



No. 7696/KOM-D/SD-S1/2026

**KOMUNIKASI DIGITAL MELALUI PODCAST YOUTUBE
PADA PROGRAM 'BINCANG PRESTASI' DALAM UPAYA
MEMBENTUK BRANDING KANWIL KEMENAG RIAU**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

RACHEL SAYDINA PUTRI

NIM. 12240321839

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU**

1447 H/ 2026 M

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Uinraungi unang-uncang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KOMUNIKASI DIGITAL MELALUI PODCAST YOUTUBE PADA
PROGRAM 'BINCANG PRESTASI' DALAM UPAYA
MEMBENTUK BRANDING KANWIL KEMENAG RIAU**

Disusun oleh :

Rachel Saydina Putri
NIM. 12240321839

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 24 Desember 2025

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rachel Saydina Putri
NIM : 12240321839
Judul : Komunikasi Digital Melalui Podcast YouTube pada Program 'Bincang Prestasi' dalam Upaya Membentuk Branding Kanwil Kemenag Riau

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 9 Januari 2026

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Januari 2026

Dekan



Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si
NIP. 19700312 199703 1 006

Dr. Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji III,

Penguji IV,

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Mustafa, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

- Hak Cipta diumumkan sebagai ung-ung-ung
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Rachel Saydina Putri
NIM : 12240321839
Judul : Komunikasi Digital Melalui Podcast Pada Program 'Bincang Prestasi'
Dalam Upaya Membentuk Branding Kanwil Kemenag Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 26 Mei 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 26 Mei 2025

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Toni Hartono, M. Si
NIP. 19780605/200701 1 024

Penguji II,

Umar Abdur Rahim Sm, S. Sos.L., M.
NIP. 19850528 202321 1 013

Hak Cipta diumumkan sebagai ungah-ungah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Uinmuangi unang-uncang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rachel Saydina Putri
 NIM : 12240321839
 Tempat/ Tgl. Lahir : Pekanbaru, 14 Juni 2004
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : **KOMUNIKASI DIGITAL MELALUI PODCAST YOUTUBE PADA PROGRAM 'BINCANG PRESTASI' DALAM UPAYA MEMBENTUK BRANDING KANWIL KEMENAG RIAU**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 Januari 2026
 Yang membuat pernyataan



RACHEL SAYDINA PUTRI
NIM. 12240321839

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



Hak Cipta Uinraungi unang-uncang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 24 Desember 2025

No. : Nota Dinas
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
 Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Rachel Saydina Putri
 NIM : 12240321839
 Judul Skripsi : Komunikasi Digital Melalui Podcast YouTube Pada Program 'Bincang Prestasi' Dalam Upaya Membentuk Branding Kanwil Kemenag Riau

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
 Dosen Pembimbing,

Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si
 NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui
 Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
 NIP. 19721201 200003 1 003



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Rachel Saydina Putri
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Komunikasi Digital Melalui Podcast YouTube Pada
Program ‘Bincang Prestasi’ Dalam Upaya Membentuk
Branding Kanwil Kemenag Riau

Skripsi ini bertujuan untuk menjelaskan pemanfaatan komunikasi digital melalui podcast Bincang Prestasi dalam membentuk branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemanfaatan media digital sebagai sarana branding instansi, mengingat sebelumnya Humas Kanwil Kemenag Riau dinilai belum optimal dalam menyebarluaskan informasi kepada publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teori *New Media* Pierre Lévy serta strategi komunikasi Harwood Childs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa podcast Bincang Prestasi dimanfaatkan sebagai media komunikasi digital melalui strategi publisitas dengan menampilkan narasi prestasi di platform YouTube. Interaksi terlihat dari respons positif audiens melalui kolom komentar, sedangkan strategi persuasi dan argumentasi dilakukan melalui penyampaian pesan yang edukatif serta kehadiran narasumber yang kredibel. Integrasi sosial digital tercermin dari munculnya rasa bangga, kedekatan emosional, dan motivasi publik, sehingga memperkuat citra positif dan kepercayaan terhadap Kanwil Kemenag Provinsi Riau.

Kata Kunci : Podcast, Komunikasi Digital, Branding Instansi, *New Media*


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Rachel Saydina Putri
Departement : Communications Scince
Title : *Digital Communication Through the YouTube Podcasts*
'Bincang the Riau : *Prestasi' Program in an Effort to Build the Branding of Regional Office Of The Ministry Of Religious Affairs*

This study aims to explain the role of digital communication through the Bincang Prestasi podcast in shaping the branding of the Riau Provincial Office of the Ministry of Religious Affairs. This research was motivated by the importance of utilizing digital media as a means of institutional branding, considering that previously the Riau Provincial Office of the Ministry of Religious Affairs' Public Relations Department was deemed to be suboptimal in disseminating information to the public. This research uses a qualitative approach with a descriptive case study design through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis uses Pierre Lévy's New Media theory and Harwood Childs' communication strategy. The results show that the Bincang Prestasi podcast is used as a digital communication medium through a publicity strategy by presenting narratives of achievements on the YouTube platform. Interaction was evident from the positive responses of the audience in the comments section, while persuasion and argumentation strategies were carried out through the delivery of educational messages and the presence of credible sources. Digital social integration was reflected in the emergence of pride, emotional closeness, and public motivation, thereby strengthening the positive image and trust in the Riau Provincial Office of the Ministry of Religious Affairs

Keywords : Podcast, Digital Communication, Institutional Branding, New Media

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahamatullah Wabarakatu

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Dalam setiap tahapan yang dilalui, penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan bukan semata-mata karena kemampuan penulis, melainkan atas izin dan pertolongan Allah Subhanahu wa Ta'ala. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan karya ini sebagai salah satu bentuk ikhtiar dan tanggung jawab akademik. Semoga shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah menjadi teladan dalam ilmu, akhlak, dan kehidupan, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi yang berjudul **“Komunikasi Digital melalui Podcast YouTube pada Program ‘Bincang Prestasi’ dalam Upaya Membentuk Branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau”** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa, serta bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang mendalam penulis persembahkan kepada **Ibu Erita**, atas doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang, kesabaran, serta perhatian yang senantiasa menguatkan penulis dalam menghadapi setiap proses dan kesulitan selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini. Dari ibu, penulis belajar arti kesabaran, dan kekuatan dalam menghadapi berbagai keadaan, yang menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menjalani proses akademik maupun kehidupan. Selanjutnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada **Ayah Syahril**, atas dukungan, nasihat, dan kerja keras yang selalu diberikan, yang menjadi motivasi besar bagi penulis untuk tetap bertahan dan melangkah maju dalam menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini yang selalu senantiasa mengingatkan penulis untuk dapat menjadi contoh yang baik bagi adik-adik dan sebagai pembuka jalan menuju keberhasilan melalui pendidikan dan usaha yang sungguh-sungguh. Kemudian, penulis mengucapkan terima kasih kepada adik perempuan Raysa Agusti Cahyani dan adik laki-laki M Restu Illahi atas perhatian, dukungan, dan semangat yang senantiasa diberikan, baik dalam bentuk motivasi maupun kebersamaan, sehingga penulis mampu melalui berbagai proses dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tantangan selama penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Novianti, M.S., S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zain, M.Pd., selaku Wakil Rektor II, serta Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan II, serta Bapak Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Musfialdy, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ibu Dr. Tika Mutia, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, serta berbagai masukan yang sangat membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Seluruh dosen dan staf Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta dukungan selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Kepada teman-teman angkatan 2022 dan kelas Public Relations A atas kebersamaan, pengalaman, serta proses belajar yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. kepada Uwo Rahidin dan Nenek Mariani atas doa yang senantiasa dipanjatkan, dukungan, serta perhatian yang diberikan dalam setiap perkembangan perjalanan perkuliahan penulis. Kemudian kepada Om Puri, Ante Epy, Om Yudi, Ante Eli, Om Mul, Ante Lely, serta adik-adik sepupu dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis selama menempuh pendidikan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Kepada seluruh Informan dalam penelitian ini, yaitu Ibu Ana, Bapak Eka, Adip, Archie, Salwa, dan Incy, serta seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan bantuan selama proses penelitian berlangsung, yang tidakbisa penulis sebutkan satu persatu.
10. kepada sahabat, yaitu Nia Ramadani sahabat sejak sekolah menengah pertama yang memberikan dukungan dan tetap menyemangati penulis hingga saat ini dan Kepada Sahabat Selama Perkuliahan, Putri Sartika Dewi, Suci Halimatussysya Diah, Nabilah Vincy Ramadhani, dan Putri Dwi Nuraini, atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
11. Terakhir, saya berterimakasih kepada satu sosok anak gadis yang selalu berjuang, seorang perempuan sederhana tetapi dengan impian besar. Terimakasih kepada peneliti yaitu saya sendiri Rachel Saydina putri, anak perempuan pertama dan cucu pertama yang menjadi harapan orangtua dan keluarganya. Terimakasih sudah berusaha dan tidak lelah dalam kondisi apapun. Terimakasih sudah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga pada diri saya sendiri mari berkerja sama untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik lagi hari ini, besok, dan selamanya. Berbahagialah di mana pun kamu berada, lebih dan kurang mu ayo kita rayakan diri ini sendiri Jadilah manusia yang bermanfaat karena pintar saja tidak cukup untuk menjadi manusia baik, butuh keduanya untuk mewujudkan mimpimu.

Pekanbaru, 23 Desember 2025
Penulis

Rachel Saydina Putri
NIM. 12240321839

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Batasan Masalah	4
1.3 Penegasan Istilah.....	4
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Teori <i>New Media</i>	11
2.2.2 Ruang Lingkup Komunikasi Digital	13
2.2.3 Media Komunikasi Digital (Platform)	18
2.2.4 Branding Instansi dalam Komunikasi Digital	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3 Sumber Data Penelitian.....	30
3.4 Informan Penelitian.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Validasi Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	35
4. 1 Sejarah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau....	35
4. 2 Kedudukan, Tugas dan Fungsi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau	37

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3 Visi, Misi dan Tujuan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.....	38
4.4 Posisi Humas Kanwil Kemenag Riau dalam Transformasi Digital	40
4.5 Struktur Organisasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.....	41
4.6 Struktur dan Peran Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau	42
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Hasil Penelitian	45
5.2 Pembahasan Penelitian.....	69
BAB VI PENUTUP	91
6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	100



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

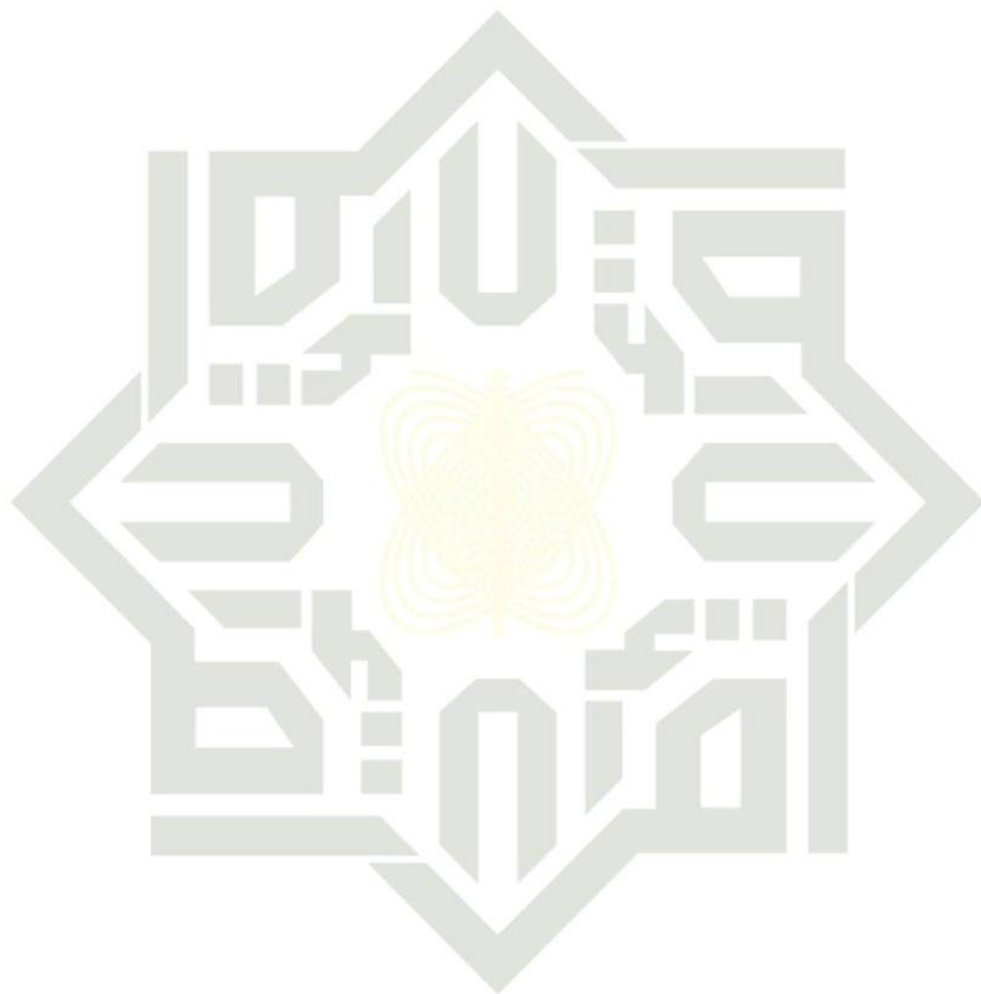
Gambar 1.1 Tingkat penetrasi internet.....	1
Gambar 1.2 Profil akun YouTube Kemenag Riau	2
Gambar 4.1 Logo Kementerian Agama	37
Gambar 5.1 Pembawaan Host yang Dirasakan Talent.....	47
Gambar 5.2 Penggunaan fitur Thumbnail di Youtube	53
Gambar 5.3 Penggunaan Fitur Deskripsi di YouTube	54
Gambar 5.4 Penggunaan Durasi Vidio podcast di Youtube	55
Gambar 5.5 Distribusi Promosi Lintas Platform.....	57
Gambar 5.6 Editing Konten yang Dirasakan Talent	61
Gambar 5.7 Komentar publik pada podcast bincang prestasi di YouTube .	63
Gambar 5.8 Prestasi yang Diakui Publik	64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

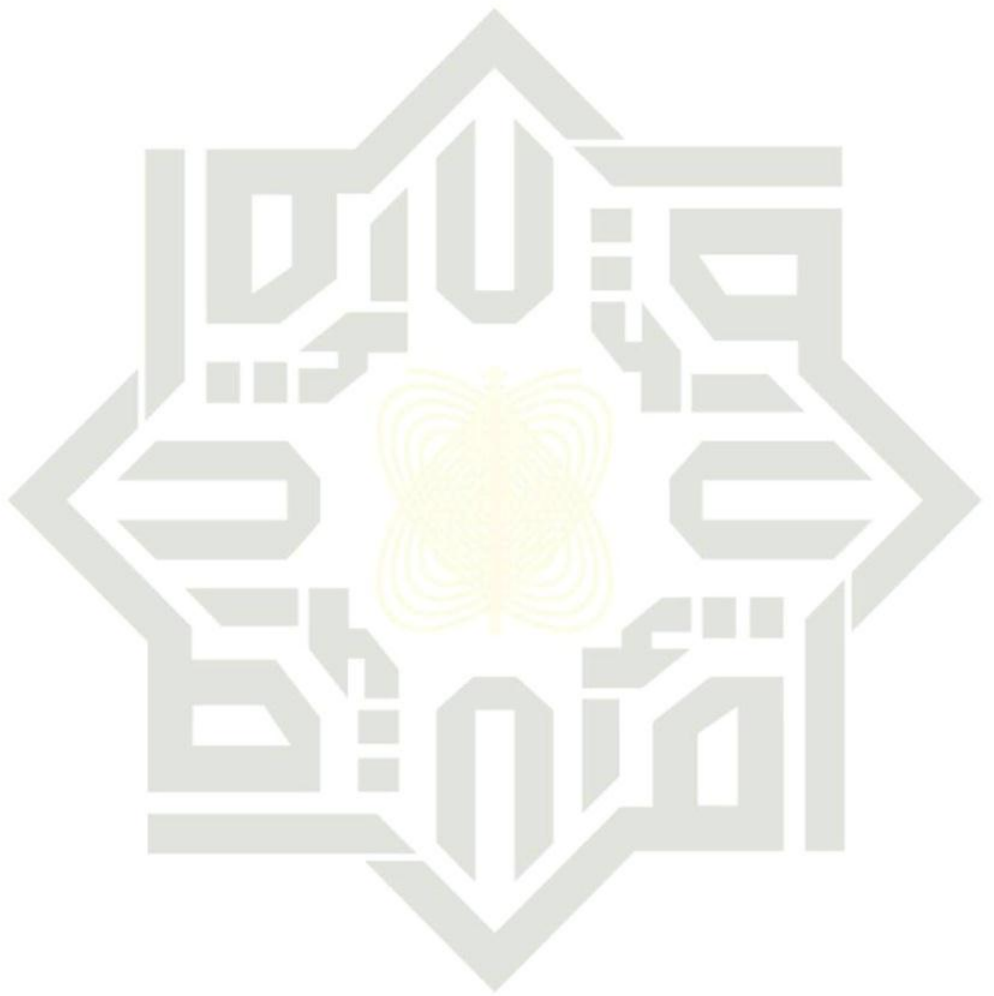
Tabel 3.1	Daftar Narasumber	32
Tabel 4.1	Daftar Pimpinan dan Pejabat Kanwil Kemenag Riau	42
Tabel 4.2	Daftar Staf Humas Subbagian Umum dan Humas Kanwil Kemenag Riau	43
Tabel 5.1	Daftar Penambahan Subscribers.....	68



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	100
Lampiran 2 Dokumentasi	107
Lampiran 3 Riwayat Hidup Penulis	113



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara drastis cara komunikasi dan interaksi antara organisasi dan masyarakat. Di era informasi saat ini, masyarakat di berbagai belahan dunia semakin mengandalkan platform digital untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi. Menurut data *Pew Research Center* (2023), 95% orang dewasa di Amerika Serikat menggunakan internet, dengan lebih dari 80% di antaranya mengakses informasi melalui media digital seperti YouTube (Gottfried 2024). Di Indonesia, Survei APJII tahun 2024 mencatat bahwa jumlah pengguna internet telah mencapai 221,6 juta jiwa, atau sekitar 79,5% dari total populasi nasional (APJII 2024).



