

## STRATEGI KREATIF PRODUKSI PROGRAM ACARA MUSIK DI TELEVISI MELALUI PENGEMASAN KONTEN (Studi Kasus Atas Program Musik “Soundcore” di Nusantara TV)

Nuraeni<sup>1</sup>, Amin Shabana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta  
Jl. KH. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan 15419.

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: May 2025

Revised: May 2025

Accepted: May 2025

Available online

Korespondensi: Email:

<sup>1</sup>[rainung22@gmail.com](mailto:rainung22@gmail.com)

<sup>2</sup>[amin.shabana@umj.ac.id](mailto:amin.shabana@umj.ac.id)



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

### Abstrak

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi digital, stasiun televisi menghadapi tantangan dalam mempertahankan pemirsa mereka. Banyak program televisi, termasuk program musik, mengalami penurunan popularitas seiring dengan berkembangnya media digital seperti YouTube dan layanan streaming lainnya. Namun, Nusantara TV dengan program musik "Soundcore" mampu bertahan dan tetap menarik minat pemirsa melalui penerapan strategi kreatif dalam produksi program. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kreatif yang diterapkan dalam produksi program "Soundcore" di Nusantara TV, terutama dalam tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kreatif yang diterapkan mencakup inovasi dalam pengemasan konten, pemilihan format acara, dan penggunaan elemen visual yang menarik. Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa strategi kreatif yang efektif berperan penting dalam mempertahankan daya tarik program musik di televisi, meskipun dihadapkan pada persaingan ketat dengan platform digital.

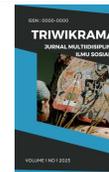
**Kata Kunci:** Program Musik, Strategi Kreatif, Produksi Televisi, Nusantara TV, Soundcore

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Televisi telah menjadi salah satu media massa yang paling berpengaruh sejak diperkenalkan pertama kali pada tahun 1962 di Indonesia. Televisi sebagai media komunikasi massa memiliki kemampuan yang unik dalam menyampaikan pesan visual dan audio kepada khalayak luas. Meskipun demikian, dengan berkembangnya teknologi internet dan layanan streaming, televisi kini menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan pemirsa, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih platform digital untuk mengakses konten hiburan. Salah satu jenis program yang mengalami penurunan minat adalah program musik, meskipun pada masa kejayaannya, program musik sangat populer di kalangan pemirsa.

Program "Soundcore" yang disiarkan di Nusantara TV merupakan salah satu program musik yang berhasil bertahan di tengah tantangan tersebut. Program ini mampu mempertahankan daya tariknya melalui strategi kreatif yang diterapkan dalam proses produksi, dari praproduksi hingga pascaproduksi. Program ini tidak hanya menampilkan video klip musik, tetapi juga mengemas acara dengan cara yang inovatif, seperti menampilkan fakta-fakta menarik di balik lagu-lagu populer serta melibatkan audiens dalam pemilihan lagu dan



penyampaian salam kepada para musisi.

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana strategi kreatif diterapkan dalam produksi program "Soundcore" di Nusantara TV. Dengan semakin banyaknya platform digital yang menyediakan konten musik, penting untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memungkinkan program ini tetap menarik bagi pemirsa televisi.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini difokuskan pada pertanyaan utama, yaitu:

1. Bagaimana strategi kreatif produksi program "Soundcore" di Nusantara TV dalam pengemasan konten musik?
2. Bagaimana proses praproduksi, produksi, dan pascaproduksi dijalankan untuk mempertahankan kualitas dan daya tarik program?
3. Apa peran produser dalam mengelola elemen-elemen kreatif selama proses produksi program musik ini?

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa untuk menjangkau audiens yang luas. Menurut Defleur dan McQuail (2011), komunikasi massa melibatkan penyampaian pesan kepada audiens heterogen yang tersebar secara luas, biasanya menggunakan media seperti televisi, radio, dan internet. Dalam konteks ini, televisi memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat luas. Televisi adalah salah satu media komunikasi massa yang paling efektif karena kemampuannya menggabungkan elemen visual dan audio untuk menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi pemirsa.

### **Televisi Berlangganan**

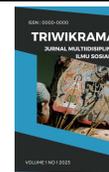
Televisi berlangganan menawarkan konten eksklusif yang tidak tersedia di televisi gratis, dan Nusantara TV memanfaatkan platform ini untuk menarik pemirsa yang mencari konten berkualitas tinggi. Menurut Morissan (2020), televisi berlangganan menjadi solusi bagi stasiun televisi untuk tetap kompetitif di tengah berkembangnya layanan streaming digital. Program seperti "Soundcore" menggunakan platform ini untuk menjangkau segmen pemirsa yang lebih spesifik dengan konten musik yang dipilih secara selektif dan disajikan dengan cara yang menarik.

