

# LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Nama** : Alfath Maulana

**Tempat/Tanggal Lahir** : Bekasi, 28 Juli 1996

**Jenis Kelamin** : Pria

**Agama** : Islam

**Status** : Belum Menikah

**Alamat Rumah** : Perumahan JatiMulya Jl.Jati 4 blok h  
138

**HP** : +6281298765985

**Email** :alfathmaulana229@gmail.com

## TENTANG SAYA

Saya adalah seorang mahasiswa .  
Lahir di Bekasi, 28 Juli 1996. Hobi  
saya adalah berkumpul bersama  
teman dan bermain game, saya juga  
hobi membaca komik dan  
bernyanyi.

## Pendidik Formal

- I. 2014 - Sekarang: Universitas Mercu Buana Kranggan  
Kampus D
- II. 2011 - 2014: SMAN 5 TAMBUN SELATAN
- III. 2008 - 2011: SMP AL-AZHAR SYIFA BUDI  
LEGENDA
- IV. 2002 - 2008: SDIT NURUL ILMI

## PENGALAMAN BERORGANISASI



Jl. Jati IV Blok H  
138, Bekasi Timur, Tambun  
selatan



Alfathmaulana229@gmail.  
com



081298765985

- I. Ke Anggotaan OSIS Bidang Olahraga(2009)**
- II. Panitia Event Grestal Damashi bagian Sponsorship(2013)**
- III. Panitia acara Seminar Universitas Mercu Buana Movie Festival Season I & II**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