Gambar 1.1 Tingkat penetrasi internet

Sumber : Data survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Temuan ini menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi bagian integral dari aktivitas masyarakat sehari-hari, di mana mayoritas pengguna aktif mengakses konten melalui media sosial dan platform digital seperti YouTube, termasuk dalam hal memperoleh informasi dari lembaga pemerintah.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu pada tahun 2021, disebutkan bahwa Humas Kanwil Kemenag perlu lebih aktif dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat dan meningkatkan penggunaan media sosial (Nabila 2021). Hal ini menunjukkan masih perlunya pengembangan media komunikasi digital di lingkungan Kanwil Kemenag Provinsi Riau, khusus nya dalam branding instansi melalui podcast. Sejalan dengan itu, penelitian ini mengkaji pemanfaatan podcast sebagai media komunikasi digital dalam upaya meningkatkan branding instansi, podcast dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan program, menyebarkan informasi, edukasi, prestasi, dan citra positif Kanwil Kemenag Provinsi Riau kepada masyarakat luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi undang-undang
State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Dengan memanfaatkan podcast, Kanwil Kemenag Provinsi Riau dapat menjangkau audiens yang lebih luas, menyebarkan informasi, membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, dan memperkuat citra positif mereka di mata publik. Hal tersebut terlihat dari respon positif yang diberikan audiens setiap episode video podcast program *Bincang Prestasi*, salah satu audiens mengatakan di kolom komentar “*Kanwil kemenag provinsi riau oke*”. Keberadaan podcast juga membawa warnanya sendiri karena bekerja dengan kemasan kreatif dalam bentuk bincang-bincang.

Program ‘Bincang Prestasi’ merupakan salah satu inisiatif yang diharapkan dapat memanfaatkan potensi podcast dalam menyampaikan informasi mengenai prestasi dan kegiatan Kemenag. Podcast berfungsi tidak hanya sebagai cara rekreasi, tetapi juga dapat memberikan pengetahuan dan informasi melalui berbagai topik dan diperlukan oleh (Fauzi dan Harfan 2020) “*Bincang Prestasi*” difokuskan untuk mengangkat kisah sukses dan pencapaian individu maupun lembaga di lingkungan Kemenag Riau. Publik seperti Aparatur Sipil Negara (ASN), tenaga pendidik, siswa/I sekolah, serta masyarakat umum dapat melihat melalui program ini. Humas Kanwil Kemenag Riau berupaya membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik.



Gambar 1.2 Profil akun YouTube Kemenag Riau

Sumber : Observasi di Aplikasi YouTube

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau memiliki akun Youtube yakni @kemenagriau6394. Sebagai media komunikasi digital, kanal Youtube resmi @kemenagriau6394 digunakan oleh Humas Kanwil Kemenag Riau untuk menjangkau masyarakat secara lebih efektif dan mendekatkan diri kepada publik.

Menariknya, belum banyak Kanwil Kemenag lain yang memiliki program podcast, khususnya *Bincang Prestasi* yang hanya ada di Kanwil Kemenag Riau. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga mengedepankan storytelling prestasi untuk membangun citra positif dan keterlibatan audiens secara personal. Sebaliknya, program podcast di Kanwil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemenag Kepri, seperti *Teh Obeng* dan *Sembang Sepinang*, lebih fokus pada penyampaian informasi dan kebijakan secara umum dengan format bincang santai dan edukatif tanpa penekanan pada branding institusi melalui narasi prestasi. Dengan demikian, *Bincang Prestasi* menjadi inovasi komunikasi digital yang unik dan relevan untuk diteliti sebagai strategi branding kelembagaan.

Sementara itu, elemen brand terkait erat dengan konsep yang mempromosikan citra organisasi atau instansi dalam ruang publik (Setyanto, Anggarina, dan Valentina 2017). Dalam konteks ini, branding menjadi aspek yang sangat penting bagi institusi pemerintah, termasuk Kementerian Agama. Menurut (Kotler & Keller, 2016) dalam (Winata dan Fadhli 2024) branding yang kuat tidak hanya membantu membangun citra positif, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut.

Hubungan masyarakat (Humas) dalam sebuah pemerintahan bertanggung jawab untuk memberikan informasi dan menjelaskan kepada publik terkait dengan kebijakan tentang langkah-langkah atau tindakan yang dilakukan oleh pemerintah dan mencoba mengembangkan hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dan audiensi mereka dengan memberikan publik (komunitas) yang dibuat oleh lembaga pemerintah (Amin 2016). Dalam perkembangan informasi publik berbasis media saat ini, peran humas digital diperlukan untuk mengatur strategi komunikasi digital yang efektif (Indrajayani 2019). Salah satu cara efektif untuk membangun branding yang dilakukan oleh humas adalah melalui penggunaan media digital, seperti podcast. Menurut (Brown dan Green 2008) podcast merupakan audio atau video yang diupload dan dapat diakses baik melalui langganan maupun tidak dengan menggunakan perangkat elektronik. Podcast menawarkan format yang fleksibel dan menarik, memungkinkan institusi untuk menyampaikan informasi dan cerita mereka dengan cara yang lebih personal dan interaktif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penelitian dengan judul **“KOMUNIKASI DIGITAL MELALUI PODCAST YOUTUBE PADA PROGRAM ‘BINCANG PRESTASI’ DALAM UPAYA MEMBENTUK BRANDING KANWIL KEMANAG RIAU”** untuk mengkaji pemanfaatan komunikasi digital melalui program podcast ‘Bincang Prestasi’ sebagai strategi dalam membangun branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi digital di institusi pemerintah, khususnya dalam memahami peran media digital dalam membangun citra positif instansi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.2 Fokus Penelitian dan Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada analisis penerapan Pemanfaatan komunikasi digital melalui podcast Youtube pada program "*Bincang Prestasi*" oleh Kanwil Kemenag Provinsi Riau dalam upaya membentuk branding instansi. Kajian ini akan menyoroti strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam podcast, peran podcast sebagai alat branding, serta manfaat podcast dalam membangun citra positif instansi di mata publik.

Objek penelitian ini adalah proses pemanfaatan podcast di Youtube sebagai media komunikasi digital dalam membangun branding institusi pada program Bincang Prestasi. Subjek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat langsung dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan program podcast Bincang Prestasi di Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau.

1.3 Penegasan Istilah

1. Komunikasi Digital

Menurut (Andi Asari et al., 2023) komunikasi digital dapat diartikan sebagai proses pemindahan pesan atau informasi dari komunikator ke komunikan melalui media digital. Proses penyampaian pesan melalui komunikasi digital lebih cepat tersalurkan kepada penerima. Selain itu bermacam-macam fitur teknologi yang digunakan membuat pesan atau informasi akan tersampaikan dengan cara yang berbeda dan menarik, sehingga membuat komunikasi digital lebih unggul dalam penyampaian pesannya.

2. Branding

Branding adalah serangkaian kegiatan untuk membangun dan meningkatkan identitas merek dengan kisaran yang sangat luas, termasuk nama dagang, logo, karakter dan kesadaran konsumen (Sulistio 2021). Branding juga merupakan strategi baru perusahaan untuk mendapatkan dan memelihara audiens. Ada banyak keuntungan dari gambar merek, termasuk memberikan identitas untuk produk atau layanan yang disediakan, dengan mentransmisikan nilai, dan di atas semua pengaturan komunikasi dengan audiens.

3. Humas

Humas (Hubungan Masyarakat) menurut berbagai sumber jurnal adalah fungsi manajemen yang berperan membangun, memelihara, dan mengelola komunikasi dua arah yang efektif antara organisasi dengan publiknya untuk menciptakan pengertian, kepercayaan, dan citra positif. Humas bertugas menjaga keserasian antara organisasi dan publik dengan cara

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mengidentifikasi sikap publik, merencanakan program komunikasi, serta menanggapi opini dan isu yang berkembang demi mendukung tujuan organisasi.

4 Youtube

YouTube adalah salah satu layanan Google yang memfasilitasi pengguna untuk mengunduh video gratis dan dapat diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia (Nanuru 2017).

5 Podcast

Menurut (Ramadhan 2024) Podcast berfungsi sebagai media yang digunakan untuk memberikan informasi dan juga pengetahuan yang dibutuhkan oleh para pendengarnya. Podcast biasanya disajikan dalam bentuk serial dengan episode-episode yang membahas topik tertentu, seperti pendidikan, hiburan, atau berita, memungkinkan pendengar untuk memilih konten sesuai minat mereka dan mendengarkannya kapan saja. Podcast juga dikategorikan sebagai radio daring yang berisi materi audio dan video yang dikemas secara menarik kemudian disiarkan melalui internet dan dapat diakses langsung menggunakan media portable.

Penggunaan podcast di YouTube sebagai media komunikasi digital menunjukkan bahwa instansi pemerintah mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi untuk memperkuat identitas dan citra mereka di masyarakat. Melalui media YouTube, podcast "Bincang Prestasi" memanfaatkan fitur visual dan audio untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta meningkatkan keterlibatan publik dengan konten yang lebih menarik dan interaktif

6 Program Bincang Prestasi

Bincang Prestasi adalah sebuah program podcast yang diselenggarakan oleh Kantor Wilayah Kementerian Agama (Kanwil Kemenag) Provinsi Riau dan disiarkan melalui kanal YouTube resmi @kemenag.riau dalam bentuk Audio-visual. Program ini bertujuan untuk mengangkat dan mengapresiasi berbagai prestasi yang diraih oleh individu maupun institusi di bawah naungan Kemenag Riau, seperti madrasah, pegawai, serta siswa-siswi berprestasi.

Melalui format wawancara interaktif, Bincang Prestasi menghadirkan narasumber yang telah mencapai keberhasilan di berbagai bidang, baik akademik maupun non-akademik. Konten dalam podcast ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi digital Kanwil Kemenag Riau dalam membangun branding

institusi. Dengan menampilkan figur-figur inspiratif dan kisah sukses, program ini bertujuan untuk membentuk citra positif Kemenag Riau sebagai instansi yang mendukung prestasi dan inovasi.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana pemanfaatan podcast sebagai media komunikasi digital oleh Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau melalui program Bincang Prestasi dalam membangun branding instansi?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pemanfaatan podcast sebagai media komunikasi digital yang dilakukan oleh Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau melalui program Bincang Prestasi dalam membangun branding instansi.

1.6 Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau perbandingan bagi studi yang akan datang, khususnya dalam bidang komunikasi digital dan branding instansi pemerintah. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya kajian akademis di Jurusan Ilmu Komunikasi mengenai penggunaan podcast sebagai alat komunikasi digital.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Humas Kanwil Kemenag Provinsi Riau dalam mengoptimalkan podcast sebagai Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi instansi pemerintah lainnya dalam menerapkan strategi komunikasi digital yang lebih efektif melalui podcast.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis memerlukan landasan yang kuat berupa kajian-kajian ilmiah sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian, yaitu komunikasi digital, podcast sebagai media komunikasi, serta upaya branding institusi publik. Kajian terdahulu digunakan sebagai bahan perbandingan dan acuan untuk memahami perkembangan penelitian di bidang ini sekaligus sebagai pijakan teoritis dalam menyusun kerangka pemikiran. Selain itu, kajian-kajian tersebut juga menjadi sumber informasi dan inspirasi dalam menyusun arah serta fokus penelitian secara lebih sistematis.

Penelitian terdahulu juga membantu penulis dalam melihat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar penting dalam menentukan keunikan dan kontribusi penelitian ini. Dengan menganalisis hasil penelitian sebelumnya, penulis dapat mengetahui bagaimana komunikasi digital melalui media seperti podcast dan YouTube telah dimanfaatkan dalam konteks lain, baik oleh instansi pemerintah maupun lembaga swasta. Hal ini penting agar penelitian yang dilakukan tidak mengulang sepenuhnya penelitian yang telah ada, melainkan melengkapi, memperluas, atau memperdalam aspek tertentu yang belum banyak dikaji.

Penyebutan dan pembahasan sejumlah penelitian terdahulu ini juga bertujuan untuk menunjukkan orisinalitas dan posisi penelitian penulis dibandingkan dengan penelitian lainnya. Melalui kajian tersebut, akan terlihat letak perbedaan baik dari segi objek, pendekatan, metode, hingga fokus pembahasan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru dalam kajian komunikasi digital, khususnya dalam konteks pemanfaatan podcast pada program “*Bincang Prestasi*” sebagai strategi branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau. Hal tersebut bisa dilihat sebagai berikut:

1. Strategi Humas Kanwil Kemenag Provinsi Riau dalam Penyebarluasan Informasi Melalui Media Online

Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Herliana Putri Nabila pada tahun 2021 meneliti strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Kanwil Kemenag Provinsi Riau dalam menyampaikan informasi kepada publik melalui media online (Nabila 2021). Dalam penelitian ini, strategi komunikasi yang digunakan antara lain adalah *publicity* (publikasi informasi), *persuasion*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(membujuk secara halus), argumentation (penjelasan rasional), dan image (pembentukan citra lembaga). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada bagaimana Humas menjalin komunikasi dengan masyarakat secara efektif dan terbuka, khususnya dalam konteks informasi keagamaan dan layanan publik.

Dalam pelaksanaannya, Humas Kemenag Riau menggunakan media sosial dan website resmi sebagai saluran utama. Penelitian ini juga mengungkapkan pentingnya kepekaan terhadap kebutuhan masyarakat serta responsif terhadap isu yang berkembang. Namun, penelitian ini belum mengangkat pemanfaatan media komunikasi berbasis audio visual seperti podcast maupun YouTube, yang saat ini tengah menjadi bagian penting dari transformasi komunikasi digital. Dapat terlihat bahwa persamaan penelitian ini terletak pada lokasinya. Sedangkan perbedaannya, penelitian ini berfokus pada strategi humas secara umum dalam menggunakan media online, namun belum menyoroti penggunaan podcast sebagai media digital spesifik. Penelitian penulis lebih menitik beratkan pada komunikasi digital berbasis audio-visual melalui podcast YouTube dan hubungannya dengan pembentukan branding institusi.

2. Peran Podcast sebagai Media Penyebaran Informasi Program Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung

Dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Bella Ayu Santhia dan Dewi K. Soedarsono pada tahun 2022 meneliti pemanfaatan podcast oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyampaikan program-program kerja kepada masyarakat. Podcast dipilih karena sifatnya yang fleksibel, dapat diakses kapan saja, dan memiliki daya tarik bagi kalangan muda, khususnya Gen Z (Santhia dan Soedarsono 2022). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, serta teknik wawancara dan observasi dalam pengumpulan datanya.

Podcast yang dibuat oleh Dinas Kominfo Bandung tidak hanya berbentuk audio, namun juga dikonversi menjadi video yang diunggah ke YouTube. Mereka mengangkat konten seperti inovasi para lurah, sharing dengan CPNS, dan informasi program kerja lainnya. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap aktivitas pemerintah melalui media yang lebih santai dan komunikatif. Persamaan dan perbedaan penelitian ini yaitu meskipun menggunakan podcast dan YouTube sebagai media digital seperti penelitian penulis, penelitian ini berfokus pada penyebaran informasi, bukan pada upaya membentuk branding institusi secara eksplisit. Selain itu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

objek penelitiannya adalah lembaga pemerintah daerah (pemkot), sementara penelitian penulis menyoroti lembaga vertikal kementerian.

3. Podcast dan Personal Branding Pelaku UMKM dengan Pendekatan Content Marketing

Dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Peny Meliaty Hutabarat (2021) bertujuan mengeksplorasi potensi podcast sebagai media content marketing untuk membangun personal brand pelaku UMKM (Hutabarat 2021). Dalam penelitian ini, podcast diposisikan sebagai alat strategis untuk menyampaikan nilai dan keunikan usaha secara konsisten, membangun kedekatan dengan audiens, dan memperluas jangkauan pasar. Pelaku UMKM yang aktif, konsisten, dan memberikan konten bermanfaat akan menciptakan saluran komunikasi tambahan yang dapat menarik dan mempertahankan konsumen.

Penelitian ini menggabungkan pendekatan deskriptif dengan kajian terhadap bagaimana audiens merespons konten podcast yang dibuat oleh pelaku UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa podcast mampu membangun kepercayaan publik melalui komunikasi yang otentik dan berkelanjutan. Branding yang kuat mempermudah audiens mengenali, mengingat, dan percaya terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Persamaan perbedaan penelitian ini berfokus pada personal branding individu (UMKM) dan bukan pada branding institusi. Podcast diposisikan dalam konteks bisnis mikro, sedangkan penelitian penulis memposisikan podcast sebagai alat komunikasi digital untuk membentuk branding lembaga pemerintah (Kanwil Kemenag Riau).

4. Borobudur dalam Budaya Digital: Merancang Podcast YouTube untuk Komunikasi Arkeologi Publik

Dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Bambang Kasatriyanto dan Arif Ardy Wibowo pada tahun 2021 mengangkat bagaimana media sosial seperti YouTube dimanfaatkan untuk merancang podcast “Busur” sebagai bentuk komunikasi publik mengenai pelestarian dan edukasi Candi Borobudur (Kasatriyanto dan Wibowo 2021). Penelitian ini mendeskripsikan tahapan produksi podcast mulai dari pra-produksi (penentuan ide, narasumber, naskah), produksi (pengambilan video dan audio), hingga pasca-produksi (editing dan distribusi konten ke YouTube).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mendekatkan masyarakat pada Informasi dan pengetahuan tentang arkeologi yang sebelumnya dianggap jauh dari jangkauan publik. Konten dikemas secara santai dan menarik dengan pendekatan visual-audio yang bisa diakses secara luas. Ini menjadikan podcast

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai alat penyebaran informasi budaya yang modern dan efektif. Persamaan dan perbedaannya, penelitian ini lebih menekankan aspek edukasi budaya dan penggunaan podcast sebagai media publikasi hasil penelitian arkeologi. Tidak ada fokus pada branding kelembagaan atau institusional, sehingga berbeda secara tujuan dengan penelitian penulis yang ingin melihat bagaimana podcast dapat memperkuat citra lembaga pemerintah.