### **Program Musik**

Program musik memiliki fungsi penting dalam mempromosikan musisi dan karya musik mereka kepada audiens yang lebih luas. Menurut Hofstede (1999), program musik di televisi tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga membangun hubungan emosional antara musisi dan penggemarnya. Namun, dengan munculnya platform digital, program musik di televisi harus berinovasi untuk mempertahankan relevansinya. Program seperti "Soundcore" menghadirkan musik populer dengan cara yang unik, termasuk menampilkan fakta-fakta menarik tentang lagu yang diputarkan dan melibatkan audiens dalam pengambilan keputusan.

### **Peran Produser**

Produser memainkan peran kunci dalam keberhasilan produksi program televisi. Menurut Morissan (2020), produser bertanggung jawab atas setiap tahap produksi, mulai dari perencanaan awal (praproduksi), pelaksanaan produksi, hingga pengeditan akhir dan evaluasi (pascaproduksi). Produser harus memiliki keterampilan manajerial dan kreatif untuk



memastikan bahwa program yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan selera audiens.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus karena pendekatan kualitatif ini cocok untuk mengkaji strategi produksi program musik televisi dalam pengemasan konten secara mendalam. Pendekatan kualitatif ini juga dapat mengkaji Strategi Kreatif Produksi Program Acara Musik di Televisi Melalui Pengemasan Konten.

### **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **Proses Pra Produksi**

Pada tahap praproduksi, tim produksi program "Soundcore" melakukan riset tren musik dan menentukan konsep program. Produser berperan dalam menyusun segmentasi acara yang melibatkan pemutaran video klip, interaksi media sosial, dan fakta menarik tentang lagu. Pengaturan set dan pencahayaan disiapkan untuk menciptakan suasana modern dan segar.

Konsep program "Soundcore" didesain agar tidak hanya menampilkan video klip musik, tetapi juga memberikan informasi tambahan yang menarik, seperti fakta-fakta unik di balik proses pembuatan lagu, latar belakang artis, dan cerita di balik lirik lagu. Produser bertanggung jawab untuk menyusun segmentasi acara, yang meliputi pemutaran video klip, interaksi dengan pemirsa melalui media sosial, dan wawancara dengan artis. Segmen-segmen ini dirancang dengan tujuan menjaga dinamika acara agar tidak membosankan bagi penonton. Segmentasi ini juga memungkinkan audiens untuk terlibat secara langsung dalam pemilihan lagu yang akan diputarkan, menciptakan interaksi dua arah yang lebih personal antara program dan pemirsa.

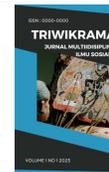
Selain itu, dalam tahap ini produser bertanggung jawab atas penyusunan anggaran produksi. Hal ini mencakup perencanaan biaya untuk setiap elemen produksi, termasuk biaya sewa peralatan, honorarium kru dan artis, serta biaya operasional lainnya. Produser harus memastikan bahwa semua kebutuhan produksi dapat dipenuhi tanpa melebihi batas anggaran yang telah ditetapkan. Untuk mengatasi keterbatasan anggaran, produser terkadang melakukan negosiasi dengan artis atau vendor terkait, agar tetap dapat menghadirkan konten yang berkualitas dengan biaya yang efisien.

#### **Proses Produksi**

Pada tahap produksi, syuting dilakukan di studio dengan tim produksi mengelola pencahayaan, audio, dan kamera. Produser mengawasi jalannya acara untuk memastikan semua elemen teknis dan kreatif berjalan sesuai rencana. Kamera mengambil gambar dinamis, pencahayaan disesuaikan dengan tema musik, dan audio diatur untuk menjaga kualitas suara. Produser bertindak cepat jika terjadi masalah selama produksi.

Proses produksi juga melibatkan pengelolaan suara, termasuk kualitas audio dari video klip yang diputarkan dan suara pembawa acara. Teknisi audio memastikan bahwa setiap elemen audio berjalan dengan baik, sehingga pemirsa dapat menikmati kualitas suara yang jernih dan tidak terganggu oleh kebisingan dari luar studio. Penggunaan mikrofon, pengaturan volume, dan pengeditan suara dilakukan secara real-time untuk menjaga kualitas audio selama program berlangsung.