### Konser Energi Asia

DAFTAR ISI

1. PENDAHULUAN

2. PEMBAHASAN

3. PENUTUP

4. DAFTAR PUSTAKA

5. LAMPIRAN

6. DAFTAR ISI

7. DAFTAR ISI

8. DAFTAR ISI

9. DAFTAR ISI

10. DAFTAR ISI

11. DAFTAR ISI

12. DAFTAR ISI

13. DAFTAR ISI

14. DAFTAR ISI

15. DAFTAR ISI

16. DAFTAR ISI

17. DAFTAR ISI

18. DAFTAR ISI

19. DAFTAR ISI

20. DAFTAR ISI

21. DAFTAR ISI

22. DAFTAR ISI

23. DAFTAR ISI

24. DAFTAR ISI

25. DAFTAR ISI

26. DAFTAR ISI

27. DAFTAR ISI

28. DAFTAR ISI

29. DAFTAR ISI

30. DAFTAR ISI

31. DAFTAR ISI

32. DAFTAR ISI

33. DAFTAR ISI

34. DAFTAR ISI

35. DAFTAR ISI

36. DAFTAR ISI

37. DAFTAR ISI

38. DAFTAR ISI

39. DAFTAR ISI

40. DAFTAR ISI

41. DAFTAR ISI

42. DAFTAR ISI

43. DAFTAR ISI

44. DAFTAR ISI

45. DAFTAR ISI

46. DAFTAR ISI

47. DAFTAR ISI

48. DAFTAR ISI

49. DAFTAR ISI

50. DAFTAR ISI

51. DAFTAR ISI

52. DAFTAR ISI

53. DAFTAR ISI

54. DAFTAR ISI

55. DAFTAR ISI

56. DAFTAR ISI

57. DAFTAR ISI

58. DAFTAR ISI

59. DAFTAR ISI

60. DAFTAR ISI

61. DAFTAR ISI

62. DAFTAR ISI

63. DAFTAR ISI

64. DAFTAR ISI

65. DAFTAR ISI

66. DAFTAR ISI

67. DAFTAR ISI

68. DAFTAR ISI

69. DAFTAR ISI

70. DAFTAR ISI

71. DAFTAR ISI

72. DAFTAR ISI

73. DAFTAR ISI

74. DAFTAR ISI

75. DAFTAR ISI

76. DAFTAR ISI

77. DAFTAR ISI

78. DAFTAR ISI

79. DAFTAR ISI

80. DAFTAR ISI

81. DAFTAR ISI

82. DAFTAR ISI

83. DAFTAR ISI

84. DAFTAR ISI

85. DAFTAR ISI

86. DAFTAR ISI

87. DAFTAR ISI

88. DAFTAR ISI

89. DAFTAR ISI

90. DAFTAR ISI

91. DAFTAR ISI

92. DAFTAR ISI

93. DAFTAR ISI

94. DAFTAR ISI

95. DAFTAR ISI

96. DAFTAR ISI

97. DAFTAR ISI

98. DAFTAR ISI

99. DAFTAR ISI

100. DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

1. PENDAHULUAN

2. PEMBAHASAN

3. PENUTUP

4. DAFTAR PUSTAKA

5. LAMPIRAN

6. DAFTAR ISI

7. DAFTAR ISI

8. DAFTAR ISI

9. DAFTAR ISI

10. DAFTAR ISI

11. DAFTAR ISI

12. DAFTAR ISI

13. DAFTAR ISI

14. DAFTAR ISI

15. DAFTAR ISI

16. DAFTAR ISI

17. DAFTAR ISI

18. DAFTAR ISI

19. DAFTAR ISI

20. DAFTAR ISI

21. DAFTAR ISI

22. DAFTAR ISI

23. DAFTAR ISI

24. DAFTAR ISI

25. DAFTAR ISI

26. DAFTAR ISI

27. DAFTAR ISI

28. DAFTAR ISI

29. DAFTAR ISI

30. DAFTAR ISI

31. DAFTAR ISI

32. DAFTAR ISI

33. DAFTAR ISI

34. DAFTAR ISI

35. DAFTAR ISI

36. DAFTAR ISI

37. DAFTAR ISI

38. DAFTAR ISI

39. DAFTAR ISI

40. DAFTAR ISI

41. DAFTAR ISI

42. DAFTAR ISI

43. DAFTAR ISI

44. DAFTAR ISI

45. DAFTAR ISI

46. DAFTAR ISI

47. DAFTAR ISI

48. DAFTAR ISI

49. DAFTAR ISI

50. DAFTAR ISI

51. DAFTAR ISI

