

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERENCANAAN PODCAST KOLABORATIF BERSAMA
NARASUMBER SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN REACH

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh
ALIFA KHAIRUNNISYA
NIM: 2270404011

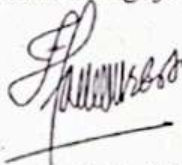
PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama Narasumber
Sebagai Upaya Peningkatan Reach
Penulis : Alifa Khairunnisya
NIM : 2270404011
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

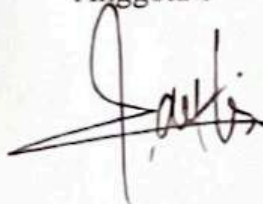
Tugas Akhir ini dipertanggungjawabkan di hadapan Penguji Tugas Akhir di
Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal Juli 2025

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Zaenab, S.S., M.Si
NIP. 199211132019032025

Anggota 1



Sartika Ekadyasa, M.I.Kom
NIP. 198812222020122006

Anggota 2



Rizky Kertanegara, S.S., M.Si
NUPTK. 9447761662131482

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama Narasumber
Sebagai Upaya Peningkatan Reach
Penulis : Alifa Khairunnisya
NIM : 2270404011
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan,
Ditandatangani di Jakarta, 20 Juni 2025

Pembimbing 1



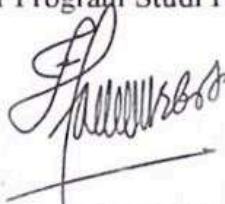
Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
NIP.198505182020122009

Pembimbing 2



Khoirun Nisa' S.Pd., M.Si
NIP. 199009012014032002

Mengetahui
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, SS., M.Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama Narasumber
Sebagai Upaya Peningkatan Reach
Penulis : Alifa Khairunnisya
NIM : 2270404011
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama Narasumber Sebagai Upaya Peningkatan Reach adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang Menyatakan.



Alifa Khairunnisya

NIM: 2270404011

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Judul Tugas Akhir	: Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama Narasumber Sebagai Upaya Peningkatan Reach
Penulis	: Alifa Khairunnisya
NIM	: 2270404011
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2024/2025

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas *Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pemanfaatan Narasumber Pada *Podcast Youtube* Rukun Indonesia Untuk Memperluas Jangkauan Audiens.

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang Menyatakan.


Alifa Khairunnisya
NIM: 2270404011

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama
Narasumber Sebagai Upaya Peningkatan Reach
Penulis : Alifa Khairunnisya
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Pembimbing I : Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom
Pembimbing II : Khoirun Nisa', S.Pd., M.Si

Rukun Indonesia's YouTube channel faced limited audience reach due to the lack of diverse and digitally engaging guest speakers. The core issue addressed is how strategic selection and management of guest speakers can significantly impact the organic growth of audience reach. To address this, the writer implemented a collaboration strategy involving individuals with compelling personal stories, strong social media presence, and representation from various regions in Indonesia. This project applied a qualitative descriptive approach through interviews, direct observation, and analytics from YouTube Studio. The findings show a notable improvement in views, watch time, subscribers, and impressions for content featuring selected guest speakers. Moreover, speakers with their own digital audiences contributed to increased organic distribution by sharing the videos independently. These results confirm that guest speakers are not merely part of the content, but also strategic assets in shaping communication effectiveness and expanding digital dakwah channels.

Keywords: reach, guest speaker, YouTube, podcast, communication strategy

Kanal YouTube Rukun Indonesia mengalami keterbatasan jangkauan audiens akibat pemanfaatan narasumber yang tidak variatif secara wilayah dan kurang memiliki daya tarik digital. Permasalahan utama terletak pada bagaimana strategi pemilihan dan pengelolaan narasumber dapat memberikan dampak terhadap peningkatan *reach* kanal secara organik. Untuk menjawab masalah tersebut, penulis menerapkan strategi kolaborasi dengan narasumber yang memiliki kekuatan cerita personal, keterlibatan aktif di media sosial, serta berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara, observasi langsung, dan analisis data YouTube Studio. Hasil menunjukkan bahwa konten dengan narasumber terpilih mengalami peningkatan signifikan dalam hal *views*, *watch time*, *subscriber*, dan *impressions*. Narasumber dengan basis audiens sendiri juga mampu memperluas jangkauan secara organik melalui distribusi mandiri. Temuan ini membuktikan bahwa narasumber berperan strategis dalam membentuk efektivitas komunikasi dan pertumbuhan kanal dakwah digital.

