



**PENGELOLAAN PRODUK UNGGUL
PT. NAGA SWARASAKTI BERBASIS MANAJEMEN
KOMUNIKASI DI TENGAH PERSAINGAN YANG
KOMPETITIF DI ERA COVID 19**



TESIS

DISUSUN OLEH :

DENI FAISAL ISMAIL
55219110051

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



**PENGELOLAAN PRODUK UNGGUL
PT. NAGA SWARASAKTI BERBASIS MANAJEMEN
KOMUNIKASI DI TENGAH PERSAINGAN YANG
KOMPETITIF DI ERA COVID 19**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
DISUSUN OLEH :
MERCU BUANA
DENI FAISAL ISMAIL**

55219110051

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Deni Faisal Ismail
NIM : 5219110051
Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)
Kosentrasi : Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengelolaan Produk Unggul PT.Naga Swarasakti
Berbasis Manajemen Komunikasi Di Tengah
Persaingan yang Kompetitif Di Era Covid 19

Jakarta, 26 Agustus 2022

UNIVERSITAS
Dosen Pembimbing
MERCU BUANA

(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengelolaan Produk Unggul PT.Naga Swarasakti Berbasis
Manajemen Komunikasi Di Tengah Persaingan yang
Kompetitif Di Era Covid 19

Nama : Deni Faisal Ismail

NIM : 55219110051

Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Communication

Tanggal : 26 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Agustus 2022

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr.Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si)


(.....)


(.....)


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengelolaan Produk Unggul PT.Naga Swarasakti Berbasis
Manajemen Komunikasi Di Tengah Persaingan yang
Kompetitif Di Era Covid 19

Nama : Deni Faisal Ismail

NIM : 55219110051

Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)

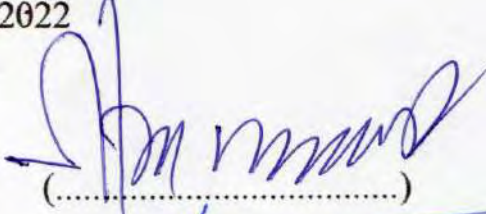
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Communication

Tanggal : 26 Agustus 2022

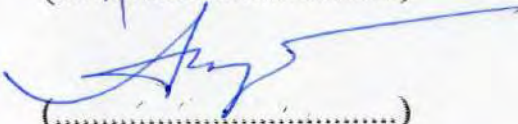
Jakarta, 26 Agustus 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto., M.Si)



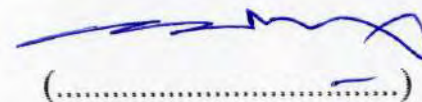
(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Achmad Jamil., M.Si)



(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Irmulansati Tomohardjo., S.H., M.Si)



(.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Deni Faisal Ismail
NIM : 55219110051
Jenjang Pendidikan : S2 (Strata 2)
Kosentrasi : Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengelolaan Produk Unggul PT.Naga Swarasakti
Berbasis Manajemen Komunikasi Di Tengah
Persaingan yang Kompetitif Di Era Covid 19

Jakarta, 26 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

(Dr. Irmulansati Tomohardjo., S.H., M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

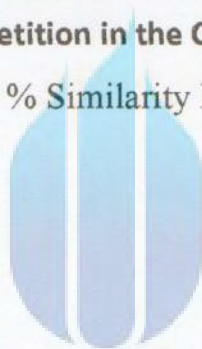
PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Deni Faisal Ismail
NIM : 55219110051
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “**PT. Naga Swarasakti's Superior Product Management Based on Communication Management Amid Competitive Competition in the Covid 19 Era.**”

didapatkan nilai persentase sebesar 16 % Similarity Index



Jakarta, 13 Agustus 2022
Administrator Turnitin
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengelolaan Produk Unggul PT.Naga Swarasakti Berbasis Manajemen Komunikasi Di Tengah Persaingan Yang Kompetitif Di Era Covid 19
Nama : Deni Faisal Imsail
N I M : 55219110051
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 29 Agustus 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Deni Faisal Ismai)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : “ pengelolaan produk unggul PT. Naga Swarasakti berbasis manajemen komunikasi di tengah persaingan yang kompetitif di era Covid 19

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini menganalisa manajemen komunikasi Nagaswara dalam membentuk produk yang unggul di tengah persaingan yang kompetitif di era covid 19.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada

1. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan support secara moril sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian.
2. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.

3. Para Dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Bapak Dr. Heri Budianto M.Si, Bapak Dr . Achmad Jamil M.Si dan Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku dosen penelaah, serta pihak administrasi kampus yang telah membantu dalam penyelesaian berkas-berkas.
4. Para Dosen Mercubuana yang sudah memberikan dukungan dan Masukan Ibu Dewi Sad Tanti M.I.Kom, Ibu Dr. Heni Gusfa M.Si
5. Seluruh narasumber dari Nagaswara terkhusus Bapak Rahayu Kertawiguna selaku CEO yang telah memberikan waktunya untuk melakukan wawancara
6. Teman-teman di Magister Ilmu Komunikasi yang yang selalu memberikan semangat dan mengingatkan dalam menyelesaikan penelitian ini, Kak Farida kaka pertama di kelas, Bang Reza ketua kelas yang selalu sigap, kak Gamara yang sekarang sudah menjadi ibu Dosen, kak Novinda, Septina dan semuanya teman-teman seperjuangan M.Ikom kelas pagi.