5. Strategi Komunikasi Podcast Manusia Keju dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital

Dalam jurnal ilmiah yang ditulis oleh Wahyu Nur Syarafina dkk. Pada tahun 2021 melakukan studi kasus pada podcast independen “Manusia Keju”, yang merupakan podcast monolog dengan tema kehidupan sehari-hari (Syarafina et al. 2021). Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan untuk mempertahankan eksistensi podcast tersebut di tengah persaingan digital yang semakin ketat. Strategi yang digunakan mencakup pemilihan konten yang relatable, storytelling, promosi melalui media sosial, dan word of mouth di lingkungan terdekat.

Podcast “Manusia Keju” menjadi representasi media baru yang lahir dari kreativitas individu tanpa dukungan institusi formal. Penelitian ini menyoroti bagaimana podcast mampu membentuk basis audiens setia melalui pendekatan konten yang jujur dan emosional. Penelitian ini juga menunjukkan pentingnya adaptasi dan inovasi dalam mempertahankan media digital berbasis audio. Persamaan dan perbedaannya fokus penelitian ini adalah pada eksistensi podcast independen, bukan pada podcast yang dibuat oleh lembaga pemerintah. Tidak ada pembahasan tentang fungsi podcast dalam membentuk branding institusi, yang justru menjadi titik tekan utama dalam penelitian penulis.

Berdasarkan kajian terhadap lima penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital, khususnya podcast, telah menjadi strategi yang berkembang dalam penyampaian informasi dan komunikasi publik. Podcast digunakan dalam berbagai konteks, mulai dari penyebaran informasi pemerintahan, membangun personal branding, hingga edukasi publik dalam bidang kebudayaan. Beberapa penelitian juga menyoroti pentingnya perencanaan komunikasi, pemilihan konten, dan penggunaan media sosial sebagai pendukung efektivitas komunikasi digital.

Namun demikian, dari keseluruhan penelitian yang telah dikaji, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengkaji penggunaan podcast digital dalam program resmi instansi pemerintah, yaitu “Bincang Prestasi”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh Kanwil Kemenag Provinsi Riau, sebagai alat strategis dalam membentuk branding institusi. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut, dengan menitikberatkan pada bagaimana komunikasi digital melalui media podcast dapat dimanfaatkan tidak hanya untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun citra positif dan kredibilitas lembaga publik di mata masyarakat. Dengan kata lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi digital kelembagaan dan strategi branding instansi pemerintah melalui podcast.

2.2 Landasan Teori

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis memerlukan landasan yang kuat berupa kajian-kajian ilmiah sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian, yaitu komunikasi digital, podcast sebagai media komunikasi, serta upaya branding institusi publik. Landasan teori dalam penelitian ini disusun untuk memberikan dasar konseptual dan kerangka berpikir yang kuat dalam menganalisis fenomena komunikasi digital melalui podcast, khususnya dalam upaya membentuk branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau. Selain itu, kajian-kajian tersebut juga menjadi sumber informasi dan inspirasi dalam menyusun arah serta fokus penelitian secara lebih sistematis.

2.2.1 Teori *New Media*

Teori *New Media* atau "media baru", adalah kerangka teori utama penelitian ini. Istilah ini secara umum mengacu pada semua jenis media massa yang bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi, dengan internet sebagai contoh utamanya. Dengan munculnya internet dan pemanfaatannya sebagai media komunikasi antar manusia, teori media baru ini berkembang. Adanya internet membuat interaksi antar individu lebih mudah, bahkan tanpa memerlukan pertemuan tatap muka sebelumnya.

New Media adalah media online yang fleksibel dan interaktif yang dapat digunakan secara publik maupun privat melalui internet (Mondry, 2008:13). Teori ini menunjukkan betapa pentingnya teknologi komunikasi kontemporer dalam mempengaruhi cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan berpromosi, khususnya dalam hal branding. Peneliti Pierre Levy menghasilkan teori media baru. Menurut teori ini, mengkaji evolusi media dan komunikasi kontemporer. Menurut pandangan Pierre Levy, (Sya et al. 2020) ada dua perspektif dalam teori *new media*:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pandangan Interaksi Sosial

Konsep ini mengkategorikan media berdasarkan seberapa mirip mereka dengan interaksi tatap muka langsung. Levy menganggap World Wide Web (WWW) sebagai ruang data yang fleksibel, terbuka, dan dinamis, yang memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi pengetahuan baru, sehingga interaksi sosial di media baru menjadi hal yang lumrah. Ini adalah perbedaan utama antara model interaksi di media baru dan model interaksi tatap muka langsung adalah bahwa media baru membuat lingkungan yang lebih fleksibel dan terbuka bagi pengguna untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi.

Interaksi sosial dalam pandangan Levy merujuk pada proses komunikasi timbal balik yang terjadi dalam ruang digital. Media baru, seperti internet dan platform podcast, memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga berperan aktif sebagai partisipan yang dapat memberikan umpan balik, komentar, atau bahkan berkontribusi dalam konten. Dalam konteks ini, podcast bukan hanya media penyampaian informasi satu arah, tetapi juga ruang dialog yang membuka partisipasi publik, memperkuat hubungan antara institusi dan audiensnya.

2. Pandangan Integrasi Sosial

Menurut perspektif ini, media tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi atau memberikan informasi, mereka juga dianggap sebagai ritual atau cara orang menggunakannya untuk membentuk masyarakat seperti branding, menciptakan berbagai jenis interaksi sosial seperti bertukar pesan, dan menciptakan rasa hubungan antara satu sama lain. Dengan kata lain, media sosial dan teknologi komunikasi kontemporer memfasilitasi pembentukan komunitas dan interaksi sosial dengan cara yang berbeda dari cara tradisional.

Integrasi sosial menurut Levy adalah hasil dari interaksi yang intens dan berkelanjutan di ruang digital, yang kemudian membentuk solidaritas, identitas kolektif, dan rasa kebersamaan dalam komunitas virtual. Misalnya, ketika podcast 'Bincang Prestasi' secara konsisten menghadirkan konten seputar pencapaian dan nilai-nilai positif Kanwil Kemenag Riau, maka pendengar (khususnya masyarakat Riau) secara perlahan terlibat secara emosional dan merasa menjadi bagian dari narasi institusi tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.2 Ruang Lingkup Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah proses pengiriman pesan atau data dari komunikator ke komunikator melalui media digital. Komunikasi digital sangat berbeda dari komunikasi tradisional. Perbedaan pertama terletak pada cara data digabungkan, dikemas, dan dipresentasikan. Komunikasi digital berbeda dari komunikasi tradisional karena dapat diakses dan ditransmisikan dengan cepat atau pada waktu yang berbeda dari koresponden mengirimkannya (Andi Asari et al., 2023). Komunikasi digital juga lebih cepat dan nyaman, dan berbagai fitur teknologi memungkinkan pesan dikemas dan disampaikan dengan cara yang unik dan menarik.

1. Unsur Komunikasi

Hardiyansyah 2015 dalam (Wahyono dan Aditia 2022) menjelaskan bahwa komunikasi memiliki pengaruh penting terhadap kualitas pelayanan publik. Besarnya pengaruh tersebut ditentukan oleh lima unsur utama, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Dalam konteks pelayanan, kualitas pelayanan sangat bergantung pada kualitas dari kelima unsur komunikasi tersebut. Artinya, agar pelayanan publik berkualitas, maka komunikator yang menyampaikan informasi, isi pesan yang disampaikan, media yang digunakan, penerima pesan (komunikan), serta dampak atau efek dari komunikasi tersebut harus memiliki mutu yang baik dan saling mendukung satu sama lain. Dalam konteks pelayanan publik, kelima unsur komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek dapat dijelaskan sebagai berikut menurut Hardiyansyah 2015 dalam (Wahyono dan Aditia 2022):

a. Komunikator

Komunikator bisa disebut sebagai pengirim pesan atau dalam suatu proses komunikasi dari pengirim pesan. Komunikator di sektor publik merupakan kelompok Individu yang terorganisasi atau dapat disebut sebagai birokrasi publik, dan berfungsi untuk mengirim/ menyampaikan informasi sekaligus menyediakan layanan (melayani) berbagai hal yang diperlukan oleh masyarakat sebagai penduduk dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan lembaga tersebut sesuai dengan prinsip persamaan.

Dalam komunikasi pelayanan publik, aparatur seharusnya berfungsi dan bertindak sebagai komunikator publik yang memiliki tingkat empati yang tinggi. Menjadi pemerintahan tentunya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berhadapan dengan masyarakat, Karena peran aparat sebagai seorang komunikator yang peka, sehingga aparat merupakan pihak yang mengirim dengan berfungsi sebagai inisiatif komunikasi kepada masyarakat secara luas.

Dalam penelitian ini, komunikator yang dimaksud adalah individu-individu yang berperan sebagai narasumber atau pembicara dalam podcast Bincang Prestasi yang diproduksi oleh Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau. Komunikator tersebut terdiri atas siswa/i berprestasi serta Aparatur Sipil Negara (ASN) berprestasi di bidang pendidikan. Mereka berperan sebagai pengirim pesan yang menyampaikan pengalaman, capaian, serta nilai-nilai positif terkait prestasi dan pendidikan kepada publik. Sebagai bagian dari sektor publik, para komunikator ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merepresentasikan citra institusi melalui pesan-pesan yang dibangun dalam komunikasi digital. Oleh karena itu, peran komunikator dalam penelitian ini menjadi penting karena mereka berfungsi sebagai inisiator komunikasi yang diharapkan mampu membangun kepercayaan, empati, serta citra positif Kanwil Kemenag Provinsi Riau di mata masyarakat.

b. Pesan layanan publik

Pesan memiliki peran penting dalam proses komunikasi, pada kenyataannya komunikasi itu sendiri merupakan aktivitas untuk menyampaikan informasi. Informasi bisa berupa tulisan atau ucapan, baik dalam bentuk pesan yang berbentuk simbol/ikon, bunyi, sinema, serta foto. Di mana pesan bertujuan untuk mengubah perilaku dan sikap seseorang (publik).

Dalam penelitian ini, pesan yang dimaksud disampaikan melalui media podcast Bincang Prestasi yang diproduksi oleh Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau. Pesan tersebut disajikan dalam bentuk audio dan audio-visual, berupa tuturan lisan para narasumber yang membahas pengalaman, capaian prestasi, serta nilai-nilai positif di bidang pendidikan. Pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga bertujuan untuk membangun pemahaman, membentuk persepsi, serta menciptakan citra positif Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau di mata masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Media Komunikasi Layanan Publik

Fasilitas serta sarana yang digunakan untuk menciptakan, menggandakan, mendistribusikan dan menyampaikan informasi dalam proses pelayanan umum disebut sebagai media komunikasi publik. Peran media komunikasi berdampak pada kehidupan manusia. Saat era teknologi yang semakin maju dalam mengolah pengiriman informasi semakin efisien. Teknologi komunikasi jarak jauh merupakan teknologi yang paling diminati untuk penyampaian dan pengiriman informasi atau berita karena kemajuan teknologi telekomunikasi, beralih menjadi lebih mudah, ekonomis, cepat, tepat, dan akurat.

Dalam penelitian ini, media komunikasi yang digunakan adalah podcast Bincang Prestasi yang disiarkan melalui aplikasi YouTube. YouTube sebagai media digital memungkinkan penyampaian pesan dalam bentuk audio dan audio-visual, sehingga informasi dapat diterima secara lebih menarik dan fleksibel oleh audiens. Pemanfaatan platform YouTube sebagai media komunikasi digital sejalan dengan karakteristik New Media, yang bersifat interaktif, mudah diakses, serta memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung melalui fitur komentar. Melalui media ini, Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau dapat menjangkau audiens internal maupun eksternal secara lebih luas dalam upaya membangun komunikasi dan branding instansi.

d. Komunikasikan dalam Pelayanan Publik (*Audiens*)

Komunikasikan sering disebut dengan istilah penerima, target, pembaca, pendengar, atau pemirsa. *audience*, pengurai, atau penonton. Komunikasikan merupakan salah satu pelaku dalam proses komunikasi, karena unsur komunikasikan dalam proses komunikasi harus diperhatikan, karena keberhasilan suatu proses komunikasi, di antaranya dipengaruhi oleh elemen komunikasikan. Peran antara pengirim pesan dan komunikasi memiliki sifat dinamis, saling berinteraksi.

Dalam penelitian ini, komunikasikan atau audiens yang menjadi sasaran penerima pesan dalam podcast Bincang Prestasi terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu audiens internal dan audiens eksternal. Audiens internal meliputi siswa/i di lingkungan Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau, mulai dari jenjang Madrasah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ibtidaiyah Negeri (MIN), Madrasah Tsanawiyah (MTs), hingga Madrasah Aliyah Negeri (MAN), serta Aparatur Sipil Negara (ASN), baik pegawai maupun guru. Sementara itu, audiens eksternal mencakup masyarakat umum yang aktif menggunakan media digital dan mengakses konten podcast sebagai bagian dari komunikasi digital yang dilakukan oleh Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau.

e. Efek Komunikasi Pelayanan Publik

Efek merupakan perbedaan antara pikiran, perasaan, dan tindakan yang dilakukan oleh komunikan (penerima pesan) sebelum serta sesudah mendapatkan pesan. Efek merupakan suatu kepastian dalam komunikasi. Setiap proses komunikasi memiliki maksud-maksud tertentu, demikian juga dengan komunikasi. Komunikasi bertujuan untuk menyelaraskan pemahaman. Komunikasi yang efektif merupakan komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan apa yang ingin dicapai.

Dalam konteks penelitian ini, efek komunikasi pelayanan publik dipahami melalui umpan balik (feedback) yang diberikan oleh audiens terhadap konten podcast Bincang Prestasi. Feedback tersebut muncul dalam bentuk komentar, tanggapan, dan interaksi audiens pada platform digital. Umpan balik ini digunakan sebagai gambaran respons audiens terhadap pesan yang disampaikan, baik yang berkaitan dengan pemahaman, ketertarikan, maupun pembentukan citra positif terhadap Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau sebagai penyelenggara pelayanan publik di bidang pendidikan.

2. Faktor Pendukung Komunikasi

Setidaknya, terdapat beberapa faktor penting yang bisa mendukung dalam berkomunikasi. Ini mencakup:

- a. Dalam dunia yang semakin terglobalisasi, kemajuan ekonomi bergantung pada informasi yang menjadi kunci untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, sekaligus memastikan kualitas tinggi dan harga yang kompetitif.
- b. Infrastruktur yang luas tersedia. Pada masa ini, komunikasi mendapat keuntungan dari keberadaan infrastruktur yang mudah diakses, seperti kemudahan menggunakan internet.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sumber Daya Manusia (SDM). Di era digital saat ini, perhatian terhadap kecerdasan manusia (human intelligence) semakin meningkat. Artinya, setiap individu dituntut untuk memiliki kompetensi di berbagai bidang sekaligus (multi-talenta), bukan hanya menguasai satu bidang pekerjaan saja.
- d. Memuaskan rasa ingin tahu. Saat ini, banyak orang cenderung lebih memilih mencari informasi sendiri untuk melengkapi pengetahuan mereka, meskipun informasi yang diperoleh seringkali bersifat parsial atau tidak sepenuhnya lengkap.
- e. Persyaratan Perdagangan Komunitas. Kini, internet tidak hanya berfungsi untuk menunjang aktivitas kerja dan bisnis, tetapi juga menjadi sarana penting dalam berbagai kegiatan sosial.

3. Konsep Komunikasi Digital

Konsep komunikasi digital merupakan bagian penting dalam dunia komunikasi modern, termasuk penggunaan internet. Internet memungkinkan manusia untuk berinteraksi dengan mudah, tanpa terhalang oleh jarak maupun waktu, sehingga hampir setiap orang di berbagai penjuru dunia dapat saling berkomunikasi dengan cepat. Saat ini, komunikasi tidak hanya terbatas pada berbicara semata; kemajuan teknologi telah mendorong transformasi dalam cara manusia berkomunikasi. Komunikasi digital kini melibatkan kolaborasi dan pengiriman pesan melalui berbagai perangkat tambahan seperti komputer pribadi (PC), ponsel, situs web, dan lainnya. Mulayana dalam (Andi Asari et al., 2023) komunikasi adalah proses pertukaran ide, makna, atau informasi antar individu. Dengan kata lain, komunikasi tradisional berbeda dengan komunikasi digital modern dalam beberapa aspek, antara lain:

- a. Dari segi prosesnya, di masa lalu surat dikirim dengan lambat dan penuh pertimbangan. Namun sekarang, kita dapat berkomunikasi dengan cepat dan tanpa hambatan.
- b. Dari segi gaya, komunikasi di masa lalu cenderung formal dan tegas, sementara saat ini, komunikasi lebih halus dan mengalir dengan penggunaan kata dan suara yang lebih tepat.
- c. Mengenai tujuannya, pada masa lalu, komunikasi hanya berfokus pada penyampaian informasi. Kini, dengan berbagai fitur baru, termasuk radio, kita bisa mengetahui lokasi kita, dan inti dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi modern adalah menjadi sumber informasi yang dibutuhkan orang lain.