52. DAFTAR ISI

53. DAFTAR ISI

54. DAFTAR ISI

55. DAFTAR ISI

56. DAFTAR ISI

57. DAFTAR ISI

58. DAFTAR ISI

59. DAFTAR ISI

60. DAFTAR ISI

61. DAFTAR ISI

62. DAFTAR ISI

63. DAFTAR ISI

64. DAFTAR ISI

65. DAFTAR ISI

66. DAFTAR ISI

67. DAFTAR ISI

68. DAFTAR ISI

69. DAFTAR ISI

70. DAFTAR ISI

71. DAFTAR ISI

72. DAFTAR ISI

73. DAFTAR ISI

74. DAFTAR ISI

75. DAFTAR ISI

76. DAFTAR ISI

77. DAFTAR ISI

78. DAFTAR ISI

79. DAFTAR ISI

80. DAFTAR ISI

81. DAFTAR ISI

82. DAFTAR ISI

83. DAFTAR ISI

84. DAFTAR ISI

85. DAFTAR ISI

86. DAFTAR ISI

87. DAFTAR ISI

88. DAFTAR ISI

89. DAFTAR ISI

90. DAFTAR ISI

91. DAFTAR ISI

92. DAFTAR ISI

93. DAFTAR ISI

94. DAFTAR ISI

95. DAFTAR ISI

96. DAFTAR ISI

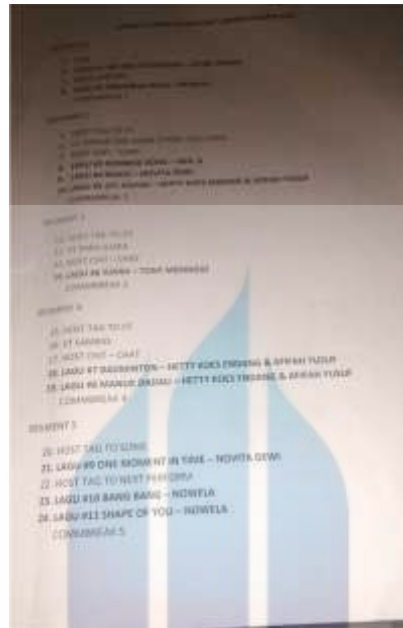
97. DAFTAR ISI

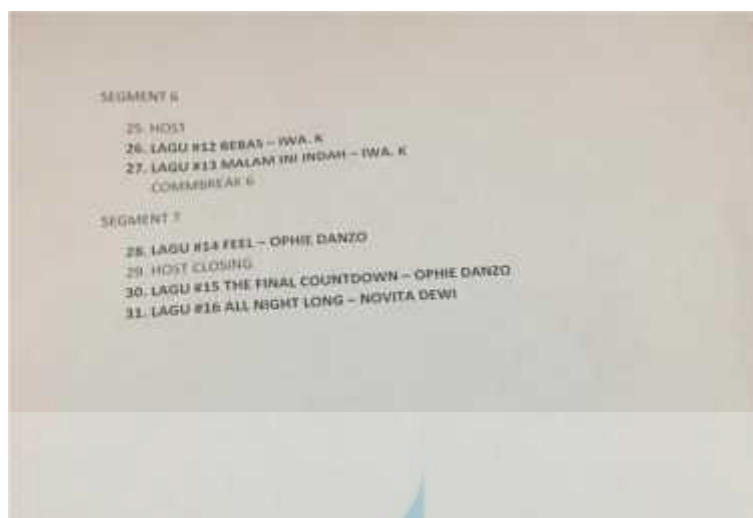
98. DAFTAR ISI

99. DAFTAR ISI

100. DAFTAR ISI

## List Song Konser Energi Asia





## Rundown Konser Demokrasi





UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## 4.2.1 Rundown Program

**DAFTAR LAGU MEMORIMELODI, 15 JUNI 2018.**

No	JAM/DURASI	LAGU
1	20.00.15 / 05.00	LAGU #1 WE ARE THE CHAMPIONS CIPT: QUEEN
2	20:05:15/0 03.00	HOST OPENING : RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
3	20:08:15 / 05.00	LAGU #2 INDONESIA JAYA CIPT : CHAKEN M
4	20:13:15 / 02.00	BUMPER OUT - COMMERCIAL BREAK - BUMPER IN / SEGMENT 2
5	20:15:15 / 02.00	HOST TAG TO VT : RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
6	20:21:15 / 05.00	LAGU #3 NOMBOK DONG CIPT : IWA K
7.	20:26:15 / 05.00	LAGU #4 REACH DIPOP : GLORIA ESTEFAN
8.	20:31:15 / 05.00	LAGU #5 SITI AISYAH DIPOP : ALOYSIUS RIYANTO
9.	20:36:15 / 02.00	BUMPER OUT - COMMERCIAL BREAK - BUMPER IN / SEGMENT 3
10.	20:38:15 / 02.00	HOST TAG TO VT : RONNY SIANTURI

		& ASTI ASHA
11.	20:42:15 / 04.00	HOST CHIT- CHAT: RONNY SIANTURI & ASTI ASHA + Bpk. UTUT ADIANTO, MARLINDA SAMPURNO,EMMA TAHAPARY, TONY MERINGGI
12.	20:46:15 / 05.00	LAGU #6 JUARA CIPT : TONY MERINGGI
13.	20:51:15 / 05.00	LAGU #7 WAKTU HUJAN SORE SORE CIPT : EMMA TAHAPARY
14.	20:56:15 / 02.00	BUMPER OUT - COMMERCIAL BREAK - BUMPER IN / SEGMENT 4
15.	20:58:15 / 02:00	HOST TAG TO VT: RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
16.	21:02:15 / 04:00	HOST CHIT- CHAT : RONNY SIANTURI & ASTI ASHA DAN MAC SOPACUA
17.	21:06:15 / 05.00	LAGU #8 BADMINTON CIPT : MANG KOKO
18	21:11:15 / 05.00	LAGU #9 MANUK DADALI CIPT : SAMBAS
19.	21:16:15 / 02.00	BUMPER OUT - COMMERCIAL BREAK - BUMPER IN / SEGMENT 5

