

**PEMANFAATAN KONTEN TIKTOK SEBAGAI MEDIA INTERAKSI KEPADA  
KHALAYAK**

**(Studi Pada Akun TikTok @lsf\_ri)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

Layli Nur Hayyuni

202010040311178

**Dosen Pembimbing:**

Widiya Yutanti M.A Hons

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Layli Nur Hayyuni  
NIM : 202010040311178  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Konten TikTok Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF-RI) sebagai Media Komunikasi kepada Khalayak

Disetujui,  
Pembimbing

(Widiya Yutanti M.A (Hons))

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 450 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PENGESAHAN

**PEMANFAATAN KONTEN TIKTOK SEBAGAI MEDIA INTERAKSI  
KEPADA KHALAYAK  
(STUDI PADA AKUN TIKTOK @LSF\_RI)**

Diajukan Oleh :

**LAYLI NUR HAYYUNI**  
202010040311178

Telah disetujui  
*Senin / 09 September 2024*

Pembimbing I

**Widiya Yutanti M.A (Hons)**

Wakil Dekan I

**Najamuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

**Nasrullah, M.Si.**

## LEMBAR PENGESAHAN

# SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Layli Nur Hayyuni**

**202010040311178**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Senin, 2 September 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno M.A (  )
2. Rahadi M.Si (  )
3. Widiya Yutanti M.A (Hons) (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Najamuddin Khairi, Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Layli Nur Hayyuni  
NIM : 202010040311178  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

### PEMANFAATAN KONTEN TIKTOK LEMBAGA SENSOR FILM REPUBLIK INDONESIA (LSF-RI) SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KEPADA KHALAYAK

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Agustus 2024

Yang Menyatakan,

LAYLI NUR HAYYUNI



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 480 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### ABSTRAK

Layli Nur Hayyuni (202010040311178)

Judul : Pemanfaatan Konten TikTok Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF-RI) sebagai Media Komunikasi Kepada Khalayak

Pembimbing : Widiya Yutanti M.A (Hons)

Kata Kunci : Media Sosial, TikTok, Lembaga Sensor Film (LSF), Media Komunikasi

Jumlah Halaman : 71 halaman

Pemanfaatan TikTok oleh Lembaga Sensor Film (LSF) bertujuan sebagai saluran komunikasi dalam mengatasi kesenjangan komunikasi, sekaligus mengubah persepsi publik terhadap Lembaga tersebut. LSF memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang perfilman dan budaya sensor mandiri kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana LSF memanfaatkan TikTok sebagai Media Komunikasi kepada publik yang dilakukan oleh Tim Publikasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori new media oleh Pierre Levy. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Interaktif Model* yang dipopulerkan oleh Miles and Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LSF memanfaatkan TikTok sebagai penyebaran informasi dan komunikasi yang dilakukan oleh Tim Publikasi dengan membuat konten yang edukatif bagi masyarakat yang dipertunjukkan kalangan anak muda. Media sosial TikTok sebagai media komunikasi LSF yang dipertunjukkan agar adanya timbal balik dari masyarakat terhadap konten yang telah diunggah. Namun TikTok LSF ini masih perlu memperhatikan beberapa aspek, seperti belum mengoptimalkan pemanfaatan fitur-fitur TikTok dan engagement pada beberapa konten. Oleh karena itu, salah satu tantangan yang dihadapi oleh LSF adalah menyesuaikan konten-konten yang sesuai dengan platform media sosialnya, serta meningkatkan kreativitas dalam menyajikan konten edukasi agar lebih menarik dan interaktif.

Malang, 3 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti M.A (Hons)

Penulis

Layli Nur Hayyuni



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirobbil Alamin*, Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PEMANFAATAN KONTEN TIKTOK LEMBAGA SENSOR FILM REPUBLIK INDONESIA (LSF-RI) SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KEPADA KHALAYAK”**. Penyusunan skripsi ini dilakukan dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian tingkat sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bantuan, bimbingan dan semangat yang diberikan dari berbagai pihak baik berupa moril maupun materil.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebanyak-banyaknya, kepada :

1. Bapak Prof. DR. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Muslimin Machmud, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Ibu Widiya Yutanti M.A (Hons) Selaku dosen pembimbing tugas akhir skripsi penulis, yang telah memberikan waktu, pikiran serta tenaganya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu seluruh dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tersayang penulis yakni Ibu Siti Khotijah dan Bapak Totok Subagio yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa selama melakukan penulisan skripsi ini. Skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa ridha dari kedua orang tua penulis. Terima kasih untuk kedua orang tua yang telah memberikan segala kebutuhan dan memberikan tempat ternyaman sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Saudara kandung penulis yakni Agus Toni Apriono, Yogi Setiyo Hadi, kakak-kakak ipar penulis yakni Siti Khodijah dan Sri Devi Lestari serta kedua ponakan penulis,

Muhammad Ammar Alfarizky dan Ayya Fayola Shalihah Hadi, yang senantiasa menyemangati dan menghibur penulis selama menjalani masa perkuliahan.

