermakna karena pada dasarnya dunia produksi yang kreatif harus mencerminkan kreativitas. Perihal *music track id tune* hanya menyesuaikan dengan susunan video klip yang ditayangkan karena program musik “*Soundcore*” sudah berisi musik sehingga *music id tune* hanya menyesuaikan. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan*:

“Logo dalam dunia produksi yang kreatif, simbol-simbol seperti gitar dan drum lebih mencerminkan kreativitas. Kalo terkait music track id tune karena ini program lagu, ya paling musiknya menyesuaikan aja (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Logo juga terdapat pada tulisan “*Soundcore*” berwarna biru, merah, dan ungu. Logo pada tulisan “*Soundcore*” telah mengalami inovasi desain. Berikut logo pada tulisan “*Soundcore*” yang terbaru dengan desain lebih menggunakan warna yang menyala karena pada dasarnya “*Soundcore*” didominasi oleh warna pastel:



Gambar 4. 11 Logo Program Musik “*Soundcore*” Terbaru

Sumber: Dokumentasi Peneliti

f. Pemanfaatan Teknologi untuk Produksi

Teknologi yang digunakan untuk produksi program musik “*Soundcore*” hanyalah laptop dan internet karena pada program musik “*Soundcore*” untuk melakukan riset dengan menggunakan google dan youtube sebagai alat riset, mencari, dan mengunduh video klip yang akan ditayangkan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 1:

“Kita biasanya dalam pembuatan program “Soundcore” itu, lebih sering menggunakan Youtube dan Internet untuk mencari, riset, dan men-download video klip-klip yang akan ditayangkan (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

g. Tantangan Pembuatan Program

Dalam proses pembuatan program musik *“Soundcore”* sangat dirasakan oleh tim kreatif sebagai pencari lagu beserta informasi yang akan ditayangkan, selama prosesnya tidak jarang ketika melakukan riset atau menemukan lagu yang sedang viral ternyata terdapat unsur kekerasan dan pornografi. Selain itu, tim kreatif sering merasa kesulitan ketika menemukan lagu yang viral dan seru akan tetapi memiliki video klip yang resolusinya rendah. Kedua hal tersebut menjadi kendala terbesar selama proses produksi program musik *“Soundcore”* karena sebenarnya hal tersebut menjadi salah satu resiko, menampilkan video hanya berdasarkan dari youtube dengan sumber video, link, dan penyanyi tercantum. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 1:

“Nah tantangan terbesar gue selama menjadi tim kreatif “Soundcore”, biasanya gue suka kesel dan PR kalo nemu lagu-lagu yang seru dan viral. Tapi video klipnya ada unsur kekerasan dan pornografi, terus sama resolusi video klipnya yang jelek banget, maklum soalnya kita cuma bisa comot dari Youtube aja. Tapi kita tetep cantumin sumbernya kok (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Tantangan terbesar yang dihadapi program musik televisi saat ini adalah masyarakat di zaman sekarang sudah sangat jarang menonton televisi, maka dari itu strategi kreatif dibutuhkan dan diperhatikan tiap detailnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan triangulator:

“Tantangan besar musik televisi itu paling gimana cara ngejual acara tersebut si di karenakan masyarakat juga udah jarang juga yaa yang nonton TV, jadinya gimana produksinya tiap detailnya diperhatiin jadi emang butuh banget strategi kreatif, selain itu marketing komunikasi televisi tersebut ngejual cara musik... (Rizky, Deska, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