20.	21:18:15 / 02.00	HOST : RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
21	21:20:15 / 05.00	LAGU #10 ONE MOMENT IN TIME DIPOP : WHITNEY HOUSTON
22.	21:25:15 / 05.00	HOST: RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
23.	21:30:15 / 05.00	LAGU #11 BANG BANG DIPOP : JESSIE J
24	21:35:15 / 05.00	LAGU #12 SHAPE OF YOU DIPOP : ED SHEERAN
25.	21:40:15 / 02.00	BUMPER OUT - COMMERCIAL BREAK - BUMPER IN / SEGMENT 6
26.	21:42:15 / 02.00	HOST : RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
27.	21:44:15 / 05.00	LAGU #13 BEBAS LEPAS CIPT : IWA. K
28.	21:49:15 / 05.00	LAGU #14 MALAM INI INDAH CIPT : IWA. K
29	21:54:15 / 02.00	BUMPER OUT - COMMERCIAL BREAK - BUMPER IN / SEGMENT 7
30	21:56:15 / 05.00	LAGU #15 FEEL CIPT : ROBBIE WILLIAM

31.	22:01:15 /01.00	HOST CLOSING : RONNY SIANTURI & ASTI ASHA
32.	22:01:15 / 05.00	LAGU #16 THE FINAL COUNTDOWN CIPT : EUROPE/ JOEY TEMPEST
33.	22:06:15 / 05.00	LAGU #17 ALL NIGHT LONG CIPT: LIONEL RICHIE



## PANDUAN WAWANCARA

Hari/Tanggal : Selasa, 31 Juli 2018

Waktu : 13.22

Lokasi : LPP TVRI,Ruangan Divisi Musik

Narasumber : Deddy Suryana

Jabatan : Produser

### **Produser.**

1. Apa latar belakang program MemoriMelodi?
2. Apa yang membedakan program MemoriMelodi dan program sejenis lain nya?
3. Apa keunggulan program Memorimelodi?
4. Apa tujuan dari pembuatan program Memorimelodi?
5. Strategi apa yang di pakai oleh produser untuk tetap mempertahankan eksistensi program Memorimelodi?
6. Bagaimana dengan segmentasi dan target penonton program Memorimelodi?
7. 7Strategi seperti apa yang akan di lakukan oleh produser jika rating dari program Memorimelodi mengalami penurunan?
8. Apakah dari awal program Memorimelodi tayang sampai saat ini ada perubahan atau tidak?
9. Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?

10. Bagaimana cara menentukan tema program memori melodi? Dan apa kesulitannya?
11. Apa tugas dari produser itu sendiri?



Hari/Tanggal : Selasa, 31 Juli 2018

Waktu : 14.46

Lokasi : LPP TVRI,Ruangan Divisi Musik

Narasumber : Humaidi

Jabatan : Program Director

### **Program Director**

- 1) Apa latar belakang program MemoriMelodi?
- 2) Apa yang membedakan program MemoriMelodi dan program sejenis lain nya?
- 3) Apa keunggulan program Memorimelodi?
- 4) Apa tujuan dari pembuatan program Memorimelodi?
- 5) Strategi apa yang di pakai untuk tetap mempertahankan eksistensi program Memorimelodi?
- 6) Bagaimana dengan segmentasi dan target penonton program Memorimelodi?
- 7) Apa tugas dari program Director?
- 8) Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?
- 9) Bagaimana cara menentukan tema program memorimelodi?Dan apa kesulitan nya?
- 10) Strategi jika rating turun?