Kata Kunci: reach, narasumber, YouTube, podcast, strategi komunikasi

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, kemampuan, serta kesabaran yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Dalam proses pelaksanaannya, penulis berperan sebagai *Public Relation* yang bertanggung jawab dalam memperluas jangkauan audiens kanal YouTube *Rukun Indonesia* melalui konten video podcast pada periode Februari hingga April 2025. Berdasarkan pengalaman dan pencapaian tersebut, penulis menyusun laporan Tugas Akhir berjudul:

“Perencanaan Podcast Kolaboratif Bersama Narasumber Sebagai Upaya Peningkatan Reach”

Terselesaikannya laporan ini tentunya tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. M. Yunus Fitriady, M.M selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan.
4. Anindhita Budi Astuti, SE., MM selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan.
5. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum., Ketua Jurusan Komunikasi.

6. R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi.
7. Zaenab, SS,. M.Si, Koordinator Program Studi Periklanan.
8. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom. Sekretaris Program Studi Periklanan
9. Sigit Akbar sebagai pimpinan PT Rukun Kreasi Indonesia dan Pembimbing Industri.
10. Ifah Atur Kurniati, M.I.Kom, Dosen Pembimbing 1.
11. Khoirun Nisa`, S.Pd.,M.Si, Dosen Pembimbing 2.
12. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif
13. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa dan semangat sehingga Praktik Industri dapat dilaksanakan dengan lancar.
14. Sahabat di masa perkuliahan diantaranya PBC 2023, Angkarsa Agency, Sanguinis Agency, Vanny Rahma Aulia, Muhamad Bayu Ardiansyah, Friska Anjani, Razky Didhan Alfarizy, Muhammad Luthfi Febrian, Umi Hasnah Mardiyah, Nasywa Dien Agnatia, dan Anita Zachra telah menemani proses hingga laporan ini dapat diselesaikan.
15. Sahabat diantaranya, Fida Wahyu Septian dan Rahma Daniar Syahkran, Rivka Nuri Nailah, Audrey Firli Ariyanto, Dinda Putri Lesmana, Adyandra Sabrina dan Meilani Iswandari yang kehadiran kalian menjadi bagian yang memberi semangat dalam proses ini.
16. Sahabat Pertukaran Mahasiswa Merdeka Politeknik Negeri Batam 2024 diantaranya Fahrul Islam, Zulfa Husnul Laila, Tiara Ikhwaldini, Putri Dwi Agusti, Faizah Adilah Iftinan, Rivel Alexandra, Burju Edgar Pakpahan, Mario yehezkiel Makalew, Ahmad Fadil Ikram, Revi Herviani, Novi Setiani dan Veni Permata Sari.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,

Alifa Khairunnisya

NIM: 2270404011

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi.....	6
B. Periklanan.....	15
C. Social Media.....	15
D. YouTube.....	17
E. Podcast.....	17
F. Reach.....	18
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	19
A. Data Penulisan.....	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	22
C. Ruang Lingkup.....	26
D. Langkah Kerja.....	29
BAB IV PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Youtube Rukun Indonesia.....	33
B. Analisis Narasumber.....	35
C. Analisis Video Podcast.....	39
D. Alur Kerja.....	43

E. Hasil Pekerjaan.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Rukun Indonesia.....	20
Gambar 2 Struktur Organisasi Rukun Indonesia.....	21
Gambar 3 Alur Langkah Kerja.....	29
Gambar 4 Kanal Youtube Rukun Indonesia.....	33
Gambar 5 Alur Kerja.....	44
Gambar 6 Riset Calon Narasumber melalui Instagram dan Tiktok.....	44
Gambar 7 Mencatat data dan pemilihan narasumber melalui media sosial.....	47
Gambar 8 Berkomunikasi dan koordinasi dengan narasumber.....	48
Gambar 9 Brief narasumber.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Analitik Youtube Rukun Indonesia.....	2
Tabel 2 Tabel STP.....	34
Tabel 3 Tabel SMCR.....	36
Tabel 4 Kategori Video Hidayah Sang Mualaf di Youtube Rukun Indonesia.....	39
Tabel 5 Data Reach pada Video Hidayah Sang Mualaf Periode November, Desember 2024, dan Januari 2025.....	40
Tabel 6 Data Reach pada Video Hidayah Sang Mualaf Periode Februari, Maret, dan April 2025.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Penulis.....	59
Lampiran 2. Salinan Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing 1.....	61
Lampiran 3. Salinan Lembar Kartu Bimbingan TA Dosen Pembimbing II.....	62
Lampiran 4. Hasil Cek Plagiarisme.....	63
Lampiran 5. Sertifikat Diterima Praktik Industri.....	64
Lampiran 6. Sertifikat Diterima Praktik Industri.....	65
Lampiran 7. Dokumentasi Bimbingan.....	66
Lampiran 8. Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir.....	67
Lampiran 9. Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	70