Selama proses produksi, produser terus memantau jalannya acara dari ruang kontrol. Produser memberikan arahan kepada pembawa acara dan kru teknis melalui komunikasi langsung, memastikan bahwa setiap segmen berjalan sesuai dengan skrip dan rencana yang telah disusun. Produser juga bertanggung jawab untuk mengambil keputusan cepat jika terjadi masalah teknis atau jika ada perubahan yang diperlukan selama produksi berlangsung.



Fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi produser sangat penting dalam memastikan bahwa acara tetap berjalan lancar meskipun menghadapi tantangan di lapangan.

### **Proses Pasca Produksi**

Tahap pascaproduksi melibatkan penyuntingan video dan audio, penambahan efek visual, serta penyelarasan konten agar sesuai dengan segmentasi acara. Produser dan editor bekerja sama untuk memastikan alur program berjalan lancar. Efek visual dan informasi tambahan seperti fakta tentang artis atau lagu ditambahkan untuk memperkaya konten. Setelah penyuntingan selesai, dilakukan evaluasi akhir sebelum program disiarkan. Umpan balik dari audiens juga dianalisis untuk pengembangan program di masa depan.

Setelah proses penyuntingan selesai, produser dan tim evaluasi melakukan pengecekan akhir terhadap program. Mereka meninjau hasil akhir dari setiap segmen program, memastikan bahwa semua elemen teknis dan kreatif telah memenuhi standar yang ditetapkan. Produser bertanggung jawab untuk memberikan persetujuan akhir sebelum program disiarkan kepada publik. Jika ditemukan kekurangan atau masalah teknis, maka tim produksi akan kembali memperbaiki hasilnya sebelum program benar-benar siap untuk ditayangkan. Proses evaluasi juga melibatkan analisis terhadap tanggapan audiens setelah program disiarkan. Tim produksi mengumpulkan data dari media sosial dan platform digital untuk memahami bagaimana audiens merespons konten yang disajikan. Informasi ini kemudian digunakan untuk memperbaiki dan mengembangkan konsep program ke depannya, sehingga "Soundcore" dapat terus menarik minat audiens dan tetap relevan di tengah persaingan dengan media digital lainnya.

## **5. PENUTUP**

### **Kesimpulan**

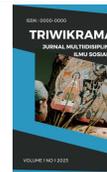
Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kreatif yang diterapkan dalam produksi program "Soundcore" di Nusantara TV memiliki peran penting dalam menjaga keberhasilan dan daya tarik program di tengah persaingan dengan platform digital. Pada tahap praproduksi, produser dan tim produksi melakukan riset mendalam untuk merancang konsep acara yang tidak hanya menarik tetapi juga relevan dengan tren musik yang berkembang. Pengaturan set dan pencahayaan yang kreatif serta segmentasi acara yang interaktif berhasil menjaga minat audiens.

Tahap produksi berjalan lancar dengan koordinasi antara produser, kameramen, teknisi audio, dan kru pencahayaan untuk menghasilkan kualitas visual dan audio yang optimal. Pencahayaan disesuaikan dengan tema musik, sementara produser terus mengarahkan tim untuk memastikan setiap elemen bekerja sesuai rencana.

Tahap pascaproduksi melibatkan proses editing yang cermat untuk memastikan hasil akhir program sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Penambahan efek visual dan informasi menarik menjadi nilai tambah dalam meningkatkan pengalaman menonton pemirsa. Hasil akhir program juga dievaluasi untuk mendapatkan masukan dari audiens dan digunakan sebagai dasar untuk pengembangan program ke depannya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, Produser televisi perlu terus berinovasi dalam pengemasan konten, meningkatkan interaksi dengan penonton melalui media sosial, mengikuti perkembangan teknologi, dan memastikan kualitas teknis yang tinggi untuk mempertahankan relevansi dan popularitas program."



## DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, M. (2014). *Perkembangan Televisi dan Dampaknya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Defleur, M., & McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Effendy, O. U. (2019). *Komunikasi Massa: Suatu Studi Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gushevinalti, V. et al. (2020). *Dampak Media Massa Terhadap Perilaku Audiens*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, A. (2021). *Komunikasi dan Media Penyiaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hofstede, G. (1999). *Televisi dan Perkembangan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ingratubun, S. (2021). *Produksi Program Televisi: Sebuah Panduan*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Kustiawan, A., et al. (2022). *Teori dan Praktik Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2020). *Strategi Kreatif Produksi Program Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Morissan. (2018). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Rohman, F., & Retnasary, R. (2020). *Efek Media Massa pada Perilaku Audiens*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sutisno, B. (1993). *Pengantar Penyiaran Televisi*. Jakarta: Gramedia.
- Wibowo, F. (2007). *Kreativitas dalam Produksi Program Televisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.