Hari/Tanggal : Selasa, 1 Agustus 2018

Waktu : 17.12

Lokasi : LPP TVRI,Ruangan Divisi Musik

Narasumber : Anggita Purie

Jabatan : Floor Director

### **Floor Director**

1. Apa latar belakang program MemoriMelodi?
2. Apa yang membedakan program MemoriMelodi dan program sejenis lain nya?
3. Apa keunggulan program Memorimelodi?
4. Apa tujuan dari pembuatan program Memorimelodi
5. Apa tugas dari Floor Director?
6. Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?
7. Bagaimana cara menentukan tema program memorimelodi?Dan apa kesulitannya?
8. Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?
9. Strategi apa yang di pakai untuk tetap mempertahankan eksistensi program Memorimelodi?



## TRANSKIP WAWANCARA

Hari/Tanggal : Selasa, 31 Juli 2018

Waktu : 13.22

Lokasi : LPP TVRI,Ruangan Divisi Musik

Narasumber : Deddy Suryana

Jabatan : Produser

### **Produser.**

1. P: Apa latar belakang program MemoriMelodi?

N: Latar belakang memorimelodi adalah kitamenyampaikan atau menyajikan lagu lagu tahun 70,80,90 sampai 2000 termasuk juga artis yang membawakan nya itu,karena lagu dimasa itu masih di gemari oleh public ,oleh masyarakat rata rata usia 30 tahun keatas,asumsi kami masyarakat masih mengenang lagu lagu dimasa nya pada saat itu ,masih usia dan masih banyak yang belum tersaji kan di acara televisi tersebut berkaitan dengan grup band sudah tidak lengkap tetapi lagu lagu nya masih melekat di para pemirsa

2. P: Apa yang membedakan program MemoriMelodi dan program sejenis lain nya?

N: Perbedaan kami segmen dalam persajian,refortoier ,menyajikan perbedaan

1. di berikan 1 tema setiap pekan dan tema itu sendiri kita sajikan para penyanyi yang berkaitan dengan lagu lagu untuk di hubungkan dengan tema itu sendiri.

2. bukan di ambil dari lagu tetapi dari masa penyanyi itu berkarir yang sudah sekian lama, contoh konser setengah abad the rollis, itu tidak berkaitan dengan lagu, tapi kami dengan media tvri mempunyai penghargaan khusus terhadap the rollis yaitu pada saat ini personil nya masih lengkap dan vokalis masih populer walau vokalis sudah al marhum

3. P: Apa keunggulan program Memorimelodi?

Kunggulan nya

N:

1. Lagu lagu nya masih akan di kenang atau digemari oleh masyarakat banyak
2. arits nya pun masih digemar masyarakat banyak dengan asumsi penonton di auditorium bisa mencapai 600-700 orang

4. P: Apa tujuan dari pembuatan program Memorimelodi?

Dasar pemikiran nya itu .

N: 1. untuk membuat program tvri yang bisa di gemari oleh masyarakat banyak,

2. ingin membuat program yang mengangkat kembali lagu lagu dimasa nya.

3. aset bangsa Indonesia dalam hal music sangat banyak dari tahun tahun sebelum nya, karyanya masih digemari dan melekat.

4.kenyataan nya band band muda banyak yg mendaur ulang lagu lagu lama.

5. P: Strategi apa yang di pakai oleh produser untuk tetap mempertahankan eksistensi program Memorimelodi?

N:

1. Kreatifitas,VT profil artis maupun VT karya cipta,mau pun VT tentang perjalanan nya pengisi acara sesuai dengan tema.
2. Deasin produksi
3. Pemilihan lagu dan artis
4. Promosi baik melalui media social(utama) karena memiliki jaringan maupun promo on air.