3. Pasca Produksi

Pascaproduksi yang diterapkan program musik “*Soundcore*” di NTV merupakan strategi yang menekankan pada *finishing* dan adanya evaluasi. *Finishing* yang dilakukan ada melakukan proses mengedit sesuai dengan konsep dan ide selama praproduksi dan produksi. Berikut strategi pascaproduksi yang diterapkan:

a. *Editing*

Ketika proses produksi telah selesai, maka akan berlanjut ke tahap *editing*. Di NTV proses *editing* menjadi tahapan yang paling mendukung untuk menuangkan segala kreativitas, maka dari itu tidak hanya tim editor yang terlibat dalam proses *editing* tetapi tim kreatif juga terlibat dalam proses ini. Tim kreatif akan berperan menyiapkan *footage-footage*, *script*, dan bahan-bahan yang diperlukan untuk masuk ke tahap *editing*. Bahan-bahan tersebut akan disimpan di hardisk dan diberikan kepada tim editor. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 1:

“Oke, kalo buat *editing* kan emang ada tim editor ya, tapi disini tim kreatif juga punya peran. Jadi tim kreatif bakal siapin *footage-footage*, *skrip* pokoknya bahan-bahan yang diperluin buat masuk ke tahapan *editing*. Setelah bahan-bahannya kumpul, itu nanti digabungin dan dibikin file terus taro di hardisk (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Proses *editing* yang dilakukan adalah memberikan *Tune* dan *Bumper* yang dapat membuat program musik “*Soundcore*” lebih menarik dengan mengkreasikan *tune* dan *bumper* tersebut. *Tune* yang

dipilih adalah berwarna lebih mencolok, tetapi masih masuk ke dalam kategori *soft doff* menyerupai warna pastel. Proses warna untuk bumper dipilih yang menarik karena bumper ditayangkan pada saat awal acara sehingga ketika tayang awal sudah menarik, maka penonton akan menyaksikan program. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan 1*:

“...kalau di “Soundcore” tuh kalau kamu lihat banyak warna nya itu, warna si apa, warna si bumpernya itu, itu kebanyakan pastel kan jadi itu warna-warna yang kekinian. Mungkin agak-agak sedikit kita pilih warna-warna agak ngejreng, tapi ngejreng nya itu soft doff kayak pastel... (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Peneliti juga melakukan observasi pada program musik *“Soundcore”* untuk melihat *bumper* dan *tune* yang digunakan dalam program musik *“Soundcore”*. Berikut hasil observasi peneliti saat menonton tayangan program musik *“Soundcore”* pada tanggal 9 September 2024:



Gambar 4. 12 Kumpulan Bumper Program Musik “Soundcore”

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Hal lain yang diperhatikan saat *editing* adalah ritme dan birama acara. Ritme dan birama pada program musik “*Soundcore*” terfokus pada *voice over* karena program hanya berisikan video klip disertai dengan *voice over* dan *caption* tanpa ada kegiatan *shooting*. Ritme dan birama pada program musik “*Soundcore*” adalah cepat karena ketika disajikan dalam kecepatan lambat dan didominasi oleh orang yang berbicara maka akan lebih terkesan seperti radio. Sedangkan program musik “*Soundcore*” merupakan program televisi yang menyajikan secara audio dan visual. Sebagaimana hasil wawancara dengan *Key Informan 1*:

“Nah ini ritme dan irama kan masuknya vo, jadi kalau vo-nya terus irama acara itu kita speed-nya cepat. Kadang-kadang kalau orang mau cuman dengerin orang ngomong mulu kayak dengerin radio kali ya, tapi ini TV jadi kita bikin orang baca ini tuh cepet aja terus peralihan dari antara lagu satu, ke yang lain itu cepet paling satu paragraf, udah nongol lagi... (Utama, Gunawar, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

b. Evaluasi

Setelah rangkaian produksi program selesai, melakukan evaluasi menjadi hal penting dilakukan karena proses evaluasi menjadi strategi kreatif produksi program untuk meningkatkan mutu program ke depannya. Pada NTV terutama program “*Soundcore*” memiliki indikator keberhasilan bahwa program tersebut sukses atau tidak dengan melihat *rating* dan *share*. Ketika *rating* dan *share* konsisten naik dan selalu bagus maka program tersebut termasuk sukses dan akan terus dilanjutkan, pada “*Soundcore*” sejauh ini dari selama proses awal tayang hingga sekarang untuk *rating*-nya cukup stabil maka dari itu programnya berlanjut. Sebagaimana hasil wawancara dengan informan 1:

“Indikator utamanya dari share dan rating sih, kalo share dan rating-nya naik dan bagus, menurut gue itu sukses sih dan bakal dilanjut (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

c. Inovasi untuk Program Berikutnya

Setelah menemukan hasil evaluasi, tim kreatif akan melakukan riset kembali untuk menemukan inovasi agar program selalu menarik dan relevan. Pada program musik *“Soundcore”* sudah memiliki banyak sekali perubahan karena ada inovasi, mulai dari desain bumper hingga format acara yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya. Program musik *“Soundcore”* inovasi terbaru saat ini adalah menghadirkan langsung penyanyi untuk diwawancarai seputar *update* dunia musik maupun terkait lagu dari penyanyi tersebut. Inovasi tersebut hadir karena didasari oleh kemauan dari produser, tim kreatif, dan seluruh yang terlibat dalam produksi program agar lebih kreatif mengembangkan ide. Salah satu dari tim kreatif tersebut merasa sikap tidak mudah puas dengan yang sudah dibuat menjadikan pacuan untuk selalu melakukan riset agar ada ide baru karena ide itu tidak ada matinya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 1:

“Kalo gue sendiri sih jangan cepet puas dengan apa yang sudah dibuat dan gue biasanya bakalan riset lagi program-program lain dan tentunya program-program baru yang ada supaya bisa menghasilkan ide baru dan inovasi baru sih kalo menurut gue sendiri bgiu, soalnya ide itu gak ada matinya dan sangat liar apa-apa bisa muncul dengan sendirinya (Feris, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

Salah satu inovasi yang telah diterapkan oleh program musik *“Soundcore”* adalah menambahkan *genre* dangdut. Selain itu, program *“Soundcore”* juga memiliki program baru yakni terkait *podcast* seputar musik. Jadi program musik *“Soundcore”* tayang

hanya di televisi Senin s/d Jumat pukul 12.00 – 13.00 WIB sedangkan program *podcast* “*Soundcore*” tayang di youtube dan tv Sabtu dan Minggu pukul 12.00-13.00 WIB. Inovasi tersebut dihadirkan karena *podcast* sedang marak di berbagai platform. NTV sudah memiliki program “*Soundcore*” sehingga dibuat dua jenis program “*Soundcore*” yakni program musik “*Soundcore*” dan program *podcast* “*Soundcore*”. Sebagaimana hasil wawancara dengan Informan 2:

“...kita bikin nih program yang syuting nih gitu, karya kita sendiri gitu loh, terus yaudah teretuslah eee oiya karna saat itu podcast lagi banyak di TV ada, di youtube apalagi, nah yaudah ayo kita bikin eee podcast yang nuasanya musik gitu, apalagi kita udah ada eee program “Soundcore” tinggal kita tambahin aja nih “Soundcore” podcast gitu, yaudah, tapi kita tapingnya di kantor kayak... (Aini, Qurrota Reisyah, Hasil Wawancara 6 September 2024)”.

Inovasi tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan triangulator bahwasannya inovasi dibutuhkan karena sudah banyak acara musik yang tidak tayang di televisi sehingga stasiun televisi disarankan untuk menambah variasi seperti mengadakan *off air* lalu direkam dan menambah jadwal tayang program musik karena zaman sekarang sebagian besar menayangkan program musik hanya di hari-hari tertentu. Sebagaimana hasil wawancara dengan triangulator:

“Saran gue si buat musik televisi, lebih banyak lagi adain acara tersebut karena biar viewers pencinta musik itu bisa naek lagi dan hits lagi, apalagi zaman sekarang udah jarang banget adanya acara musik di televisi, yang dulu bisa setiap hari, sekarang paling cuma ada di spesial hari libur, atau acara ulang tahun, jadi kalah saing sama media sosial yang bisa explore banyak acara musik, apalagi youtube, bahkan ada konten musik off air yang di rekam jadi bervariasi acara di musik digital itu (Rizky, Deska, Hasil Wawancara 8 Juli 2024)”.