8. Seluruh subjek penelitian yang telah bersedia untuk menyempatkan waktu dan pikirannya untuk berkontribusi dalam penelitian ini.
9. Ninda Wulan selaku teman SMA penulis yang telah membantu penulis menjadi teman cerita dan senantiasa menyemangati penulis selama menjalankan perkuliahan.
10. Ardita Febrianti, Kirana Rahma Vio S, Diajeng Sukmawati Wardoyo dan Pingky Nanda Sofyan Natasya selaku teman-teman penulis yang telah menyemangati dan menjadi tempat berkeluh kesah selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
11. Kepada seluruh pihak yang turut membantu memberikan masukan, motivasi, dukungan dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas ketulusan hati dan kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti.

Penulis berharap skripsi ini dapat membawa dampak positif bagi para pembaca karena di dalam skripsi ini memuat pembelajaran yang penulis dapatkan selama penelitian berlangsung. Dalam hal ini penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran yang sekiranya bisa menjadi pembelajaran bagi penulis untuk berkembang menjadi lebih baik lagi.

Penulis,

Layli Nur Hayyuni



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
TANDA TERIMA PLAGIASI .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Akademis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktisi .....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Teori <i>New Media</i> .....	9
2.3 Komunikasi Digital .....	12
2.4 Komunikasi Massa .....	13
2.5 Media Komunikasi .....	14
2.6 Komunikasi Interaktif .....	14
2.7 Media Sosial .....	15
2.7.1 Interaktivitas Media Sosial .....	16
2.7.2 Pemanfaatan Media Sosial oleh Lembaga Pemerintahan .....	16
2.7.3 TikTok .....	17
2.7.3.1 Fitur TikTok .....	18
2.7.3.2 Konten TikTok sebagai Media Komunikasi .....	19
2.8 Fokus Penelitian .....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Paradigma Penelitian .....	21

3.2 Pendekatan Penelitian .....	21
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian .....	22
3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	22
3.5 Subjek Penelitian .....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.7 Teknik Analisis Data .....	24
3.8 Uji Keabsahan Data .....	25
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
4.1 Profil Subjek .....	26
4.1.1 Sejarah Pendirian Lembaga Sensor Film di Indonesia .....	26
4.1.2 Peran Lembaga Sensor Film .....	27
4.1.3 Pembentukan Media Sosial Lembaga Sensor Film .....	29
4.1.4 Pembuatan Akun TikTok Lembaga Sensor Film .....	30
4.2 Latar Belakang Subjek .....	30
4.2.1 Subjek 1 (Alfi) .....	30
4.2.2 Subjek 2 (Gadis) .....	31
4.2.3 Subjek 3 (Zakia) .....	31
4.3 Hasil Penelitian .....	31
4.3.1 Media Sosial LSF sebagai Media Komunikasi .....	31
4.3.2 Pengelolaan Konten TikTok @lsf_ri .....	35
4.3.3 Jenis Konten yang diunggah .....	40
4.3.4 Penggunaan Fitur TikTok .....	43
4.3.5 Pengemasan Konten Tren dengan bahasa kasual .....	45
4.3.6 Membangun interaksi dengan audiens .....	48
4.4 Analisis Data .....	54
4.4.1 Pemanfaatan Konten TikTok LSF sebagai Media Komunikasi .....	54
4.4.2 Implementasi Konten TikTok LSF .....	59
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
a) Saran Akademis .....	64
b) Saran Praktis .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

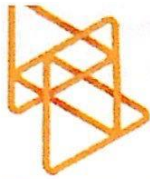
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 4.2 Data Engagement tertinggi selama melakukan penelitian .....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024 .....	2
Gambar 4.1 Logo Lembaga Sensor Film Republik Indonesia .....	25
Gambar 4.2 Akun Media Sosial LSF RI .....	31
Gambar 4.3 Kegiatan Tim Publikasi dimulai dari Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi ..	35
Gambar 4.4 Buku peraturan Menteri Pendidikan dan kebudayaan republik Indonesia nomor 14 tahun 2019 .....	36
Gambar 4.5 Salah satu konten diary internship LSF dan konten moviegors .....	38
Gambar 4.6 Konten edukasi mengenai LSF “Stigma tentang LSF” dan “Aspek yang harus dinilai untuk mendapatkan STLS” .....	40
Gambar 4.7 Salah satu konten “Stigma LSF” yang mengadopsi dari trend TikTok “No way” .....	43
Gambar 4.8 Salah konten hiburan yang berjudul “boombastic side eye” dan “bukber bawa makanan sesuai insial nama” .....	45
Gambar 4.9 Konten TikTok LSF.....	48
Gambar 4.10 Konten TikTok Pillar LSF .....	51

# TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Layli Nur Hayyuni

NIM : 202010040311178

Hasil Plagiasi : 29/7 30/7 2/8

BAB I	19			
BAB II	16			
BAB III	48	28	16	

29/7

BAB IV	5			
BAB V	11			
BAB VI				

Malang, 29 Juli 2024  
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
W. Dasuki



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, N., & Adiarni, N. (2019). Pengelolaan Media Sosial pada Usaha XYZ. *Agribusiness Journal*.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.
- Akbar, S. (2021). Media Komunikasi Dalam Mendukung Penyebarluasan Informasi Penanggulangan Pandemi Covid-19. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*.
- Andini, W., Fitriani, D., & Purba, L. K. (2023). Paradigma Penelitian Kuantitatif Dalam Jurnal Ilmiah Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Jurnal ilmu pendidikan dan pengajaran*.
- Andjani, A., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Whatsapp Terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*.
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*.
- Asmarantika, R. A., Prestianta, A. M., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*.
- Asrat, S., & Kalaloi, A. F. (2022). Daya Tarik Fitur Aplikasi Tik Tok Dalam Memediasi Informasi Kesehatan Di Era pandemi. *e-Proceeding of Management*, 978.
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez). *Jurnal sistem dan teknologi informasi*, 223. doi:10.26418/justin.v10i1.45284
- B Boestam, A., & Dervanti, A. D. (2022). Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*.
- Budiarti, N. F., Riandhita, A., & Tally, N. A. (2022). Preferensi Gen Z Terhadap Kemajuan Teknologi Pada Aplikasi TikTok dan Youtube.
- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Waqsith, M. A. (2023). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami Pendekatan Positivistis, Konstruktivistis dan Kritis Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Communique*.
- Department, S. R. (2021). *TikTok- Statistics & Facts*. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/6077/tiktok/>.

- Elfadhli, & Evanita, S. (2022). Strategi Komunikasi dari Dampak Peternakan Ayam di Koto Gaduh Nagari Limo Kaum Kabupaten Tanah Datar terhadap Kenyamanan Warga. *Jurnal Pendidikan dan Konseling* .
- Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi remaja. *jurnal komunikasi*, 67. doi:http://dx.doi.org/10.24912/jk.v12i1.6654
- Fanaqi, C. (2021). TikTok Sebagai Media Kreativitas di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Dakwah*.
- Fansuri, H., Sartika, I., & Ismiyanto. (2024). Inovasi Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah: Studi pada Tingkat Kementerian/Lembaga. *Jurnal Media Birokrasi*.
- Fanzuri, H., Sartika, I., & Ismiyanto. (2024). Inovasi Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah: Studi pada Tingkat Kementerian/Lembaga. *Jurnal Media Birokrasi*.
- Film, L. S. (n.d.). *Sejarah Lembaga Sensor Film*. Retrieved from <https://lsf.go.id/sejarah/>.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik* .
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Jurnal Humaniora, Cakrawala*.
- Furqon, M. ', Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Rakhmawati, N. A. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet. *Jurnal Sosioteknologi*, 181.
- Harianja, L. W. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Di Masyarakat. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*.
- Haryanto. (2015). Pola Komunikasi Interaktif antara Pemerintah Daerah dengan Masyarakat berbasis Teknologi Informasi dalam rangka akselerasi Otonomi Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Indrawan , J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Jurnal Medium*.
- Kalesaran, W. J. (2023). Kemunculan Media Baru dan Pengaruhnya Terhadap Masyarakat Digital (Suatu Tinjauan Kritis Berdasarkan Pemikiran Jean Baudrillard). *Seri Mitra Refleksi Ilmiah-Pastoral*.
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer(Kajian Pada Media Youtubedi Kalangan Remaja). *jurnal ekspresi & persepsi*.
- Kartini, Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & BR Ramber, S. W. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi non formal*.