4. Karakteristik Dasar komunikasi digital

Dari sisi waktu, komunikasi di era digital menunjukkan perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan komunikasi pada masa sebelumnya. Dalam era modern ini, terdapat tiga karakteristik utama yang menjadi ciri khas, sebagaimana dijelaskan Amalia dalam (Andi Asari et al., 2023) berikut ini:

- a. Saat ini, kecepatan komunikasi lebih tinggi. Ini menggambarkan perubahan signifikan yang terjadi dibandingkan dengan cara berkomunikasi di masa lalu, di mana seseorang harus menunggu waktu tertentu untuk menerima informasi. Sekarang, konsumen menginginkan proses yang lebih sederhana tanpa perlu penjelasan panjang. Oleh karena itu, di era digital, konten sebaiknya disiapkan terlebih dahulu sebelum komunikasi, sehingga pembicaraan hanya dilakukan saat diperlukan.
- b. Kemudahan (nyaman). Dulu, surat-surat berkaitan erat dengan organisasi. Namun, di dunia digital saat ini, hal tersebut tidak lagi relevan. Interaksi sekarang perlu disederhanakan untuk membuatnya lebih mudah. Sebagai contoh, jika sebelumnya persetujuan memerlukan lima tahap, kini proses tersebut dapat diselesaikan hanya dalam dua tahap berkat otomatisasi. Teknologi modern mempermudah aktivitas sosial, seperti memesan makanan secara online dan mengantarkannya langsung ke rumah Anda, tanpa perlu mengantri.
- c. Kesederhanaan. Di era digital ini, bukan hanya komunikasi yang menjadi lebih mudah, tetapi juga penampilan manusia yang lebih sederhana. Pertama, kecepatan. Salah satu aspek utama dari komunikasi digital adalah kecepatan. Istilah "cepat" mengacu pada kemampuan untuk menyelesaikan permintaan dalam waktu singkat. Kedua, kemudahan. Era digital juga memberikan kenyamanan dalam komunikasi, di mana orang-orang sekarang terbiasa dengan hiburan yang mempermudah proses komunikasi.

2.3 Media Komunikasi Digital (Platform)

Media komunikasi berbasis digital (platform) merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan melalui proses transfer data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara perangkat yang berbeda, guna memudahkan pengguna dalam berinteraksi (Andi Asari et al., 2023). Platform dapat diartikan sebagai wadah digital yang digunakan oleh banyak orang untuk berbagai tujuan. Secara sederhana, platform adalah sarana untuk menjalankan sistem yang telah direncanakan.

Sementara itu, digital platform merujuk pada kumpulan perangkat lunak yang membentuk sistem tertentu. Perangkat lunak ini dapat diakses melalui PC atau perangkat berbasis Android. Jika diakses melalui Android, digital platform biasanya berbentuk aplikasi (Wibawa 2021) Komunikasi dan media komunikasi berbasis digital (platform) adalah dua konsep yang tidak dapat dipisahkan, karena keduanya saling terkait dan berhubungan erat dengan berbagai fasilitas platform digital yang tersedia saat ini (Rahartri 2019).

1. Media Sosial

Media sosial (sosial media) merupakan salah satu jenis platform online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi berbagai jenis konten, seperti teks, audio, gambar, atau gabungan dari semuanya. Media sosial beroperasi dalam dunia maya (online) dan memiliki beberapa fungsi penting, selain sebagai sarana untuk berinteraksi dengan teman atau keluarga. Fungsi lainnya termasuk membangun jaringan sosial, berbagi konten, dan bahkan digunakan sebagai alat untuk mempromosikan usaha atau bisnis melalui kampanye.

Secara umum, (Puntoadi, 2011) dalam (Sari et al. 2018) media sosial memungkinkan berbagai aktivitas dua arah yang mencakup pertukaran informasi, kolaborasi, dan pengenalan antar individu melalui teks, gambar, maupun media audiovisual. Media sosial dimulai dengan tiga konsep utama, yaitu *Sharing*, *Collaborating*, dan *Connecting*. Berikut ini adalah beberapa platform media sosial yang sedang populer saat ini:

- a. Whatsapp. WhatsApp memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan instan dalam berbagai format seperti teks, gambar, video, dan audio, yang bisa diakses secara gratis di perangkat seluler maupun desktop. Aplikasi ini juga mendukung pembuatan grup percakapan serta panggilan suara dan video tanpa biaya di seluruh dunia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Facebook. Facebook adalah salah satu platform media sosial terbesar dengan lebih dari 2,8 miliar pengguna aktif setiap bulan. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten, berinteraksi dengan teman-teman dan keluarga, bergabung dengan grup atau halaman, serta membeli dan menjual produk melalui Facebook Marketplace.
 - c. Instagram. Instagram adalah aplikasi berbasis gambar yang sangat digemari oleh generasi Z, memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video, serta berinteraksi dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung. Instagram juga menawarkan fasilitas untuk berjualan dan beriklan bisnis melalui Instagram Ads.
 - d. Twitter. Twitter adalah platform sosial yang memfasilitasi berbagi informasi dan opini melalui pesan singkat yang disebut "tweet". Pengguna juga dapat mengikuti akun dan topik tertentu serta berinteraksi melalui balasan atau pesan pribadi.
 - e. TikTok. TikTok adalah aplikasi media sosial berbasis video yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek. TikTok dikenal dengan konten kreatif dan lucu, serta menyediakan fitur musik dan filter untuk memperkaya pengalaman pengguna.
 - f. LinkedIn. LinkedIn adalah platform sosial yang fokus pada pengembangan jaringan profesional. Pengguna dapat membuat profil profesional, mengikuti perusahaan atau industri tertentu, dan berhubungan dengan rekan sejawat dalam bidang yang sama.
 - g. Snapchat. Snapchat memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video yang hanya tersedia untuk waktu singkat, menggunakan berbagai filter yang menyenangkan. Pengguna juga dapat berkomunikasi dengan teman-teman melalui pesan langsung dan fitur Snap Map.
 - h. YouTube. YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah dan menonton video berbagai genre secara gratis. YouTube terkenal dengan koleksi video yang sangat bervariasi, mulai dari tutorial, hiburan, musik, hingga vlog. Pengguna juga dapat menghasilkan uang dari video mereka melalui program kemitraan YouTube.
2. Media Sosial (Youtube) sebagai Komunikasi Trend Masa Kini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terkadang, media sosial dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan finansial. Salah satunya adalah YouTube, yang banyak digunakan oleh individu maupun organisasi, termasuk perusahaan, untuk meraup penghasilan. Hal ini dilakukan dengan cara menarik lebih banyak pemirsa melalui video yang menarik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah subscriber dan like. Keuntungan finansial pun tercapai melalui banyaknya penonton, pemberi like, dan subscriber yang didapat.

Saat ini, media sosial menjadi alat komunikasi digital yang paling efektif dan efisien untuk menyebarkan informasi secara luas. Hal ini karena banyak orang di seluruh dunia menggunakan aplikasi seperti WhatsApp dan YouTube untuk bertukar informasi dengan cepat dan langsung. Bahkan, ada kemungkinan dalam 10 hingga 20 tahun ke depan, media tradisional seperti televisi dan radio akan ditinggalkan oleh penggunaanya.

a. Podcast Sebagai Media Komunikasi Digital

1) Definisi dan Keunggulan Podcast

Podcast adalah sebuah bentuk media baru yang mendistribusikan file audio atau video melalui internet, yang dapat diunduh atau diputarkan secara langsung oleh pengguna. Istilah podcast berasal dari gabungan kata “Pod” (yang mengacu pada perangkat iPod) dan “Broadcasting” (penyiaran). Menurut (Syafrina 2022) podcast diartikan sebagai teknologi distribusi konten audio yang bersifat on-demand, diproduksi baik oleh profesional maupun penyiar amatir, dan bisa diakses kapan saja sesuai kebutuhan pendengar.

Di sisi lain, Apple.com juga mendefinisikan podcast sebagai kumpulan episode audio atau video yang tersedia secara online, yang biasanya berisi rekaman orisinal atau salinan dari program seperti acara radio, televisi, kuliah, hingga pertunjukan. Pendengar bisa menikmati berbagai konten dari seluruh dunia dengan mudah dan gratis, sedangkan pembuat podcast bisa menjangkau audiens yang luas dengan metode ini.

Podcast memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya pilihan populer di era digital saat ini. Seperti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dijelaskan oleh Fadilah Efi dalam (Syafriana 2022) keunggulan utama podcast terletak pada fleksibilitasnya, dapat diakses kapan saja, mudah dibawa kemana-mana, dan kontrol penuh ada di tangan pendengar. Selain itu, podcast menawarkan pengalaman multitasking, di mana pendengar bisa menyerap informasi sambil melakukan aktivitas lain, seperti bekerja, berolahraga, atau dalam perjalanan. Keunggulan lainnya adalah dari segi kemasan konten. Podcast biasanya dikemas secara ringan dan menarik, dengan nilai manfaat yang jelas bagi pendengarnya. Ditambah lagi, podcast bebas iklan panjang seperti di radio tradisional, dan topiknya sangat beragam – mulai dari berita, bisnis, pengembangan diri, hingga hiburan sehari-hari. Ini menjadikan podcast bukan hanya sarana hiburan, tapi juga media informasi yang efektif untuk berbagai kalangan, terutama generasi muda dan mahasiswa yang terbiasa dengan mobilitas tinggi.

2) Peran Podcast dalam Branding

Branding digambarkan sebagai proses menciptakan nilai melalui penawaran dan pengalaman konsisten, sehingga pelanggan terdorong untuk melakukan pembelian ulang (Simmons 2007). Merek bukan sekadar nama atau logo, melainkan berkaitan dengan asosiasi dan kesan. Branding membedakan perusahaan dari para pesaingnya. Di dunia digital, branding menjadi lebih penting karena sedikitnya petunjuk fisik yang bisa digunakan konsumen untuk menilai produk atau layanan. Menurut penelitian (Lögberg & Oscar 2020) dalam tesis mereka di Linköping University, podcast menawarkan keunggulan unik karena sifatnya yang personal, fleksibel, dan mampu membangun keterikatan emosional dengan pendengar.

Kehadiran online yang kuat melalui brand membuat perusahaan lebih mudah diingat (top-of-mind) saat konsumen mengambil keputusan pembelian. Podcast berperan besar di sini, karena menciptakan hubungan emosional yang erat dengan pendengar, lebih kuat daripada membaca blog atau iklan biasa. Karena podcast disajikan

dengan gaya percakapan yang personal, kepercayaan terhadap brand dapat dibangun lebih efektif.

Podcast juga memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk menunjukkan keahlian, nilai, dan budaya mereka melalui cerita-cerita autentik. Ini memperkuat brand positioning, meningkatkan kepercayaan audiens, dan membentuk persepsi positif tentang perusahaan. Dalam konteks B2B, di mana kepercayaan adalah faktor penting dalam keputusan pembelian, podcast menjadi media yang sangat strategis dalam membangun branding yang kuat (Taiminen & Ranaweera 2019).

3) Keterlibatan Audiens

Podcast bukan hanya media untuk berbagi informasi, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Menurut Khazim dan Andarini (Khazim dan Andarini 2021) keterlibatan audiens dalam podcast terjadi karena sifat podcast yang fleksibel, sederhana, dan memungkinkan komunikasi dua arah melalui komunitas. Audiens tidak lagi sekadar mendengar, tetapi juga merasa menjadi bagian dari cerita atau topik yang dibahas. Fleksibilitas dalam memilih konten sesuai kebutuhan membuat pendengar merasa lebih terhubung dengan podcaster.

Keterlibatan ini semakin kuat karena adanya pendekatan personal dalam podcast. Dengan hanya menggunakan suara, podcaster mampu membangun kedekatan emosional yang mendalam. Kehadiran komunitas pendengar juga memperkuat keterlibatan ini, seperti yang terlihat pada Komunitas Podcaster Indonesia, di mana para pendengar tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktif dalam diskusi dan kolaborasi (Khazim dan Andarini 2021). Selain itu, menurut riset dari Edison Research (2023), sebanyak 59% pendengar podcast di Amerika merasa lebih dekat dengan brand atau individu yang mereka dengar melalui podcast (Dial 2023). Ini menunjukkan bahwa podcast mampu menciptakan hubungan personal yang sulit didapat dari media lain. Audiens merasa memiliki koneksi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lebih intim, karena mendengarkan podcast seringkali menjadi bagian dari rutinitas harian, seperti saat berkendara, berolahraga, atau bekerja. Dengan demikian, keterlibatan audiens dalam dunia podcast bukan hanya soal konsumsi konten, tetapi juga soal membangun hubungan, kepercayaan, dan loyalitas yang lebih dalam.

22.4 Branding Instansi dalam Komunikasi Digital

Penelitian oleh Lee (2022) mengungkapkan bahwa media digital memainkan peran penting dalam membentuk reputasi perusahaan dan instansi publik. Melalui pemanfaatan media sosial dan platform komunikasi lainnya, organisasi dapat membangun hubungan yang lebih dekat dan transparan dengan audiens mereka. Selain itu, dengan menggunakan analitik yang tepat, mereka dapat menyesuaikan pesan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terencana dan tepat sasaran dapat memperkuat citra publik instansi di mata masyarakat (Lee 2022).

Menurut Nuseir et al. (2022), pemasaran digital memiliki keterkaitan yang erat dengan hubungan masyarakat, terutama dalam membangun dan memperkuat nilai-nilai merek instansi. Dalam dunia digital yang semakin berkembang, pemasaran dan komunikasi yang efektif melalui media sosial menjadi kunci untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan identitas serta tujuan dari sebuah instansi. Hasil studi ini menunjukkan bahwa interaksi yang teratur dan strategis di media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap branding dan kesadaran publik terhadap organisasi (Nuseir, Aljumah, dan El-refae 2022). Sebuah studi yang dilakukan oleh (An 2024) menyatakan bahwa media digital, khususnya media sosial, memungkinkan instansi untuk mengelola reputasi mereka secara lebih responsif dan real-time. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, YouTube, dan Facebook, organisasi dapat memperkenalkan citra mereka secara lebih otentik dan membangun hubungan yang lebih personal dengan audiens mereka. An (2024) juga mencatat bahwa pemanfaatan media digital secara strategis dapat memperkuat kepercayaan publik terhadap instansi dan memperluas jangkauan mereka ke audiens yang lebih luas.

Sebagai pelengkap dalam memahami bagaimana komunikasi digital dilakukan untuk membangun branding instansi, penelitian ini juga

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merujuk pada pendekatan komunikasi publik dari Harwood L. Childs. Pendekatan ini tidak digunakan sebagai teori utama, namun berfungsi sebagai kerangka operasional untuk menganalisis konten dan strategi komunikasi yang digunakan oleh instansi melalui media digital.

Harwood Childs mengemukakan empat pendekatan komunikasi yang relevan dalam konteks hubungan masyarakat, yakni publisitas (*publicity*), persuasi (*persuasion*), argumentasi (*argumentation*), dan citra (*image*). Keempat pendekatan ini akan digunakan sebagai acuan untuk melihat bagaimana podcast “Bincang Prestasi” membentuk citra dan reputasi Kanwil Kemenag Provinsi Riau dalam ranah digital, dengan tetap berpijak pada pemahaman Teori New Media yang menjadi dasar utama dalam penelitian ini.

Harwood Childs mengembangkan empat strategi utama dalam pelaksanaan hubungan masyarakat (Humas), yang dapat digunakan untuk membangun citra positif dan memperkuat komunikasi digital instansi (Yolanda, Setyaningsih, dan Siva 2025). Berikut adalah penjelasan untuk masing-masing strategi:

1. *Strategy of Publicity* (Strategi Publisitas)

Strategi ini berfokus pada usaha untuk menarik perhatian publik melalui media massa dan platform digital. Publisitas adalah cara untuk membuat pesan atau informasi tertentu menjadi terkenal dan mendapatkan eksposur yang luas. Dalam konteks komunikasi digital, ini berarti menggunakan saluran seperti media sosial, website, dan blog untuk menarik perhatian audiens terhadap aktivitas atau kampanye yang sedang dijalankan oleh instansi. Keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada cara informasi disebarkan dan seberapa efektif media yang digunakan dalam menarik audiens.

2. *Strategy of Persuasion* (Strategi Persuasi)

Strategi persuasi bertujuan untuk meyakinkan audiens agar mendukung atau mengikuti pendapat atau ide yang disampaikan. Dalam hubungan masyarakat, ini melibatkan penyampaian pesan yang dirancang untuk mengubah pandangan atau perilaku audiens. Dalam era digital, persuasi dilakukan melalui konten yang menarik, video yang informatif, dan penggunaan testimonial atau bukti sosial yang dapat memengaruhi keputusan audiens.

3. *Strategy of Argumentation* (Strategi Argumentasi)

Strategi ini melibatkan penyampaian pesan yang didukung dengan argumen yang rasional dan bukti yang dapat diterima oleh audiens. Argumentasi bertujuan untuk meyakinkan audiens melalui logika dan data yang jelas. Ini sangat penting dalam komunikasi digital, di mana audiens sering mencari informasi yang mendalam sebelum membuat keputusan atau pandangan tentang suatu isu.