4.3 Pembahasan

Pada subbab ini akan membahas hasil data temuan yang telah disebutkan pada subbab 4.2 menggunakan teori-teori yang ada pada Bab II mengenai strategi kreatif produksi program acara televisi dalam pengemasan konten (studi kasus atas program musik “*Soundcore*” di NTV).

Nusantara TV merupakan stasiun televisi yang sedang berkembang menghasilkan beberapa program acara, salah satunya adalah program hiburan yang berupa musik yaitu program musik “*Soundcore*”. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Soares, 2015) bahwa tiap stasiun televisi memiliki dua jenis program yaitu informasi (*hard news* dan *soft news*) dan hiburan (musik, drama permainan, dan pertunjukan).

Di era globalisasi yang kompetitif, Nusantara TV menyiapkan strategi untuk mencapai visi yakni menjadi perusahaan yang dibanggakan oleh bangsa dan diakui secara Internasional. Nusantara TV membuat perencanaan dengan optimal agar memberikan program menarik dan mempertahankan minat penonton sehingga mampu berkompetisi di era globalisasi ini. Hal tersebut sesuai yang dikemukakan oleh (Hidajanto et.al, 2011) bahwa dalam industri penyiaran membutuhkan strategi untuk mendapatkan perhatian audiens.

Berdasarkan hasil temuan peneliti, program musik “*Soundcore*” menerapkan strategi kreatif produksi program dalam pengemasan konten terdiri dari: praproduksi untuk menekankan konsep perencanaan ide, produksi yakni penerapan ide dan gagasan pada saat praproduksi termasuk melakukan pemeriksaan ulang video klip yang akan ditampilkan, dan pascaproduksi untuk proses mengedit serta melakukan tinjauan kembali berdasarkan *rating* dan *share* agar menghasilkan inovasi. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Morissan, 2020) dan (Orlebar, 2002). Namun jika ditinjau lebih dalam, strategi kreatif produksi program penelitian ini lebih sesuai dengan yang dikemukakan oleh Morissan karena terdiri dari praproduksi untuk menekankan ide dan konsep, produksi yaitu kegiatan yang berupa proses *shooting* atau pemeriksaan ulang konten, dan

pascaproduksi untuk mengedit dan evaluasi. Sedangkan menurut Orlebar, praproduksi untuk menyiapkan seluruh aspek termasuk ide dan informasi, produksi untuk melakukan *shooting*, dan pascaproduksi yang menggunakan teknologi digital untuk mengedit. Perbedaannya terdapat pada strategi proses produksi, pada Morissan strategi proses produksi program dapat berupa *shooting* atau animasi atau pengemasan konten yang sudah ada, sedangkan pada Orlebar hanya memfokuskan hanya untuk program yang melibatkan *shooting* karena menjabarkan secara rinci terkait pengambilan gambar, penataan cahaya, pengaturan *microphone*, dan lain sebagainya. Sedangkan dalam program musik "*Soundcore*" tidak ada proses *shooting* karena hanya mengemas berbagai video klip yang akan ditampilkan. Berikut penjelasan lebih lanjut:

1. Praproduksi

Praproduksi pada program musik "*Soundcore*" dengan menentukan ide dan konsep. Konsep awal program musik "*Soundcore*" adalah terinspirasi dari program MTV yang dikembangkan hingga akhirnya hadir ide dan konsep menampilkan video klip dari lagu terbaru yang disertai informasi menarik. Ide dan konsep tersebut didasari oleh hasil riset dengan meninjau keinginan masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Morissan, 2020) bahwa praproduksi adalah menekankan konsep perencanaan dengan menentukan konsep dan ide.

