

ABSTRAK

DENI FAISAL ISMAIL – Pengelolaan Produk Unggul PT.Naga Swarasakti Berbasis Manajemen Komunikasi Di Tengah Persaingan Yang Kompetitif Di era Covid 19.

Persaingan yang semakin kompetitif tentunya menyebabkan sulitnya menaikkan produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat hingga dapat unggul dibandingkan dengan lagu atau karya sebagai produk yang dibuat. Semakin berkembangnya pada industri musik saat ini melahirkan banyaknya media komunikasi yang dapat diakses dan digunakan oleh masyarakat selaku pelaku dan penikmat di industri kreatif ini. Seperti *youtube*, media sosial, platform musik dan sebagainya. Diperlukan pengelolaan manajemen komunikasi yang baik agar produk yang akan pasarkan sesuai harapan, seperti membuat perencanaan, pengorganisasian yang baik, pelaksanaan yang sesuai, pengawasan yang tepat hingga melakukan evaluasi pada hasil yang sudah didapat.

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan produk unggul PT.Naga Swarasakti dalam berbasis manajemen komunikasi di tengah persaingan yang kompetitif di era covid 19.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivisme dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, studi dokumen dan studi pustaka yang didukung oleh teori manajemen komunikasi.

Hasil penelitian menunjukkan jika PT. Naga Swarasakti melakukan pengelolaan produk unggul dengan mengacu pada manajemen komunikasi POACE. Dengan demikian tercipta sebuah tahapan-tahapan yang harus dilakukan secara terstruktur untuk membentuk produk yang unggul. Keuntungan jika produk (lagu) dapat unggul diantaranya; mendapatkan citra yang baik terhadap perusahaan, mendapatkan *revenue* yang maksimal, popularitas untuk perusahaan dan artisnya, mendapatkan banyak penghargaan dari organisasi atau komunitas tertentu dan lain sebagainya.

Kata kunci : Manajemen Komunikasi, POACE, PT.Naga Swarasakti, Industri musik

ABSTRACT

DENI FAISAL ISMAIL – *PT. Naga Swarasakti's Superior Product Management Based on Communication Management Amid Competitive Competition in the Covid 19 Era.*

Increasingly competitive competition certainly makes it difficult to raise the resulting product to be accepted by the public so that it can be compared with a song or work as a product that is made. The growing development of the music industry today has given birth to many communication media that can be accessed and used by the public as actors and connoisseurs in this creative industry. Such as youtube, social media, music platforms and so on. good communication management is needed so that the products to be marketed are as expected, such as planning, good organization, appropriate implementation, proper supervision to evaluating the results that have been obtained.

The purpose of this study was to determine the management of PT. Naga Swarasakti's superior products in communication management based in the midst of competitive competition in the covid 19 era.

This study uses a qualitative method with a case study approach and constructivism paradigm with data collection in the form of interviews, document studies and literature studies conducted by communication management theory.

The results showed that if PT. Naga Swarasaakti manages the product by referring to the POACE communication management. Thus created a stage that must be carried out in a structured manner to form a superior product. advantages if the product (song) can excel among them; get a good image of the company, get maximum revenue, popularity for the company and its artists, get many awards from certain organizations or communities and so on.

Keywords: *Communication Management, POACE, PT. Naga Swarasakti, Music industry*