4. *Strategy of Image* (Strategi Citra)

Strategi citra berfokus pada pembangunan dan pemeliharaan citra positif instansi di mata publik. Ini mencakup cara instansi menampilkan dirinya kepada masyarakat dan bagaimana audiens melihatnya. Dalam dunia digital, citra dapat dibangun melalui branding yang konsisten, desain yang menarik, dan interaksi yang transparan di media sosial. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memastikan bahwa citra instansi tetap positif dan sesuai dengan harapan audiens.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

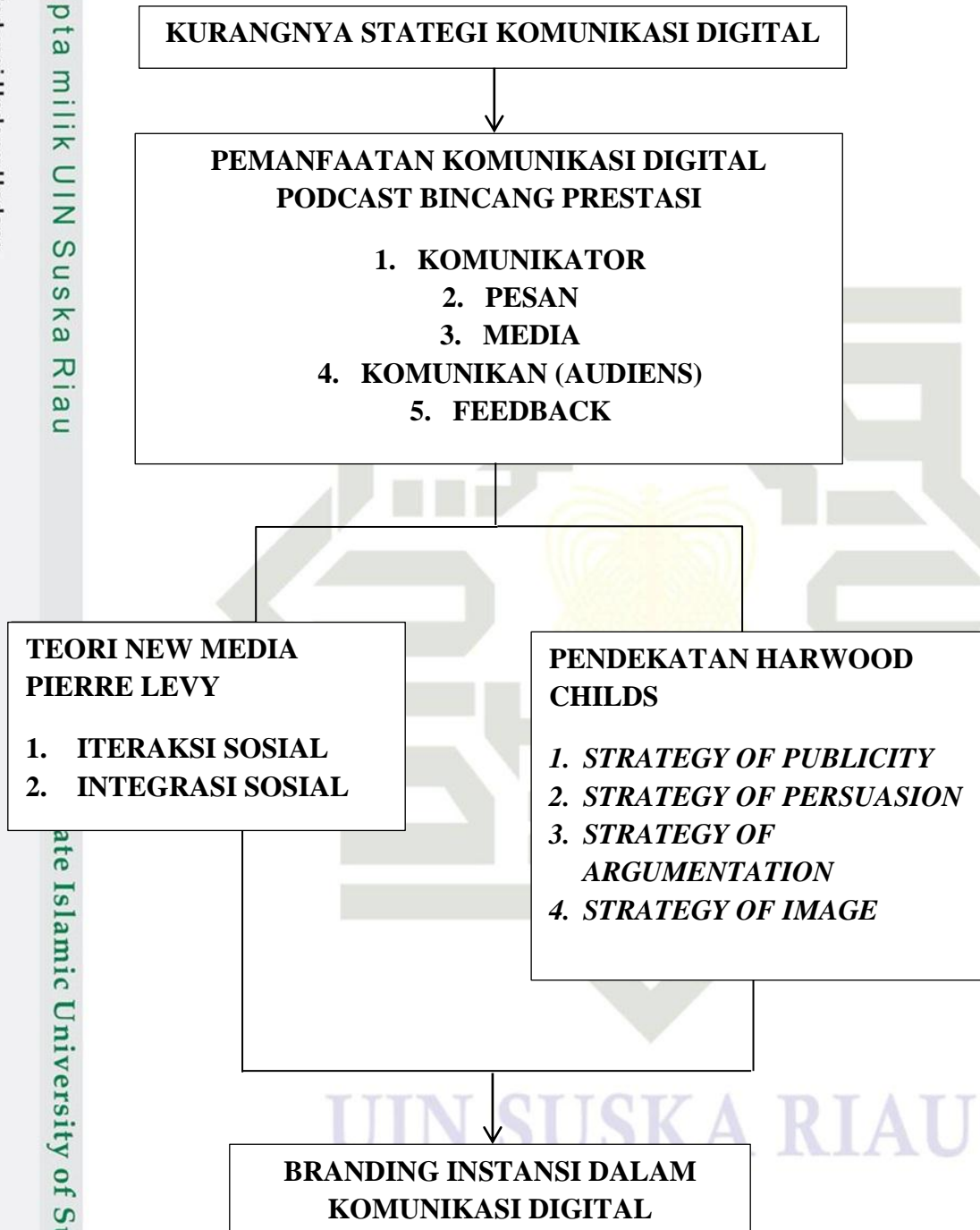
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berangkat dari permasalahan kurangnya strategi komunikasi digital yang dimiliki oleh Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau, khususnya dalam upaya membangun branding instansi di ruang digital. Pemanfaatan media digital oleh instansi pemerintah selama ini cenderung berfokus pada penyampaian informasi administratif, sehingga belum secara optimal digunakan sebagai sarana pembentukan citra dan identitas institusi. Oleh karena itu, Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau memanfaatkan komunikasi digital melalui podcast Bincang Prestasi sebagai bentuk inovasi pelayanan publik yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menampilkan nilai-nilai prestasi dan positif di bidang pendidikan.

Pemanfaatan komunikasi digital melalui podcast Bincang Prestasi tersebut mengandung unsur-unsur komunikasi yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan (audiens), dan feedback. Unsur-unsur ini dianalisis menggunakan Teori New Media Pierre Lévy yang menekankan pada interaksi sosial dan integrasi sosial dalam komunikasi digital, serta pendekatan strategi komunikasi Harwood Childs yang meliputi strategi publisitas, persuasi, argumentasi, dan pembentukan citra. Melalui kerangka pemikiran ini, penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana pemanfaatan podcast Bincang Prestasi berperan sebagai strategi komunikasi digital dalam membangun branding Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau di tengah perkembangan media digital.

3.1 Desain Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif studi kasus. Creswell menggambarkan studi kasus sebagai penyelidikan kasus atau sistem yang terkait. Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya, oleh J.R. Raco (Jaka, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi digital melalui media podcast pada program “Bincang Prestasi” yang dilaksanakan oleh Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau dalam rangka membentuk branding institusi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, strategi, serta proses komunikasi dari sudut pandang para pelaku komunikasi yang terlibat langsung dalam praktik kehumasan digital.

Menurut Creswell (Creswell dan Creswell 2018) penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang secara individu atau kelompok dikaitkan dengan masalah sosial atau manusia dalam konteks tertentu. Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam proses pengumpulan data, yang dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap program podcast “Bincang Prestasi”, serta dokumentasi yang relevan.

Penelitian kualitatif studi kasus dipilih karena bersifat fleksibel dan kontekstual, sesuai dengan kebutuhan untuk memahami suatu fenomena secara komprehensif. Menurut Moleong (2017), pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial dan budaya dari sudut pandang partisipan, bukan dari luar atau berdasarkan angka-angka statistik. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, peneliti tidak hanya fokus pada output komunikasi dalam bentuk podcast, tetapi juga pada proses kreatif, strategi komunikasi, dan interpretasi makna oleh audiens internal maupun eksternal.

Selain itu, penelitian ini bersifat deskriptif karena berusaha untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan kondisi yang terjadi di lapangan tanpa memanipulasi variabel yang ada. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019), penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena, peristiwa, atau aktivitas yang terjadi secara rinci dan mendalam, sehingga menghasilkan pemahaman menyeluruh mengenai subjek yang diteliti.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mendokumentasikan bagaimana komunikasi digital dilakukan oleh instansi pemerintah dalam menjawab tantangan

era informasi, serta bagaimana media podcast menjadi bagian dari strategi humas dalam membentuk citra dan reputasi organisasi secara modern dan inklusif. Pendekatan ini juga mendukung peneliti untuk melakukan interaksi langsung dengan narasumber, mengeksplorasi pengalaman mereka, serta memperoleh data empiris yang tidak terbatas pada angka, melainkan makna dan narasi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Wilayah Kementerian Agama (Kanwil Kemenag) Provinsi Riau yang beralamat di Jalan Sudirman No. 235, Kota Pekanbaru, Riau. Pemilihan Kanwil Kemenag Provinsi Riau sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa instansi ini telah menginisiasi program komunikasi digital berbasis podcast "*Bincang Prestasi*" sebagai upaya strategis dalam membangun branding institusi kepada masyarakat.

Penelitian ini dilaksanakan selama periode November hingga Desember 2025. Periode ini dipilih berdasarkan hasil observasi awal peneliti terhadap konten-konten "*Bincang Prestasi*" pada Maret 2025 yang telah dipublikasikan sejak 30 Agustus 2024. Pemilihan rentang waktu tersebut memungkinkan peneliti untuk mengamati dan menganalisis pengembangan program podcast dalam upaya pembentukan branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau.

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian "Komunikasi Digital Melalui Podcast pada Program '*Bincang Prestasi*' dalam Upaya Membentuk Branding Kanwil Kemenag Riau" terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder. Sebagai berikut:

a. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan informasi autentik yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumbernya tanpa melalui perantara. Karakteristik utama dari data primer ini adalah keorisinalitasnya serta merupakan hasil pengolahan langsung yang dilakukan peneliti melalui serangkaian proses pengumpulan data. Dalam konteks studi "Komunikasi Digital Melalui Podcast pada Program '*Bincang Prestasi*' dalam Upaya Membentuk Branding Kanwil Kemenag Riau" ini, peneliti memperoleh data primer melalui dua metode utama. Pertama, melalui wawancara mendalam dengan pihak Humas, talent dan publik di lingkungan Kanwil Kemenag Provinsi Riau sebagai pengelola, pelaksana dan penerima utama program podcast "*Bincang Prestasi*". Kedua, melalui observasi langsung terhadap mekanisme produksi, distribusi, dan interaksi digital yang

terjadi dalam program "Bincang Prestasi" sebagai sarana komunikasi strategis institusi tersebut.

b. Data Sekunder

Melengkapi data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder yang merupakan kumpulan informasi yang telah tersedia sebelumnya dan dikompilasi oleh pihak lain untuk tujuan yang mungkin berbeda dengan penelitian ini. Data sekunder ini bersifat *pre-existing* dan dapat diakses peneliti tanpa harus melakukan pengumpulan langsung dari sumber aslinya. Dalam rangka memperkaya analisis terhadap komunikasi digital melalui podcast "*Bincang Prestasi*", Ini mencakup dokumentasi resmi dari Kanwil Kemenag Provinsi Riau berkaitan dengan inisiatif podcast tersebut, serta studi-studi sebelumnya mengenai branding lembaga pemerintah melalui saluran digital.

3.4 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan dipilih secara purposive, yaitu melalui teknik penentuan informan secara sengaja dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung, pengalaman, serta relevansi peran mereka terhadap fokus kajian. Teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti membutuhkan sumber data yang benar-benar memahami konteks, tujuan, serta pelaksanaan program podcast "Bincang Prestasi" yang menjadi objek penelitian. Para informan memiliki posisi yang berbeda-beda, mulai dari perumus kebijakan komunikasi, pelaksana teknis di lapangan, hingga narasumber dan publik yang menjadi sasaran dari komunikasi digital tersebut.

Keberagaman latar belakang ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang bersifat holistik, baik dari sisi perencanaan, pelaksanaan, maupun penerimaan pesan oleh audiens. Dengan demikian, pandangan yang dihasilkan tidak hanya mencerminkan proses internal komunikasi institusi, tetapi juga mencerminkan efektivitasnya dalam membangun citra dan branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau di mata masyarakat. Informasi yang diperoleh dari para informan ini akan menjadi landasan dalam menganalisis sejauh mana podcast "Bincang Prestasi" berfungsi sebagai media komunikasi digital yang strategis dalam membentuk citra institusi. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Memiliki keterlibatan langsung dalam program podcast *Bincang Prestasi*.
- b. Berperan sebagai pengelola, pelaksana teknis, narasumber, atau audiens.
- c. Mampu memberikan pandangan yang mendalam dan relevan terhadap fokus penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan teknik purposive sampling yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut adalah daftar informan yang dilibatkan dalam penelitian ini berdasarkan keterlibatan dan relevansinya dengan fokus penelitian.

Berikut adalah daftar informan yang dilibatkan dalam penelitian ini:

Tabel 3 1 Daftar Narasumber

NO.	NAMA INFORMAN	JABATAN/PERAN DALAM PENELITIAN
1.	Nurhasanah, S.H.I	Ketua Tim Humas / Pranata Humas Ahli Muda
2.	Nofrian Eka Tresna, S.T	Humas Editing/Staf Pengumpul Data dan Informasi Humas
3.	M. Adip Baihaqi	Narasumber / Talent Podcast
4.	Nabilah Vincy Ramadhani	Publik / Alumni Man 1 / Mahasiswi Ilmu komunikasi
5.	Archie Aulia Harisanda	Publik / Siswa Man 2 Pekanbaru
6.	Salwa Athaya	Publik / Siswa Man 2 Pekanbaru

Sumber : Olahan Peneliti

Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak internal Humas Kanwil Kemenag Provinsi Riau, narasumber podcast, serta publik sebagai audiens program Bincang Prestasi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) sebagai teknik utama untuk menggali informasi dari informan kunci yang terlibat langsung dalam program podcast "*Bincang Prestasi*". Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat memperoleh data yang komprehensif mengenai strategi komunikasi digital, proses produksi, hingga upaya pembentukan branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau melalui podcast. Menurut Rachman (Rachman 2024), wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh data yang lebih luas dan mendalam dengan memberikan kebebasan kepada informan dalam menjelaskan perspektifnya, sehingga peneliti dapat memahami makna di balik pengalaman mereka.

b. Observasi

Peneliti juga melakukan observasi terhadap pelaksanaan program podcast "*Bincang Prestasi*". Observasi ini meliputi proses produksi, penyusunan konten, serta interaksi yang terjadi di lingkungan kerja Humas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kanwil Kemenag Provinsi Riau. Dengan observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai dinamika komunikasi digital dan implementasi strategi branding secara langsung di lapangan. Rachman menjelaskan bahwa observasi dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti mendapatkan gambaran nyata dan konteks sosial dari aktivitas yang diteliti, baik melalui pengamatan partisipatif maupun non-partisipatif (Rachman 2024)

Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen terkait, seperti naskah episode podcast, materi promosi, arsip digital, serta data aktivitas di media sosial dan platform digital lainnya. Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat data hasil wawancara dan observasi, serta memberikan bukti konkret terkait pelaksanaan komunikasi digital melalui podcast. Sejalan dengan pendapat rachman dokumentasi dipandang sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi yang dapat memperkuat data yang dikumpulkan sebelumnya. Dokumen bisa berasal dari laporan resmi, berita, situs web, atau data internal lembaga (Rachman 2024)

3.6 Validasi Data

Dalam penelitian kualitatif, validitas merupakan indikator penting untuk menilai sejauh mana data yang dikumpulkan mencerminkan realitas di lapangan. Validitas membantu peneliti memastikan bahwa informasi yang diperoleh benar-benar menggambarkan kondisi yang diteliti secara faktual dan akurat (Kusumastuti dan Khoiron 2019). Untuk itu, peneliti menerapkan teknik triangulasi sebagai upaya pengujian keabsahan data. Triangulasi sendiri merupakan proses verifikasi data yang dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber informasi, seperti hasil wawancara, observasi langsung, dan dokumen pendukung (Kusumastuti dan Khoiron 2019). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menyusun gambaran menyeluruh tentang fenomena yang diteliti, sekaligus meminimalisasi kemungkinan bias atau kekeliruan data.

Penerapan triangulasi sumber memungkinkan peneliti mengevaluasi konsistensi data dari berbagai perspektif. Misalnya, ketika hasil wawancara dibandingkan dengan isi dokumen dan temuan observasi, peneliti dapat mengidentifikasi titik kesamaan atau perbedaan yang dapat memperkuat atau mempertanyakan validitas informasi yang dikumpulkan. Hal ini juga mendukung keandalan data karena peneliti tidak hanya bergantung pada satu metode pengumpulan informasi, melainkan mengintegrasikan beberapa pendekatan untuk membangun pemahaman yang lebih objektif terhadap subjek penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

analisis data kualitatif diterapkan ketika data yang diperoleh dalam penelitian berupa data kualitatif, seperti kata-kata, kalimat, atau narasi yang diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi. Penelitian kualitatif menggunakan pola pikir induktif, yaitu proses berpikir yang bergerak dari fakta-fakta khusus (empiris) menuju generalisasi yang lebih luas. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan memperhatikan tingkat keaslian data serta melakukan triangulasi dari berbagai sumber untuk memastikan validitasnya. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti memakai teknik analisis data deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menguraikan dan menggambarkan permasalahan penelitian dalam bentuk kalimat yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai komunikasi digital melalui podcast dalam program 'Bincang Prestasi' sebagai upaya membangun branding Kanwil Kemenag Provinsi Riau.

Dalam penelitian ini, analisis data kualitatif dilakukan dengan mengacu pada kerangka kerja yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Kerangka kerja ini menekankan bahwa analisis data adalah proses yang interaktif dan berkelanjutan, yang terjadi di setiap tahap penelitian hingga data mencapai titik jenuh, sebagaimana dijelaskan oleh Pawito (2007).

a. Reduksi Data

Peneliti melakukan serangkaian kegiatan seperti penyuntingan, pengelompokan, dan peringkasan data. Reduksi data melibatkan proses penyusunan kode dan catatan yang berkaitan dengan aktivitas serta proses penelitian, dengan tujuan untuk mengidentifikasi tema-tema, kategori-kategori, dan pola-pola yang muncul dari data.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses pengorganisasian data ke dalam kelompok-kelompok atau kategori-kategori yang saling terkait berdasarkan teori yang relevan. Tujuannya adalah untuk menyajikan data secara sistematis agar mudah dipahami dan dianalisis.

c. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti melakukan interpretasi terhadap pola-pola yang muncul dari penyajian data. Kesimpulan ditarik dan diuji validitasnya untuk menghasilkan temuan deskriptif yang menjelaskan pemanfaatan komunikasi digital melalui podcast pada program Bincang Prestasi dalam membentuk branding oleh Humas di Kanwil Kemenag Provinsi Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No. 235, Pekanbaru, dan merupakan salah satu instansi vertikal yang memiliki sejarah panjang sejak masa awal pembentukan Kementerian Agama di Indonesia. Cikal bakal lembaga ini dimulai pada bulan Juni 1946, ketika struktur pemerintahan di wilayah Riau masih berada di bawah Provinsi Riau yang berpusat di Tanjung Pinang (Kanwil Kemenag Riau n.d.). Seiring perjalanan waktu, struktur organisasi dan tata kelola lembaga ini terus menyesuaikan dengan regulasi pemerintah, yang awalnya berlandaskan pada PMA Nomor 2 Tahun 1958 dan PMA Nomor 3 Tahun 1958 (PMA No. 2 Tahun 1958; PMA No. 3 Tahun 1958). Kedua regulasi tersebut kemudian diperbarui melalui PMA Nomor 13 Tahun 2012 sebagai dasar hukum organisasi instansi vertikal Kementerian Agama saat ini (PMA No.13, 2012). Pada masa itu, unit pelayanan keagamaan masih menggunakan nomenklatur Kantor Jawatan Agama, sebelum kemudian berkembang menjadi Kantor Wilayah Departemen Agama dan akhirnya menjadi Kantor Wilayah Kementerian Agama seperti saat ini.

Seiring perkembangan administrasi pemerintahan, terjadi perubahan signifikan ketika Ibu Kota Provinsi Riau dipindahkan dari Tanjung Pinang ke Pekanbaru. Pemindahan ini diikuti dengan relokasi seluruh aparatur Kantor Jawatan Agama pada Januari 1960. Aktivitas kelembagaan pada masa itu masih mengacu pada Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 2 Tahun 1958 dan PMA Nomor 3 Tahun 1958, yang kemudian diperbaharui melalui regulasi yang lebih modern, salah satunya PMA Nomor 13 Tahun 2012 (PMA No.13, 2012).