Jakarta, Agustus 2022

Deni Faisal Ismail

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN.	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TESIS.	iv
LEMBAR PERNYATAAN SHILIRATIVITY CHECH.....	v
LEMBAR PERNYATAAN.	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan.....	8
1.3.1 Maksud penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.2 Kajian Pustaka	19
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	19
2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	20
2.2.3 Unsur – Unsur Komunikasi.....	22
2.2.4 Proses Komunikasi	23
2.3 Komunikasi Korporasi	25
2.4 Komunikasi Organisasi	28
2.4.1 Pentingnya Komunikasi Perusahaan	30
2.4.2 Pengembangan Komunikasi Perusahaan.....	30
2.4.3 Menetapkan strategi perusahaan yang efektif	31
2.4.4 Employe Relations	31
2.5 Kepemimpinan.....	32
2.5.1 Peran Kepemimpinan dalam pengambilan Keputusan.....	34
2.6 Manajemen	35
2.5.1 Manajemen komunikasi	36
2.5.2 Fungsi manajemen komunikasi	37
2.6 Keunggulan bersaing (Competitive Advantage).....	40
2.7 Produk	41
2.7.1 Produk Jasa.....	42

2.7.2	Kriteria Produk Unggulan	43
2.8	Konfervergensi Media	43
2.10	Teori Perubahan Sosial	45
2.11	Kerangka pemikiran	48
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1	Objek Penelitian	51
3.2	Paradigma penelitian	51
3.3	Metode Penelitian	53
3.4	Subyek Penelitian	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.1	Data Primer	57
3.5.2	Data Sekunder	58
3.6	Teknik Analisis Data	58
3.7	Teknik Keabsahan Data	59
BAB IV	PEMBAHASAN DAN HASIL	63
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian Perubahan Sosial	63
4.1.2	PT. Naga Swara Sakti (Nagaswara)	64
4.1.3	Nagaswara Music Corp	65
4.1.4	Logo Nagaswara	68
4.1.5	Visi dan Misi	68
4.2	Profil Informan dan Key Informan	71
4.3	Hasil Penelitian	73
4.3.1	Nagaswara dalam melakukan perencanaan (<i>planning</i>) untuk membentuk produk yang unggul	80
4.3.2	Nagaswara dalam melakukan Pengorganisasian (<i>organizing</i>) untuk membentuk produk yang unggul	91
4.3.3	Nagaswara dalam melakukan pelaksanaan (<i>Actuating</i>) untuk membentuk produk yang unggul	92
4.3.4	Nagaswara dalam melakukan pengawasan (<i>controlling</i>) untuk membentuk produk yang unggul	106
4.3.5	Nagaswara dalam melakukan Evaluasi (<i>evaluation</i>) dalam membentuk produk yang unggul.	110
4.4	Pembahasan	113
4.4.1	Produk Nagaswara	113
	116	
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1	Kesimpulan	120
5.1.1	Produk Unggul	122
5.2	Saran	123
5.2.1	Saran Akademis	123
5.2.2	Saran Praktis	124
Daftar Pustaka	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Laporan Digital 2022 <i>Global Overview Report</i>	2
Gambar 1.2	Top Chart Dangdut ter-Hot Joox Indonesia.....	7
Gambar 2.1	Unsur Unsur Komunikasi.....	23
Gambar 2.2	Empat sifat jasa.....	42
Gambar 4.1	Skema Perubahan.....	63
Gambar 4.2	Logo Nagaswara Music & Publihsing.....	68
Gambar 4.3	Berita MCN (sumber Instagram @nagadigit).....	82
Gambar 4.4	Proses Perencanaan dan Pelaksanaan Manajemen Komunikasi.....	90
Gambar 4.5	Pengorganisasian manajemen komunikasi Nagaswara.....	92
Gambar 4.6	View lagu Lagi Syantik (sumber Youtube).....	97
Gambar 4.7	Media Komunikasi / Promosi (Radio).....	101
Gambar 4.8	Media Komunikasi / Promosi (Youtube).....	102
Gambar 4.9	Media Sosial (Facebook).....	103
Gambar 4.10	Media Sosial (Instagram).....	103
Gambar 4.11	Contoh Flayer RBT Nagaswara.....	110
Gambar 4.12	Katalog Lagu Nagaswara pertahun.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1 Struktur Organisasi.....	70
Tabel 4.2 Pedoman wawancara	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara Bapak Rahayu Kertawiguna (CEO).....	134
Lampiran 2. Wawancara Ibu Sari Yulandari (Head Divisi).....	140
Lampiran 3. Wawancara Fitri Carlina (Artis).....	151
Lampiran 4. Wawancara Tomi RDI (Media).....	156
Lampiran 5. Wawancara Denis (Masyarakat/Penikmat Musik).....	160
Lampiran 6. Surat Penelitian.....	164
Lampiran 7. Dokumentasi.....	167