6. P: Bagaimana dengan segmentasi dan target penonton program Memorimelodi?

N: Target penonton 300,usia 25-70 Tahun,segmentasi ada 7 segment,6 comeical break,durasi 120Menit,siaran mulai 20.00 sampai dengan 22.00

7. P: Strategi seperti apa yang akan di lakukan oleh produser jika rating dari program Memorimelodi mengalami penurunan?

N: mengganti genre,mengganti tema di setiap pekan.Genre music,melihat siapa yg menonton disitu,karena jika music jazz di tampil kurang,maka lebih kearah pop dan mengundang arits terkenal dan lagu lagu yang dikenal masyarakat

8. P: Apakah dari awal program Memorimelodi tayang sampai saat ini ada perubahan atau tidak?

N: Sampai saat ini belum ada,perubahan nya jika artis atau pemusik tidak siap apa yang di inginkan,kita siaran ulang

9. P: Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?

N: Di ajak bernyanyi bersama dengan artis,karena lagu terkenal dan penonton hafal maka akan bisa bernyanyi bersama.Di saring atau di cari tau,audiens yang hadir dari golongan mana saja.

10. P: Bagaimana cara menentukan tema program memorimelodi?Dan apa kesulitan nya?

N: Menentukan tema/  
seperti hal nya bikin suatu program,membuatkan 1 tema semalam di tanah melayu,jadi berkaitan dengan irama lain nya,tapi tidak berkaitan dengan lagu nya yang di tayangan.

11. P: Apa tugas dari produser itu sendiri?

N:

1. Desain program
2. Menentukan pengisi acara
3. Desain equipment

4. Desain artistic(bekerja sama )
5. Desain lighting
6. Mendundang audiens/penonton
7. Menyusun anggaran produksi



Hari/Tanggal : Selasa, 31 Juli 2018

Waktu : 14.46

Lokasi : LPP TVRI,Ruangan Divisi Musik

Narasumber : Humaidi

Jabatan : Program Director

### **Program Director**

1. P: Apa latar belakang program MemoriMelodi?

N: Sebenarnya memorimelodi itu sejenis hiburan,yang mengingatkan kita dimasa masa lalu,artis nya saja rata rata tahun 80an lewat.mengingat kembali lagu lagu dahulu

2. P: Apa yang membedakan program MemoriMelodi dan program sejenis lainnya?

N: Sebenarnya hampir sama,Cuma sasaran kemasyarakat memorimelodi untuk umum,tetapi anak sekarang tidak mengerti,jika 40 tahun keatas mengerti,karena pengisi nya dan lagu nya lagu lama,bukan berarti anak anak tidak bisa menonton

3. P: Apa keunggulan program Memorimelodi?

N: Jika berbicara keunggulan tidak ada keunggulan, untuk peminatnya dari segi penonton umur 40 tahun keatas.

4. P: Apa tujuan dari pembuatan program Memorimelodi?

N: Untuk menghibur masyarakat, untuk bernostalgia tentang lagu lagu lama

5. P: Strategi apa yang di pakai untuk tetap mempertahankan eksistensi program Memorimelodi?

N: Karena di tv tetangga tidak ada acara seperti ini, ini dari segi bisnis tidak ada yg ambil, strateginya adalah kepada target penonton kembali, acara seperti memorimelodi kebanyakan di tonton yang tua, anak muda kebanyakan mengenal lagu-lagu yang dibawakan jaman sekarang.

6. P: Bagaimana dengan segmentasi dan target penonton program Memorimelodi?

N: 40 tahun keatas, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk yang muda. target tvri semua umur, cuma menampilkan pendidikan menampilkan yang baik, disetiap acara nyadan sopan

7. P: Apa tugas dari program Director?

N: 1. untuk menyusun acara tersebut agar enak di tonton

2. mengatur lighting, pencahayaan

3. blocking kamera

4. menyesuaikan shoot yang di ambil

5. intinya kembali mengatur lighting agar terlihat enak untuk di tonton

8. P: Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?

N: Dari pemilihan lagu(tiap minggu harus berbeda arah nya lebih kea rah lagu lagu lama)dan pemilihan pengisi acara(artis)jarang sekali lagu jaman 2000an

9. P: Bagaimana cara menentukan tema program memorimelodi?Dan apa kesulitan nya?

N: tema hanya Untuk pemanis,jika tema itu menarik maka penonton akan tertarik,banyak kesulitan semua crew harus menentukan pendapat agar tema bagus agar juga bisa di lirik dan di tonton .