Hingga awal tahun 2000-an, wilayah kerja Kanwil Departemen Agama Provinsi Riau mencakup dua wilayah besar, yaitu Provinsi Riau dan Provinsi Kepulauan Riau, dengan total 17 kabupaten/kota (11 di Riau dan 6 di Kepri). Namun, setelah terbitnya kebijakan pemekaran daerah, Provinsi Riau secara resmi dimekarkan menjadi dua provinsi pada tahun 2005, yaitu Provinsi Riau dan Provinsi Kepulauan Riau (Perda Kepri 2005). Pemekaran ini berdampak langsung pada struktur organisasi Kementerian Agama.

Saat ini, organisasi Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau dipimpin oleh **Dr. H. Muliarid, M.Pd.** sebagai Kepala Kantor Wilayah. Kanwil

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjalankan fungsi strategis sebagai instansi vertikal yang bertugas menyelenggarakan pembinaan, pelayanan, dan pengelolaan urusan keagamaan, serta menerjemahkan kebijakan nasional Kementerian Agama ke dalam implementasi di tingkat daerah. Sebagai instansi yang tidak diotonomikan, Kanwil bertanggung jawab langsung kepada Menteri Agama dan wajib memastikan seluruh kebijakan tetap sesuai dengan garis regulasi pusat.

Dari aspek struktur, Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau dikategorikan sebagai Tipologi I-A, yaitu tipologi organisasi dengan struktur paling lengkap di tingkat kanwil. Struktur ini ditetapkan melalui Peraturan Menteri Agama Nomor 19 Tahun 2019 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kemenag, yang kemudian diubah melalui PMA Nomor 6 Tahun 2022.

Perubahan tahun 2022 ini memperbarui beberapa ketentuan struktur yang sebelumnya diatur dalam PMA Nomor 19 Tahun 2019 (PMA 2019). Berdasarkan regulasi tersebut (PMA No.6, 2022), struktur Kanwil terdiri atas :

1. Kepala Kantor Wilayah
2. Bagian Tata Usaha, Struktur ini didukung oleh beberapa subbagian, antara lain:
 - a. Subbagian Perencanaan, Data, dan Informasi
 - b. Subbagian Keuangan dan BMN
 - c. Subbagian Kepegawaian dan Hukum
 - d. Subbagian Organisasi, Tata Laksana, dan Kerukunan Umat Beragama
 - e. Subbagian Umum dan Hubungan Masyarakat
3. Bidang Pendidikan Madrasah
4. Bidang Pendidikan Agama dan Keagamaan Islam
5. Bidang Penyelenggaraan Haji dan Umrah
6. Bidang Urusan Agama Islam
7. Bidang Penerangan Agama Islam, Zakat, dan Wakaf
8. Pembimbing Masyarakat Kristen
9. Pembimbing Masyarakat Katolik
10. Pembimbing Masyarakat Hindu
11. Pembimbing Masyarakat Buddha
12. Serta Kelompok Jabatan Fungsional yang melekat pada setiap bidang sesuai kebutuhan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Kedudukan, Tugas dan Fungsi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau

Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau merupakan instansi vertikal yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Menteri Agama Republik Indonesia melalui Sekretaris Jenderal. Kedudukan ini menegaskan bahwa Kanwil tidak bersifat otonom daerah, melainkan menjadi pelaksana kebijakan pusat yang bertugas mengoordinasikan, membina, serta memberikan pelayanan di bidang agama dan keagamaan pada tingkat provinsi (PMA(NO.6) 2022).



Gambar 4.1 Logo Kementerian Agama

Sumber : Observasi website Kemenag RI

Pada awalnya, kedudukan dan struktur organisasi Kanwil Kementerian Agama masih merujuk pada PMA No. 19 Tahun 2019. Namun, regulasi tersebut diubah dan diperbarui melalui PMA No. 6 Tahun 2022 yang menetapkan penyesuaian struktur, tugas, serta fungsi unit vertikal Kementerian Agama. Perubahan regulasi ini menggeser penyebutan “instansi vertikal Kementerian Agama” (PMA 2019) menjadi “instansi vertikal yang melaksanakan tugas dan fungsi Kementerian Agama di wilayah provinsi” (PMA(NO.6) 2022).

Berdasarkan PMA Nomor 6 Tahun 2022, Kanwil Kemenag Provinsi memiliki tugas utama melaksanakan tugas pokok Kementerian Agama sesuai kebijakan Menteri Agama di wilayah provinsi. Tugas ini mencakup pelayanan, pembinaan, dan pelaksanaan administrasi di bidang pendidikan madrasah, pendidikan agama, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, urusan agama Islam, bimbingan masyarakat lintas agama, serta pelayanan zakat, wakaf, dan kerukunan umat beragama.

Dalam pelaksanaan tugas tersebut, Kanwil menyelenggarakan beberapa fungsi pokok, antara lain:

1. *Perumusan kebijakan teknis* dalam bidang-bidang urusan agama dan pendidikan keagamaan sesuai ketentuan pusat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pelaksanaan kebijakan, termasuk pelayanan dan pembinaan yang mencakup pendidikan madrasah, pendidikan agama, penyelenggaraan haji dan umrah, serta bimbingan masyarakat agama.

Pelaksanaan administrasi umum yang meliputi ketatausahaan, keuangan dan BMN, kepegawaian, organisasi, tata laksana, dan hubungan masyarakat.

Pengelolaan data, informasi, dan pelaporan kinerja sebagai bagian dari sistem akuntabilitas instansi pemerintah.

Fasilitasi kerukunan umat beragama, pembinaan lembaga sosial keagamaan, dan koordinasi lintas sektor keagamaan di lingkungan provinsi.

Pelaksanaan pengawasan internal terhadap pelaksanaan kebijakan teknis dan *penyelenggaraan* layanan publik di lingkungan Kanwil dan Kemenag kabupaten/kota.

Dengan cakupan tugas dan fungsi yang luas tersebut, pelaksanaan komunikasi kelembagaan menjadi elemen strategis dalam mendukung kinerja Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Fungsi hubungan masyarakat (humas) tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi kebijakan dan program, tetapi juga sebagai pengelola komunikasi dua arah antara instansi dan publik melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk media digital. *New Media* memungkinkan institusi pemerintah membangun keterbukaan informasi, memperluas jangkauan komunikasi, serta meningkatkan keterlibatan publik dalam proses penyampaian kebijakan dan layanan (Kurnia 2005).

Dalam konteks ini, keberadaan fungsi hubungan masyarakat di Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau menjadi tugas penting dalam mendukung transformasi komunikasi digital, sekaligus memperkuat citra dan kepercayaan publik terhadap kebijakan serta layanan keagamaan yang diselenggarakan oleh institusi tersebut (PMA(NO.6) 2022).

4.3 Visi, Misi dan Tujuan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau

Sebagai perpanjangan tangan Kementerian Agama Republik Indonesia di tingkat provinsi, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau menyelaraskan arah pembangunan kelembagaan, pelayanan, dan program strategisnya dengan visi dan misi Kementerian Agama RI. Penjabaran visi dan misi ini menjadi dasar dalam pelaksanaan tugas, pengembangan kebijakan, serta peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat (Kanwil Kemenag Riau n.d.).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VISI

“Kementerian Agama yang Profesional dan Andal dalam Membangun Masyarakat yang Saleh, Moderat, Cerdas dan Unggul untuk Mewujudkan Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berdasarkan Gotong Royong.”

MISI

1. Meningkatkan kualitas kesalehan umat beragama.
2. Memperkuat moderasi beragama dan kerukunan umat beragama.
3. Meningkatkan layanan keagamaan yang adil, mudah dan merata.
4. Meningkatkan layanan pendidikan yang merata dan bermutu.
5. Meningkatkan produktivitas dan daya saing pendidikan.
6. Memantapkan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance).

Tujuan penyelenggaraan layanan dan program Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau pada dasarnya diselaraskan dengan arah pembangunan nasional Kementerian Agama RI sebagaimana dipublikasikan melalui laman resmi Kanwil Kemenag Riau (Kanwil Kemenag Riau n.d.). Tujuan ini merupakan penjabaran dari visi dan misi yang telah ditetapkan dan menjadi dasar pelaksanaan program di tingkat provinsi. Sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas umat beragama dalam menjalankan ibadah ritual dan sosial.
2. Penguatan kualitas moderasi beragama dan kerukunan umat beragama.
3. Peningkatan umat beragama yang menerima layanan keagamaan.
4. Peningkatan peserta didik yang memperoleh layanan pendidikan umum berciri khas agama, pendidikan agama, dan pendidikan keagamaan berkualitas.
5. Peningkatan lulusan pendidikan yang produktif dan memiliki daya saing komparatif.
6. Peningkatan budaya birokrasi pemerintahan yang bersih, melayani, dan responsif.

Dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi, pencapaian visi, misi, dan tujuan tersebut memerlukan peran strategis fungsi humas sebagai pengelola komunikasi publik berbasis digital. Pemanfaatan media digital memungkinkan humas tidak hanya menyampaikan informasi kelembagaan, tetapi juga membangun pemahaman, kepercayaan, dan citra positif Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau di tengah masyarakat. Melalui pemanfaatan media digital, humas tidak hanya berperan dalam menyebarluaskan informasi kelembagaan, tetapi juga membangun pemahaman, kepercayaan, serta citra

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

positif Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau di tengah masyarakat, sejalan dengan tuntutan komunikasi publik di era digital.

4.4 Posisi Humas Kanwil Kemenag Riau dalam Transformasi Digital

Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah mengubah wajah komunikasi publik pemerintahan di Indonesia. Banyak instansi pemerintah mengadopsi media sosial dan platform digital sebagai kanal resmi untuk menyampaikan informasi, layanan, dan interaksi dengan masyarakat (Maulvi, Rizal, dan Lusiana 2023). Di era inilah fungsi humas instansi tidak lagi sekadar administratif, tetapi menjadi ujung tombak komunikasi kelembagaan yang harus responsif, transparan, dan partisipatif.

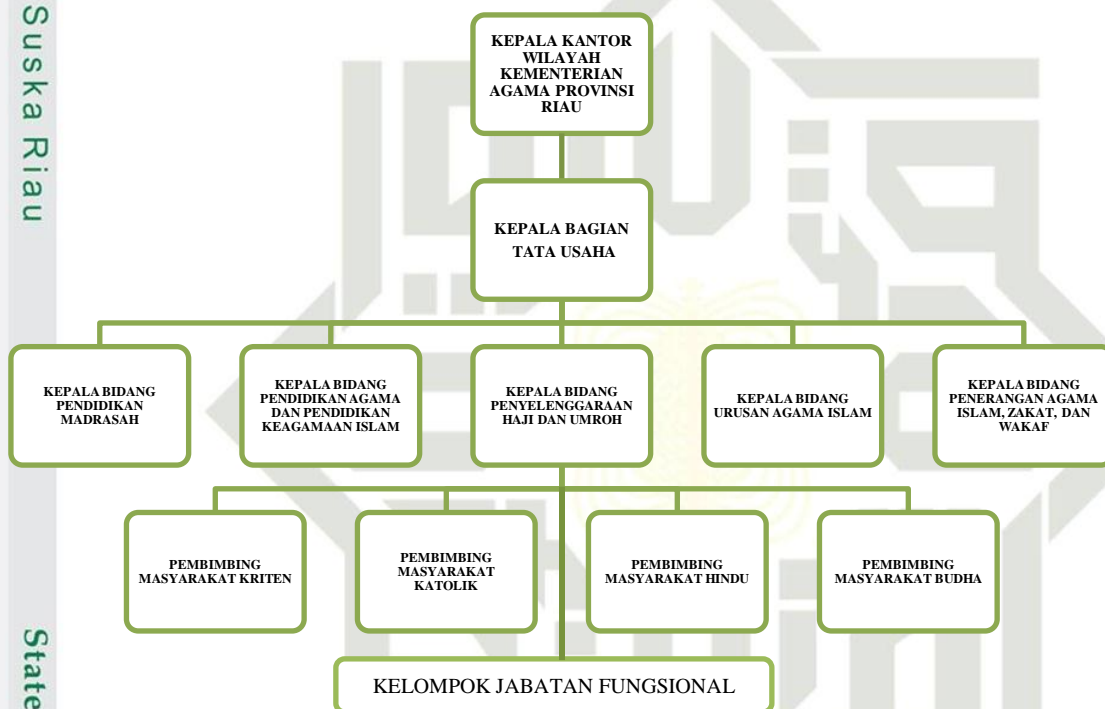
Sebagai bagian dari instansi vertikal Kementerian Agama di tingkat provinsi, Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau menempati posisi strategis dalam mengelola komunikasi kelembagaan di tengah dinamika transformasi digital. Peran humas tidak hanya sebatas penyampaian informasi formal, tetapi juga mencakup pengemasan pesan, pengelolaan persepsi publik, serta pembangunan citra institusi melalui pemanfaatan media digital. Dalam konteks ini, keberadaan podcast “Bincang Prestasi” menjadi representasi konkret dari upaya Humas Kanwil Kemenag Riau dalam mengadaptasi praktik Digital Public Relations, khususnya sebagai media komunikasi dua arah yang informatif, edukatif, dan naratif. Podcast tersebut memungkinkan institusi menghadirkan pesan kehumasan secara lebih personal, dialogis, dan mendalam, sehingga mampu menjangkau publik yang lebih luas, termasuk generasi digital yang cenderung mengonsumsi informasi melalui platform audio-visual berbasis internet. Dengan demikian, posisi Humas Kanwil Kemenag Riau tidak hanya sebagai unit pendukung administratif, tetapi sebagai aktor kunci dalam strategi komunikasi digital institusi yang berorientasi pada penguatan branding dan kepercayaan publik.

Mengacu pada praktik Digital Public Relations instansi pemerintahan lainnya, Humas Kanwil perlu memanfaatkan media digital tidak hanya sebagai saluran informasi satu arah, tetapi juga sebagai ruang dialog, edukasi, dan reputasi kelembagaan (Tuhana et al. 2023). Melalui pendekatan ini, platform seperti media sosial dan podcast dapat dimanfaatkan untuk membangun citra positif, memperkuat kepercayaan publik, serta mengakomodasi kebutuhan masyarakat terhadap transparansi dan akses informasi. Oleh karena itu, integrasi praktik Digital PR menjadi bagian integral dari strategi komunikasi Kanwil, dan menjadi dasar kuat untuk mendalami penelitian lebih lanjut terkait implementasi podcast “Bincang Prestasi” sebagai media kehumasan modern.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.5 Struktur Organisasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau

Struktur organisasi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau disusun untuk memastikan pelaksanaan tugas dan fungsi kelembagaan berjalan secara efektif, terarah, dan terkoordinasi. Penyusunan struktur ini juga mencerminkan pembagian peran yang jelas antarbagian dalam memberikan pelayanan publik di bidang keagamaan.



Sumber : Observasi lapangan di kantor kanwil kemenag Riau

Untuk melengkapi pemahaman mengenai struktur organisasi, berikut disajikan tabel yang berisi daftar pejabat pada setiap unit kerja di lingkungan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Penyajian ini dimaksudkan agar struktur kepemimpinan dapat terlihat secara jelas dan teratur.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4 1 Daftar Pimpinan dan Pejabat Kanwil Kemenag Riau

NO.	NAMA APARATUR DAN NIP	JABATAN
1	Dr. H. Muliardi, M.Pd. 196910011997031004	Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau
2	Dr. H. Rahmat Suhadi, SHI, M.Pd. 197904102005011006	Kepala Bagian Tata Usaha
3	Dr. H. Jisman, M.A 196809221995031002	Kepala Bidang Pendidikan Madrasah
4	Drs. H. Syahrudin M. Sy 197106171995031001	Kepala Bidang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan Islam
5	H. Defizon, S.Kom., M.Si 197212012000031002	Kepala Bidang Penyelenggaraan Haji dan Umrah
6	Dr. Muhammad Fakhri, M.Ag 197606122009101001	Kepala Bidang Urusan Agama Islam
7	H. Mas Jekki Amri. M.HS, S.Sos, MM 197105121993031004	Kepala Bidang Penerangan Agama Islam, dan Pemberdayaan Zakat dan Wakaf
8	Armin Antoni Silaban, S.Th, M.IP 198212092008011005	Pembimbing pada Pembimbing Masyarakat Kristen
9	Alimasa Gea, S.Ag.,M.Pd. 197212132000031001	Pembimbing pada Pembimbing Masyarakat Katolik
10	Mustakim, S.Ag, M.Si 197506152005011003	Pembimbing pada Pembimbing Masyarakat Hindu
11	Tarjoko, S.Pd, MM 196707271988031003	Pembimbing pada Pembimbing Masyarakat Budha

Sumber : Hasil Observasi Peneliti

4. 6 Struktur dan Peran Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau

Sebagai bagian dari upaya menggambarkan susunan personalia pada Unit Hubungan Masyarakat, berikut disajikan daftar nama staf yang bertugas pada Subbagian Umum dan Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau. Penyajian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai personel yang berperan dalam pelaksanaan fungsi kehumasan di lingkungan Kanwil.

Tabel 4 2 Daftar Staf Humas Subbagian Umum dan Humas Kanwil Kemenag Riau

NO	NAMA STAF HUMAS	JABATAN
1	Nurhasanah, SH.I 198006142005012011	Pranata Humas Ahli Muda pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
2	Nofrian Eka Tresna, ST 198411172011011006	Pelaksana pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
3	Musdalifah A, S.Sos 198003122009122001	Pranata Humas Ahli Muda pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
4	Harisah `Aini Auliya S.Ip., M.Si 199507082025052005	Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
5	Narendra Benny S.Kom. 199503032025051007	Pranata Komputer Ahli Pertama pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
6	Hj. Marhanis S.Ag 197609042009122003	Pelaksana pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
7	Firman, S.Si, M.SE 198405092008011006	Statistisi Ahli Muda pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau
8	Jufri 197807052014111003	Pelaksana pada Bagian Tata Usaha Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau

Sumber : Hasil Observasi Peneliti

Struktur kehumasan pada Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau berada di bawah Subbagian Umum dan Hubungan Masyarakat yang secara organisatoris berfungsi mendukung pelaksanaan tugas pimpinan dalam bidang komunikasi publik, pelayanan informasi, dan dokumentasi kegiatan kelembagaan (PMA(NO.6) 2022). Secara struktural, humas tidak berdiri sebagai unit teknis terpisah, namun terintegrasi dalam sistem tata kelola organisasi Kanwil Kemenag Riau, sehingga memiliki peran strategis sebagai penghubung antara institusi dengan publik internal maupun eksternal.