Konsep dan ide tersebut dioptimalkan dengan melakukan riset untuk mengetahui program yang diinginkan oleh masyarakat. Program musik "*Soundcore*" melakukan riset terkait target penonton yang ternyata tujuan Nusantara TV adalah untuk semua generasi atau universal, maka dari itu format programnya dibuat berbagai genre agar semua usia memiliki keinginannya masing-masing dan program musik "*Soundcore*" menjadi yang dinantikan, dengan demikian bahasa naskahnya menyesuaikan dengan menggunakan bahasa umum dihiasi dengan bahasa gaul yang mudah dimengerti. Elemen yang ada di

praproduksi adalah target penonton, format program, dan bahasa naskah.

2. Produksi

Produksi pada program musik “*Soundcore*” dengan strategi yang dilakukan adalah meninjau kembali bahan atau video klip beserta *caption* yang akan ditayangkan. Video klip yang telah disiapkan selama proses praproduksi akan diproses pada saat produksi. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Morissan, 2020) bahwa pada tahap produksi dilakukannya pemastian ulang dan pengimplentasian konsep pada saat praproduksi. Dalam tahap produksi dilakukannya *general reheasal* sebagai bentuk pengecekan kembali kumpulan video klip yang sudah disiapkan dengan melakukan *briefing*, kemudian musik menyesuaikan dengan video klip yang tayang, serta logo berupa gitar dan drum. Teknologi yang digunakan pada produksi program “*Soundcore*” sangatlah sederhana hanya menggunakan laptop dan internet.

Tantangan dalam pembuatan produksi program adalah ditemukannya video klip yang viral akan tetapi resolusi kurang, serta mengandung unsur kekerasan atau pornografi. Dalam hal ini Nusantara TV mengamalkan Undang-Undang No.32 Tahun 2002 pada pasal 36 ayat 1 yang menyatakan bahwa isi siaran wajib mengandung informasi, pendidikan, hiburan, dan manfaat untuk pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga persatuan dan kesatuan, dan nilai-nilai agama dan budaya Indonesia, sehingga ketika ada unsur yang menyebabkan pengaruh negatif tidak akan ditayangkan oleh Nusantara TV.

3. Pascaproduksi

Pascaproduksi dilakukan dengan proses mengedit kumpulan bahan yang telah disiapkan. Pada aspek pascaproduksi seluruh kreativitas dituangkan. Proses edit terdiri dari *bumper* dan *color tune* dengan warna

soft doff menyerupai warna pastel. Selain proses editor dilakukan juga mengevaluasi program berdasarkan hasil yang sudah jadi serta *rating dan share* program musik sebelumnya agar menentukan inovasi baru program.

Dalam tiga proses tersebut terdapat elemen strategi kreatif sebagaimana teori Naratama (2004) sesuai dengan 13 elemen strategi kreatif Naratama (2004) yang terdiri dari: target penonton, bahasa naskah, format program, *punching line*, *gimmick funfare*, *clip hanger*, *tune and bumper*, penataan artistik, musik dan fashion, ritme dan birama acara, logo dan musik *track* untuk *id tune*, *general rehearsal* dan *interactive program*. Namun pada proses praproduksi hanya terdapat elemen strategi kreatif Naratama (2004) yang terdiri dari target penonton, bahasa naskah, dan format program. Pada tahap produksi hanya terdiri dari *general rehearsal*, logo dan musik. Pada pasca produksi terdiri dari *bumper and tune*.

Tujuan adanya strategi kreatif produksi program musik "*Soundcore*", selain untuk menarik minat penonton, mempertahankan program, dan memberikan hiburan. Akan tetapi juga untuk menyampaikan komunikasi kepada khalayak terhadap informasi mengenai lagu tersebut melalui televisi. Hal ini sesuai dengan tujuan komunikasi massa yang dikemukakan oleh (Mamdud, 2019)