10.P: Strategi jika rating turun?

N: Strategi harus evaluasi ,dan harus evaluasi kesalahan karena acara sebelum nya bagaimana.

mengetahui apa yang membuat turun nya,misal dari lighting atau musik pengantar.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Hari/Tanggal : Selasa, 1 Agustus 2018

Waktu : 17.12

Lokasi : LPP TVRI,Ruangan Divisi Musik

Narasumber : Anggita Purie

Jabatan : Floor Director

### **Floor Director**

1) P: Apa latar belakang program MemoriMelodi?

N: Memorimelodi adalah program acara entertainment musik,Program tersebut memorimelodi memiliki tema yang beda-beda di setiap pekan nya,dan memori melodi memutarakan musik-musik pada zaman 60,70.80 dan 90an.

2) P: Apa yang membedakan program MemoriMelodi dan program sejenis lain nya?

N: Keunggulanya itu disini mungkin dari segi audiens,jadi program ini lebih kearah reunion,seperti contoh the rollis dari fans nya juga di undang,kita juga mengundang salah 1 sekolah untuk menjadi ajang reunion.Program memori melodi masih mengingatkan kita pada masa dulu ,dan kembali memutarakan musik-musik dan mengundang artis pada zaman nya.

3) P: Apa keunggulan program Memorimelodi?

N: memorimelodi memiliki keunggulan dari segi musik yang dibawakan,karena sudah jarang program musik yang membawakan lagu-lagu lama dan juga ikut mengundang artis nya

4) P: Apa tujuan dari pembuatan program Memorimelodi?

N: Tujuan nya kita dulu punya acara 80an, sedangkan lagu 90an masih ada yg oke, jadi kita latar belakang nama memorimelodi dari program 80an, jadi biar acaranya lebih luas aja. Untuk tetap mengingat lagu-lagu lama yang pernah ada dan terkenal pada zamannya.

5) P: Apa tugas dari Floor Director?

N: berkomunikasi dengan talent/pengisi acara. Dalam acara siaran langsung distudio, Kita disini juga bisa membantu memberikan saran tema yang akan dibawakan, karena kebetulan Floordirector disini termasuk kreatif, membuat rundown dan script house juga tugas Floor Director.

6) P: Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?

N: Paling sering mengganti tema disetiap pekan nya, dengan kita mengganti tema yang berbeda, Strategi mempertahankannya lebih ke pengisi acara, kita lebih menampilkan untuk mengundang band yang hitz akan di undang lagi.

7) P: Bagaimana cara menentukan tema program memorimelodi? Dan apa kesulitannya?

N: Kita menentukan tema biasanya dengan cara “brainstorming” dengan tim, dan kita akan liat dulu pada bulan ini udah memakai tema yang menjadi ide ini untuk sekarang belum, kalo udah kita biasanya genre musik di ganti tetapi dengan judul tema yang beda, karena kalau tema kita bisa bikin penasaran audiens akan banyak peminat.

8) P: Strategi apa yang dilakukan untuk membuat penonton tidak jenuh disetiap episode nya?

N: Paling sering kita akan bernyanyi bersama penonton agar penonton tidak bosan,dan juga di beberapa segment tertentu kita masukan lagu-lagu jaman sekarang yang sedang hits untuk dinyanyikan oleh artis yang kita undang

9) P: Strategi apa yang di pakai untuk tetap mempertahankan eksistensi program Memorimelodi?

N: Kita biasanya akan promosikan acara di sosial media resmi TVRI,kadang juga diupload video acara pada hari itu ke social media.

Sama biasanya seperti tadi mengganti tema disetiap pekan nya.