Dalam menjalankan fungsinya, Humas Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau bertanggung jawab atas pengelolaan informasi kelembagaan, publikasi kegiatan, serta penyampaian kebijakan dan program kerja kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, peran tersebut mengalami perluasan dari pola komunikasi konvensional menuju pemanfaatan media digital, seperti website

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

resmi, media sosial, dan platform audio-visual. Perluasan peran ini menempatkan humas tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola citra dan reputasi institusi di ruang digital.

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan keterbukaan informasi dan efektivitas komunikasi publik, Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau menyediakan berbagai kanal komunikasi resmi yang dapat diakses oleh masyarakat. Penyediaan saluran komunikasi ini merupakan bagian dari fungsi kehumasan dalam mendukung transparansi, akuntabilitas, serta pelayanan informasi publik yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat (Kanwil Kemenag Riau n.d.)

Layanan komunikasi resmi Kanwil Kemenag Provinsi Riau dapat diakses melalui telepon dan faksimile pada nomor (0761) 861827, serta melalui surat elektronik (email) resmi di alamat kanwilriau@kemenag.go.id. Selain itu, humas Kanwil Kemenag Riau juga mengoptimalkan pemanfaatan berbagai platform media digital sebagai sarana penyebaran informasi, publikasi kegiatan, dan interaksi dengan publik. Platform digital yang digunakan meliputi website resmi <https://riau.kemenag.go.id>, media sosial Facebook dengan nama akun Kanwil Kementerian Agama Riau, Twitter (X) melalui akun @KemenagRiau, Instagram @kementerian_agama_riau, serta kanal YouTube @kemenagriau6394.

Pemanfaatan beragam platform digital tersebut mencerminkan komitmen Kanwil Kementerian Agama Provinsi Riau dalam menerapkan praktik komunikasi publik berbasis digital. Kehadiran humas di berbagai kanal media ini memungkinkan penyampaian informasi yang lebih cepat, luas, dan interaktif, sekaligus mendukung peran humas sebagai ujung tombak komunikasi institusi dalam membangun citra, kepercayaan, dan branding kelembagaan di ruang publik digital (Maulvi et al. 2023).

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji podcast Bincang Prestasi sebagai media komunikasi digital Kanwil Kemenag Provinsi Riau dengan meninjau unsur komunikator, pesan, media, audiens, dan feedback. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikator utama dalam podcast ini adalah narasumber (talent podcast) yang menyampaikan pengalaman dan prestasi secara langsung, dengan dukungan tim Humas sebagai komunikator institusional. Pesan yang disampaikan berfokus pada narasi prestasi, motivasi, dan informasi kelembagaan yang dikemas secara humanis, sehingga mudah dipahami dan relevan bagi audiens.

Dari sisi media, podcast Bincang Prestasi merupakan program komunikasi digital yang didistribusikan melalui platform YouTube, memungkinkan penyajian pesan secara audio-visual dan dapat diakses kapan saja. Audiens podcast didominasi oleh siswa dan mahasiswa madrasah, serta publik yang memiliki kedekatan dengan dunia pendidikan. Sementara itu, feedback audiens muncul dalam bentuk peningkatan motivasi, kepercayaan, dan persepsi positif terhadap citra Kanwil Kemenag Riau sebagai lembaga yang peduli terhadap prestasi dan pengembangan pendidikan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa podcast Bincang Prestasi efektif dalam membangun branding Kanwil Kemenag Riau. Melalui format yang santai namun informatif, podcast ini meningkatkan visibilitas lembaga, membangun kedekatan emosional dengan audiens, serta menampilkan citra institusi yang profesional dan modern. Penerapan teori New Media terlihat dari fleksibilitas konten, kemudahan distribusi, dan potensi interaktivitas yang memungkinkan audiens mengakses informasi tanpa batasan ruang dan waktu.

Strategi komunikasi Harwood Childs juga tercermin melalui persuasi dalam narasi inspiratif, argumentasi melalui fakta dan kredibilitas narasumber, serta strategi citra melalui penyajian visual yang rapi dan konsisten. Namun, penelitian ini juga mencatat adanya jeda produksi konten yang berpotensi memengaruhi konsistensi publisitas dan keterlibatan audiens. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan konten yang lebih berkelanjutan serta perluasan distribusi agar podcast Bincang Prestasi dapat menjangkau publik yang lebih luas.

6.2 Saran

Ke depan, Kanwil Kemenag Riau disarankan untuk mempertahankan pengembangan podcast Bincang Prestasi dengan tetap menonjolkan narasi prestasi yang disampaikan melalui cerita proses, pengalaman, dan tantangan narasumber. Pendekatan ini terbukti mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens serta membantu publik memahami makna prestasi secara lebih kontekstual, tidak sekadar sebagai capaian akhir, tetapi sebagai hasil dari proses yang berkelanjutan.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi podcast masih didominasi oleh penyebaran melalui grup WhatsApp internal, sehingga jangkauan audiens cenderung terbatas pada lingkungan pendidikan dan internal Kemenag. Oleh karena itu, Kanwil Kemenag Riau disarankan untuk memperkuat publikasi podcast di media sosial yang lebih sering diakses oleh publik luas, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, khususnya melalui cuplikan konten yang relevan. Upaya ini penting agar podcast tidak hanya dikenal di lingkup internal, tetapi juga mampu menjangkau masyarakat umum secara lebih merata.

Selanjutnya, pengembangan podcast dapat diarahkan pada keberlanjutan konten dan variasi tema tanpa menghilangkan fokus utama pada prestasi. Penyajian cerita yang lebih beragam, baik dari sisi latar belakang narasumber maupun bidang prestasi. Diharapkan mampu memperluas representasi audiens dan menjaga relevansi podcast sebagai media komunikasi digital Kanwil Kemenag Riau dalam jangka panjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Algiwity, Oleh Delza, Abdul Majid, Andi Muttaqin. 2022. “Strategi Komunikasi Publik Melalui Media Publisitas Universitas Muslim Indonesia Makassar Dalam Penyebaran Informasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka Tahun 2021.” 15–30.

Amin, Anna Kus Saparti; Adam Idris; Jamal. 2016. “Strategi Humas Pemkot Bontang Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Daerah Di Kelurahan Guntung Kota Bontang.” *Jurnal Administrative Reform* 4(1):13–21.

An, Ran. 2024. “The Role Of Digital Media In Shaping Public Relations: Developing Successful Online Communication Strategies For Enterprises.” *Journal Of Advances In Humanities Research* 3(3):51–68.

APJI. 2024. “Survei APJII.” *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.

Asari, Andi, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitri Ningsi, Sudianto, Hana Diana Maria, Iwan Adhichandra, Rini Nuraini, Achmad Baijuri, Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, Genik Puji Yuhanda, Dan Sudaru Murti. 2023. *Komunikasi Digital*. Klaten: Penerbit Lakeisha.

Aulia, Azhari Putri, Aji Satya Pujastra, Tadeu Amaral Sarmento, Alan Verdiyan, Handjung, Dan Ruslan Ramli. 2025. “The Increase Of Podcast Interest Among Gen Z : The Development Of Social Reality Through Podcasts.” *World Science Journal* 4(6):818–26.

Brown, Abbie, Dan Timothy D. Green. 2008. “Video Podcasting In Perspective : The History , Technology , Aesthetics , And Instructional Uses Of A New Medium.” *Paywood* 36(1):3–17. Doi: 10.2190/ET.36.1.B.

Chitri, Bella, Dan Roswita Oktavianti. 2019. “Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast Dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus Dalam Podcast Duo Budjang).” *Prologia* 3:532–38.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Creswell, John W., Dan J. Davi. Creswell. 2018. *Research Design Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. Fifth Edit. London: SAGE Publications.

Dial, T. H. E. Infinite. 2023. "The Infinite Dial 2023 Edison Research." *The Infite Dial 2023*.

Fauzi, Rifqi, Dan Irfan Ahmad Harfan. 2020. "Implikasi Podcast Di Era New Media." *Communicative: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1.

Gottfried, B. Y. Jeffrey. 2024. "American's Social Media Use." *Paw Research*.

Hasballah, Rizaldi, Dan Rizka Aula Assaf. 2025. "Pengaruh Format Penyajian Berita Berupa Format Video Di Youtube Dan Format Teks Di Website Terhadap Engagement Audiens Di Media Pikiran Rakyat." *Indonesian Journal Of Social Science And Education (IJOSSE)* 1(3):638–48.

Hutabarat, Peny Meliaty. 2021. "Podcast Dan Personal Branding : Potensi Podcast Sebagai Media Untuk Membangun Personal Brand Pelaku UMKM Dengan Pendekatan Content Marketing." *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. Doi: 10.13140/RG.2.2.12043.09764.

Indrayani, Galuh Gita. 2019. "Digital Campaign Humas Pemerintah Kota Melalui Branding 'Bangga Surabaya' Dalam Membentuk Citra Positif." *Commercium* 1–

Kanwil Kemenag Riau. N.D. "No Title." Diambil (<https://Riau.Kemenag.Go.Id/>).

Kasariyanto, Bambang, Dan Arif Ardy Wibowo. 2021. "Borobudur Dalam Budaya Digital : Merancang Podcast Youtube Untuk Komunikasi Arkeologi Publik." *Borobudur* XV:51–68.

Khazim, Iqbal Al, Dan Dinda Cinta Andarini. 2021. "Podcast Sebagai Media Alternatif Dengan Pendekatan Determinisme Teknologi." *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi* (100):191–99.

- Kurnia, Novi. 2005. "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru : Implikasi Terhadap Teori Komunikasi." *Mediator* 6(56):291–96.
- Kusumastuti, Adhi, Dan Ahmad Mustamil Khoiron. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. SEMARANG: LEMABAGA PENDIDIKAN SEMARANG SUKARNO PRESSIDO.
- Leandro, Alexandra, João Morais, Dan Estela Silva. 2025. "Digital Storytelling In Higher Education : The Use Of Podcasts In Building Institutional Identity And Engagement ." *Innovative Higher Education* (0123456789). Doi: 10.1007/S10755-025-09839-4.
- Lee, Jing Wun. 2022. "Impacts Of Public Relations On Corporate Reputation." *Journal Of Digital Marketing And Communication* 1(1):30–36.
- Lögdberg & Oscar, Wahlqvist &. Arvid. 2020. "Podcasting As A Digital Content Marketing Tool Within B2B." *Linköping University* /.
- Maulvi, Herzi Rahmatia, Edwin Rizal, Dan Elnovani Lusiana. 2023. "Peran Media Sosial Bagi Humas Pemerintah." *Komunikasi : Jurnal Komunikasi* 14(1):92–101. Doi: 10.31294/Jkom.V14i1.14939.
- Mucharam, Achmad. 2022. "Membangun Komunikasi Publik Yang Efektif." *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi 2022 (Universitas Persada Indonesia Y.A.I)* XXVII(1):71–82.
- Musdalipa. 2018. "Analisis Kegiatan Publisitas Pemerintah Kota Dalam Meningkatkan Citra Kota Samarinda." *Ejournal Ilmu Komunikasi* 6(1):413–27.
- Muzaffar, Muhammad Hanif, Samsul Bahri Pasaribu, Muhammad Haritz Arrasyid, Dan Hasan Sazali. 2025. "Peran Humas PT . Railink Dalam Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Publisitas." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik* 02(03):835–40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nabila, Herliana Putri. 2021. "STRATEGI HUMAS KANTOR WILAYAH Kementerian Agama (Kanwil Kemenag) Provinsi Riau Dalam Penyebarluasan Informasi Melalui Media Online." (4521).

Nanuu, Ricardo F. 2017. "Youtube Seni Berwawasan Teknologi Modern."

Nuseir, Mohammed T., Ahmad Ibrahim Aljumah, Dan Ghaleb A. El-Refae. 2022. "Digital Marketing And Public Relations : A Way To Promote Public Relations Value." *International Journal Of Data And Network* (March 2023). Doi: 10.5267/J.Ijdns.2022.6.002.

Perda Kepri. 2005. *Perda Prov. Kepulauan Riau No. 4.*

Pma(No.13). 2012. *Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama.*

Pma(No.6). 2022. *Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 19 Tahun 2019 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama.*

Pma. 2019. *Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2019 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama.*

Prajato, Nunung. 2008. "Efektivitas Publisitas Menilai Reputasi Institusi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.

Pratiwi, Eviza Juni, Dan Toni Hartono. 2021. "Kreativitas Editor Video @DiskominfoProvriau Dalam Menyampaikan Informasi Resmi Dinas Komunikasi." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi (JRMDK)* (2):64–75.

Rachman, Arif. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Karawang: Pustaka Jaya Publisher.

Rahartri. 2019. “ ‘ Whatsapp ’ Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspiptek).” *Vivi Pustaka* 21(2):147–56.

Ramadhan, Naufal Alfi. 2024. “Persepsi Remaja Terhadap Efektifitas Podcast Sebagai Media Penyebarluasan Informasi Di Era Digital Di Smks Cyber Media.” *Jurnal Multilingual* 4(1):289–305.

Santhia, Bella Ayu, Dan Dewi K. Soedarsono. 2022. “Peran Podcast Sebagai Media Penyebaran Informasi Program Kerja Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Bandung.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(2):45–60.

Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Dan Hana Iriyanti. 2018. “Komunikasi Dan Media Sosial.” *Jurnal The Messenger* (January 2019).

Sekar, Citranata Dewi. 2025. “Analisis Efektifitas Podcast Sebagai Media Peningkatan Motivasi Dan Prestasi Siswa SMPN 45 Surabaya.” *Sindoro Cendikia Pendidikan* 15(12). Doi: 10.9644/Sindoro.V3i9.267.

Setyanto, Yugih, Paula T. Anggarina, Dan Anny Valentina. 2017. “Branding Yang Dilakukan Humas Pada Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1(1):171. Doi: 10.24912/Jmishumsen.V1i1.347.

Shevola, Shevila Noven;, Dan Popi Andriyansari. 2024. “Strategi Media Relations Humas Diskominfo Kabupaten Sleman Dalam Menjalankan Fungsi Publisitas Pada Media Massa.” *HIKMAH* No. 18.

Simmons, Geoffrey J. 2007. “‘I-Branding’ : Developing The Internet As A Branding Tool.” *Emeraldinsight*. Doi: 10.1108/02634500710819932.

Sri, Agata Krisdiyati, Dan Sulistyaningtyas Devi Ike. 2013. “Evaluasi Publisitas Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Analisis Isi Perbandingan.” *Universitas Atma Jaya Yogyakarta Di Media Cetak*.

Sulistio, Ahmad Budi. 2021. “Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis.” 1–16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sya, Cindie, Desy Misnawati, Jl Jend, Dan A. Yani No. 2020. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan." *Jurnal Inovasi* 14(1):32–41.

Syafrina, Eka Annisa. 2022. "Penggunaan Podcast Sebagai Media Informasi Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya." *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan* 4(2):10–22. Doi: 10.31599/Vk0z2815.

Syafrina, Wahyu Nur, Iqbal Nafis Musyaffa, Mohamad Rizal Ramadhana, Dan Putri Ardha. 2021. "Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital (Studi Kasus Pada Podcast Manusia Keju)." *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1(2):14–24.

Taiminen & Ranaweera, Kimmo Taiminen Ranaweera Chatura. 2019. "Fostering Brand Engagement And Value-Laden Trusted B2B Relationships Through Digital Content Marketing The Role Of Brand ' S Helpfulness." *European Journal Of Marketing*. Doi: 10.1108/EJM-10-2017-0794.

Tuhana, Veki Edizon, Lukas Lebi Daga, Muhammad Aslam, Henny Lada, Dan Joan Edon. 2023. "Strategi Digital Public Relations Pemerintah Kota Kupang Melalui Media Sosial." *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi* 12(2).

Wahyono, Tatang, Dan Rafinita Aditia. 2022. "Unsur-Unsur Komunikasi Pelayanan Publik (Sebuah Tinjauan Literatur)." *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 1(4):489–94.

Wibawa, Angga Eka Yuda. 2021. "Implementasi Platform Digital Sebagai Media Pembelajaran Daring Di Mi Muhammadiyah Pk Kartasura Pada Masa Pandemi Covid-19." *Berajah Journal*.

Winata, Chandra, Dan Muhammad Fadhli. 2024. "Mengoptimisasikan Branding Sekolah Melalui Ekstrakurikuler Pada Smkn 3." *Ta'dib : Jurnal Pendidikan Islam* 13(2):593–600. Doi: 10.29313/Tjpi.V13i2.14751.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta ini dilindungi undang-undang. UIN Suska Riau

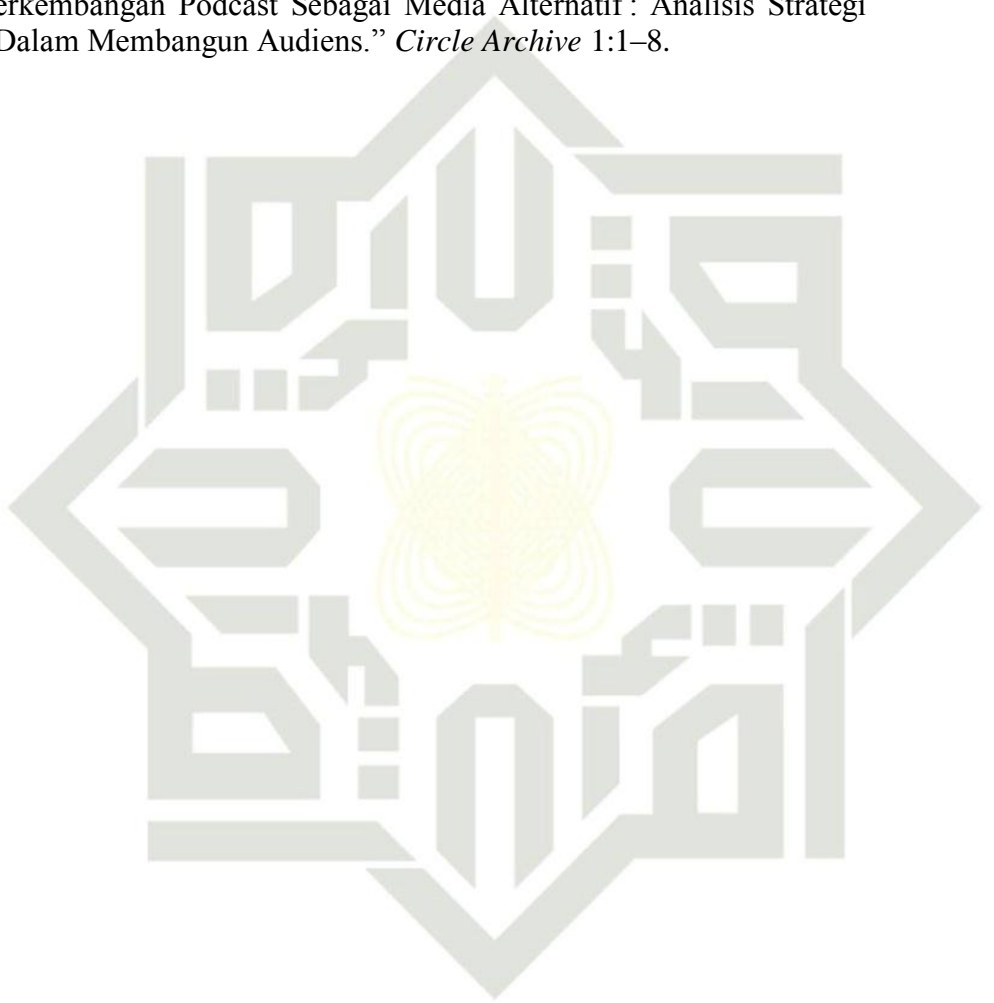
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yolanda, Redempta Erinita, Rila Setyaningsih, Dan Nur Siva. 2025. "Public Relations Campaign Strategy Of East Mangarai District Health Office In An Effort To Overcome The Problem Of Stunting." *Formosa Journal Of Applied Sciences (FJAS)* 4(2):605–14.

Zainun. 2024. "Perkembangan Podcast Sebagai Media Alternatif: Analisis Strategi Komunikasi Dalam Membangun Audiens." *Circle Archive* 1:1–8.



UIN SUSKA RIAU

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Surhasanah (Ketua Tim Humas Kanwil) Pada 13 November 2025

No.	Pertanyaan	Indikator
1.	Bisa Ibu ceritakan secara singkat tentang latar belakang dibuatnya program podcast “Bincang Prestasi” ini?	Pembuka dan strategi Persuasi
2.	Apa tujuan utama dari peluncuran podcast ini bagi Kanwil Kemenag Riau?	
3.	Siapa saja tim yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan podcast ini?	
4.	Bagaimana Bapak/Ibu melihat peran podcast sebagai bentuk komunikasi digital di lingkungan Kanwil Kemenag Riau?	Komunikasi Digital dan Teori New media
5.	Sejauh mana penggunaan media digital ini membantu menjangkau audiens yang lebih luas?	
6.	Fitur YouTube apa yang digunakan dalam mempublikasikan Video Podcast tersebut?	
7.	Apakah podcast ini terdapat di media social lain selain YouTube?	Pemanfaatan Media Digital
8.	Bagaimana Ibu menilai keunggulan platform YouTube dibandingkan media sosial lain dalam menyebarkan konten podcast “Bincang Prestasi”?	
9.	Apakah tim humas memanfaatkan data analitik YouTube (seperti jumlah penonton, durasi tonton, dan komentar) untuk mengevaluasi keberhasilan setiap episode?	Evaluasi Media Digital
10.	Bagaimana cara tim humas mempublikasikan podcast “Bincang Prestasi” agar dikenal masyarakat?	Strategi Publisitas
11.	Apa saja bentuk promosi atau kegiatan publikasi yang dilakukan sebelum dan sesudah rilis setiap episode?	
12.	Bagaimana pesan dalam podcast disusun agar dapat meyakinkan publik tentang citra positif Kanwil Kemenag Riau?	Strategi Persuasi
13.	Adakah pendekatan tertentu yang digunakan untuk menarik minat pendengar agar tetap	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	mengikuti setiap episode?	
4.	Bagaimana tim memastikan bahwa isi podcast berisi informasi yang valid dan argumentatif, bukan sekadar promosi?	Strategi Argumentasi
5.	Bagaimana Ibu menilai interaksi audiens di kolom komentar YouTube apakah hal tersebut menjadi bentuk komunikasi dua arah yang mendukung citra positif Kanwil Kemenag Riau?	Strategi Citra
6.	Apakah ada upaya untuk menanggapi isu atau kritik publik melalui podcast ini?	
7.	Bagaimana Ibu menilai pengaruh podcast ini terhadap citra Kanwil Kemenag Riau di mata publik?	
8.	Apakah sudah ada perubahan persepsi publik sejak podcast “Bincang Prestasi” mulai ditayangkan?	
19.	Menurut Ibu, sejauh mana podcast ini efektif dalam membangun branding Kanwil Kemenag Riau?	Kendala Program
20.	Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses produksi dan penyebaran podcast?	
21.	Bagaimana cara tim mengatasi kendala tersebut?	Evaluasi
22.	Apakah ada evaluasi rutin untuk menilai keberhasilan setiap episode podcast?	Keberlanjutan Program
23.	Apa harapan Ibu terhadap keberlanjutan podcast “Bincang Prestasi” di masa mendatang	
24.	Apakah ada rencana untuk mengembangkan podcast ini ke bentuk komunikasi digital lain (misalnya live streaming, webinar, dll.)?	

B. Nofrian Eka Tresna (Humas bagian Editor di Kanwil) Pada 13 Nvember 2025 dari jam 14.38-15.05

No.	Pertanyaan	Indikator
1.	Bisa Bapak ceritakan bagaimana keterlibatan Bapak dalam proses produksi podcast “Bincang Prestasi”?	Peran Editor
2.	Sejak kapan Bapak mulai terlibat sebagai editor video dalam tim Humas Kanwil Kemenag Riau?	
3.	Apa motivasi atau alasan utama Bapak tertarik mengerjakan proyek podcast ini?	
4.	Bagaimana alur kerja dalam proses pembuatan podcast, mulai dari rekaman hingga publikasi?	Proses Produksi
5.	Sejauh mana proses editing berperan dalam membentuk kualitas komunikasi digital melalui podcast ini?	Kualitas Konten
6.	Menurut Bapak, bagaimana podcast ini berkontribusi terhadap komunikasi digital instansi di era media baru?	Komunikasi digital (New Media)
7.	Bagaimana tim memastikan hasil video yang sudah diedit dapat menarik perhatian publik?	Produksi Konten
8.	Adakah penyesuaian tertentu dalam gaya editing untuk menyesuaikan dengan target audiens?	
9.	Dalam editing, apakah ada pertimbangan khusus untuk memperkuat pesan atau citra positif yang ingin disampaikan instansi?	Strategi Persuasi
10.	Bagaimana Bapak menyusun visual atau audio agar pesan dalam podcast bisa lebih meyakinkan dan mudah diterima?	
11.	Apakah ada langkah tertentu yang dilakukan tim untuk membuat tampilan podcast di YouTube lebih menarik, misalnya melalui penggunaan thumbnail, hashtag, atau playlist?	Pemangatan media digital
12.	Bagaimana proses pemilihan potongan video atau narasi agar isi podcast tetap informatif dan memiliki nilai edukatif?	Strategi Argumentasi
13.	Apakah tim Humas pernah melakukan diskusi atau revisi bersama untuk memastikan pesan yang disampaikan selaras dengan nilai instansi?	Evaluasi
14.	Menurut Bapak, seberapa besar pengaruh	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

	kualitas editing terhadap citra Kanwil Kemenag Riau?	Strategi Citra
5.	Apakah Bapak melihat adanya peningkatan respon positif dari 103public setelah tayangnya beberapa episode podcast?	
6.	Kendala apa saja yang sering muncul dalam proses editing dan publikasi podcast?	Kendala dan Strategi
7.	Bagaimana cara Bapak dan tim mengatasi kendala tersebut agar tetap menjaga kualitas konten?	
8.	Sejauh ini, menurut Bapak, apakah podcast “Bincang Prestasi” sudah efektif dalam mendukung branding Kanwil Kemenag Riau?	
9.	Apa harapan Bapak terhadap perkembangan podcast “Bincang Prestasi” ke depannya?	Keberlanjutan dan inovasi program
20.	Apakah Bapak memiliki ide untuk inovasi konten digital lain dari sisi editing atau visualisasi?	

C. Wawancara dengan Talent Podcast M. Adip Baihaqi pada 3 Desember 2025 dari jam 11.17-11.42

No.	Pertanyaan	Indikator
1.	Bisakah Anda menceritakan bagaimana awalnya Anda diajak untuk menjadi narasumber dalam podcast “Bincang Prestasi”?	Strategi Publicity
2.	Apa yang Anda rasakan ketika pertama kali diminta untuk tampil di podcast tersebut?	Strategi Persuasion
3.	Dapatkah Anda menjelaskan tema atau topik yang dibahas dalam episode yang Anda ikuti, serta alasan mengapa Anda terpilih menjadi narasumber?	Strategi Publicity
4.	Bagaimana suasana saat proses rekaman berlangsung? Apakah terkesan santai, serius, atau menegangkan?	Strategi Persuasion
5.	Menurut Anda, bagaimana cara tim Humas atau pembawa acara menciptakan suasana yang nyaman selama proses wawancara di podcast?	
6.	Bagaimana pandangan Anda mengenai konsep podcast “Bincang Prestasi”? Apakah menurut Anda konsep tersebut menarik bagi kalangan	New Media

	pelajar atau anak muda?	
	Menurut Anda, pesan apa yang ingin disampaikan oleh Kanwil Kemenag Riau melalui podcast “Bincang Prestasi”?	Strategi Publicity
	Setelah melihat hasil tayangan podcast di platform digital, bagaimana kesan Anda terhadap hasil akhirnya?	New Media
	Menurut Anda, apakah podcast ini dapat membantu meningkatkan citra positif atau memperkenalkan Kanwil Kemenag Riau kepada masyarakat, khususnya generasi muda?	Strategi Image
8.	Menurut Anda, aspek apa yang paling berpengaruh dalam menarik perhatian penonton apakah dari sisi pembawa acara, isi pembahasan, atau tampilan visualnya?	Strategi Persuasion
11.	Setelah tampil sebagai narasumber, apakah ada tanggapan atau perubahan pandangan dari teman-teman maupun lingkungan sekitar terhadap Anda?	Strategi Image
12.	Menurut Anda, apakah podcast dapat menjadi media komunikasi digital yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai positif dan informasi dari instansi seperti Kementerian Agama?	New Media
13.	Jika diberikan kesempatan kembali, apakah Anda tertarik untuk menjadi narasumber lagi atau bahkan terlibat dalam proses pembuatan podcast tersebut?	Strategi Persuasion
14.	Apa harapan Anda terhadap perkembangan podcast “Bincang Prestasi” di masa mendatang?	Strategi Image
15.	Adakah pesan yang ingin Anda sampaikan kepada siswa lain atau generasi muda agar berani berbagi pengalaman positif melalui media digital seperti podcast?	Strategi Persuasion

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Wawancara dengan Publik

Publik Nabilah Vincy Ramadhani Pada 3 Desember 2025 dari jam 16.18-16.27

Publik Archie Aulia Harisanda pada 7 Desember 2025 pada jam 09.55-10.09

Publik Salwa Athaya pada 7 Desember 2025 pada jam 09.38-9.35

No.	Pertanyaan	Indikator
1.	Apakah Anda mengetahui adanya program podcast “Bincang Prestasi” yang dibuat oleh Kanwil Kemenag Provinsi Riau?	Strategi Publicity
2.	Dari mana Anda pertama kali mengetahui tentang podcast tersebut? (misalnya melalui YouTube, teman, atau guru/dosen)	
3.	Apakah Anda pernah menonton atau mendengarkan salah satu episode podcast “Bincang Prestasi”? Jika pernah, episode apa yang paling Anda ingat?	New Media
4.	Bagaimana kesan Anda terhadap tampilan dan penyajian podcast tersebut (dari segi topik, host, narasumber, dan visualnya)?	Strategi Persuasion
5.	Menurut Anda, apakah isi dan pembahasan dalam podcast tersebut menarik bagi kalangan pelajar atau mahasiswa?	
6.	Sejauh mana Anda menilai podcast ini mampu menyampaikan pesan positif yang berhubungan dengan dunia pendidikan dan keagamaan?	Strategi Argumentation
7.	Sebelum mengetahui podcast “Bincang Prestasi”, bagaimana pandangan Anda terhadap Kanwil Kemenag Riau?	Strategi Image
8.	Setelah menonton atau mendengar podcast tersebut, apakah ada perubahan persepsi Anda terhadap instansi tersebut?	
9.	Menurut Anda, apakah podcast ini dapat membantu meningkatkan citra positif Kanwil Kemenag Riau di mata generasi muda?	Strategi Persuasion
10.	Aspek apa yang paling berpengaruh dalam membangun citra positif tersebut pesan yang disampaikan, figur narasumber, atau cara penyajiannya?	
11.	Menurut Anda, seberapa efektif podcast ini	New Media

	sebagai bentuk komunikasi digital dari instansi pemerintah seperti Kanwil Kemenag Riau?	
2.	Apakah podcast ini membuat Anda lebih tertarik untuk mengetahui kegiatan atau program lain dari Kemenag Riau?	Strategi Persuasion
3.	Menurut Anda, seberapa penting bagi instansi pemerintah memiliki media digital seperti podcast untuk mendekatkan diri kepada masyarakat, khususnya pelajar dan mahasiswa?	New Media
4.	Apa saran Anda agar podcast “Bincang Prestasi” bisa lebih menarik dan lebih banyak dikenal oleh pelajar maupun mahasiswa?	Strategi Publicity
5.	Apa harapan Anda terhadap podcast ini di masa mendatang baik dari sisi tema, narasumber, maupun cara penyajiannya?	Strategi Image

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI

Wawancara Dengan Ketua Tim Hubungan Masyarakat (Humas) Kanwil
Kemenag Riau Nurhasanah Pada 13 November 2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Dengan Editor Humas) Kanwil Kemenag Riau Nofrian Eka Tresna
Pada 13 Nvember 2025

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Dengan Talent Podcast M. Adip Baihaqi Pada 3 Desember 2025



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Dengan Publik Nabilah Vincy Ramadhani Pada 3 Desember 2025



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

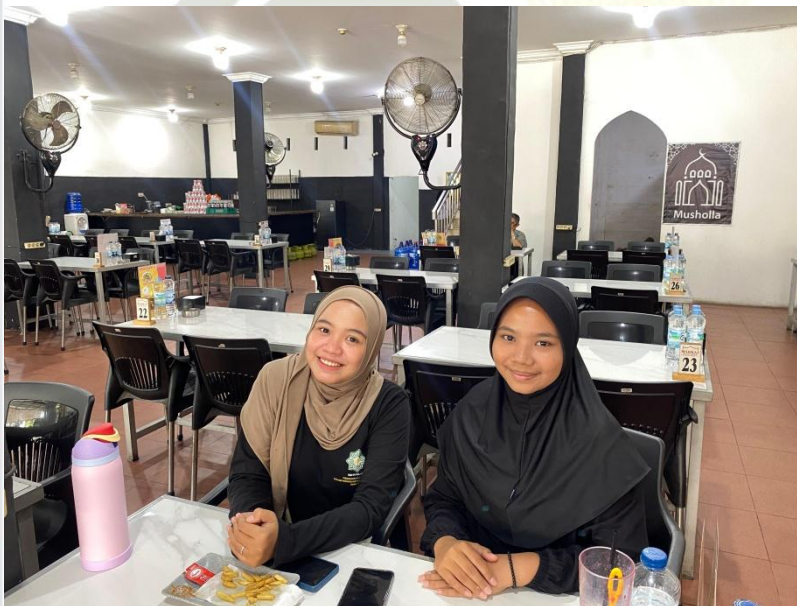
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Dengan Publik Salwa Athaya Pada 7 Desember 2025

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara Dengan Publik Archie Aulia Harisanda Pada 7 Desember 2025



© Hakcipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Penulis bernama Rachel Saydina Putri, lahir di Pekanbaru pada 14 Juni 2004. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, putri sulung dari pasangan Bu Erita dan Bapak Syahrial. Penulis memiliki satu adik perempuan bernama Raysa Agusti Cahyani dan satu adik laki-laki bernama M. Restu Illahi, yang menjadi sumber semangat dan motivasi penulis dalam menempuh pendidikan.

Perjalanan pendidikan penulis dimulai di SD Negeri 90 Pekanbaru pada tahun 2010 hingga 2016. Pendidikan kemudian dilanjutkan ke SMP Negeri 26 Pekanbaru dari tahun 2016 hingga 2019. Selama menempuh pendidikan di SMP, penulis aktif mengikuti perlombaan bola voli tingkat sekolah. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 10 Pekanbaru dengan jurusan MIPA dan berhasil lulus pada tahun 2022. Setelah itu, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau melalui jalur SBMPTN dan berhasil menyelesaikan studi dalam waktu 3 tahun 5 bulan atau lulus pada semester VII dengan predikat cumlaude pada tanggal 9 Januari 2026.

Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi dan pengembangan diri. Penulis tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMAKOM) dan pernah diamanahkan sebagai Koordinator Lapangan pada kegiatan Communications Culture tahun 2023. Penulis juga aktif dalam organisasi IMAMIKA UIN SUSKA sebagai Sekretaris Divisi Kominfo periode 2024-2025, serta tergabung dalam Suska FM pada divisi Redaksi. Selain itu, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Kandis Kota pada divisi PPD dan menjalani kegiatan magang di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau pada Divisi Hubungan Masyarakat.

Penulis meyakini bahwa setiap kesulitan selalu disertai dengan kemudahan sebagaimana yang tertuang dalam Surah Al-Insyirah ayat 5-6. Prinsip hidup penulis adalah terus berusaha menjadi pribadi yang baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Penulis percaya bahwa setiap upaya untuk mempermudah urusan orang lain akan dibalas oleh Allah SWT dengan kemudahan, serta senantiasa mengingat untuk tidak bergantung harapan secara berlebihan kepada manusia.

© Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.