- Kebudayaan, K. P. (2021). *LSF Dorong Kemandirian Masyarakat dalam Memilah dan Memilih Film*. Retrieved from <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2021/02/lfsf-dorong-kemandirian-masyarakat-dalam-memilah-dan-memilih-film>.
- Komalasari, P., & W.S, J. A. (2023). Interaktivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Kahe.id Dalam Meningkatkan Customer Engagement. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*.
- Lestari, D. A., Gelgel, N. R., Suryawati, I. A., & Damasemil, C. (2023). Pengelolaan Informasi Humas Lembaga Sensor Film Dalam Menangani Konflik di Instagram Terhadap Film Mortal Kombat.
- Lisdawati, Y. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Penyebarluasan Informasi Program Pemerintah di Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau . *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pemerintahan*.
- Lusiana, Y., & Paramita, S. (2022). Komunikasi Ekspresif Media TikTok.
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan penulisan tugas akhir berdasarkan prinsip dasar penelitian ilmiah*. Malang: UMM Press.
- Madanih, R., & Purnamasari, O. (2021). Hubungan Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dengan Kebahagiaan Lanjut Usia di Indonesia. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*.
- Mahesa, P. B., & Irwansyah. (2022). Transformasi Digital: Peran Media Baru Terhadap Masyarakat Jaringan (Network Society). *Comserva Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 845.
- Margaretha, L., & Sunarya, D. M. (2017). Instagram Sebagai Media Sosialisasi 9 Program Unggulan Pemerintah (Studi Kasus pada Bagian Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia pada Instagram @kemenkopUKM). *Jurnal Communication*.
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., & Oktaviani, R. C. (2019). Instagram sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium. *Avant Garde : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 31.
- Mubarak, M. M., Jumaidi, & Satrio, A. (2024). Analisis Dampak Media Sosial TikTok Terhadap Pendidikan Karakter di Era Teknologi 4.0. *Journal of Instructional Technology*.



- Muqoffa, A. N., Mawar, & Serikandi, N. (2022). Manfaat Sosial Media Dalam E-Government di Indonesia. *JURNAL JISPENDIORA*, 35.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*.
- Nurhayati, & Islam, M. A. (2022). Perancangan Konten Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Dedano Batik di Surabaya. *Jurnal Barik*.
- Nurpahmi, S., & KN, J. (2023). Pengaruh Fitur Aplikasi Tiktok Jharna Bhagwani terhadap Keputusan Penggunaan Produk Make Up. *Jurnal InterAct*, 15. Retrieved from <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/index>
- Nurrochman, H., & Urfan, N. F. (2024). Pemanfaatan Akun TikTok @pemkabbantul Dalam Penyebaran Informasi Publik Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Pebrianti, A. (2021). Tren Penggunaan TikTok Pada Kalangan Remaja Mahasiswa Jurusan Sosiologi Angkatan 2021 FISIP UPR. *Jurnal Sosiologi*.
- Perdianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi. *Jurnal ilmu komunikasi*.
- Permatasyari, A. (2021). Perkembangan Komunikasi Massa. *Jurnal Prosiding*.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *Jurnal Lontar*.
- Prasanti, D., & Fuady, I. (2018). Pemanfaatan Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat (Studi Kualitatif tentang Pemanfaatan Media Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Kesehatan di Desa Cimanggu, Kab. Bandung Barat). *Reformasi*.
- Prasetya, D., & Marina, R. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online. *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*.
- Prasetyawati, A. (2021). Dualisme Dampak Pemanfaatan Media Sosial TikTok Dalam Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Global*.
- Pratiwi, V. P., Rahmawati, D. E., & Purwaningsih, T. (2021). Akun Twitter BNPB\_RI Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 213. doi: 10.22219/sospol.v7i2.16116
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*.
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Eedukasi di Era Generasi Z. *jurnal teknologi pendidikan*, 407.

- Razak, A., & Sumanti, S. T. (2023). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi dalam Penyebaran Informasi pada Dinas Kominfo Kota Medan. *Communication & Social Media*.
- Ricko, & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*.
- Riski, M. Z., Susilo, M. E., & Ardhanariswari, K. A. (2021). Social media marketing strategy “&Friends” in building brand engagement for Himalaya Herbals Indonesia. *The Indonesian Journal of Communication Studies*, 47. doi:<http://doi.org/10.31315/ijcs.v14i1.5071>
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Jurnal Anuva*.
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus.
- Rusdi, F., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Industri Kreatif Dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru. *Jurnal Komunikasi*.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Jurnal Koneksi*.
- Salma, D. A., & Albab, C. U. (2023). Strategi Konten TikTok @jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*.
- Sangadji, F. A., Fitri, A. C., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran Media Sosial TikTok Sebagai Platform untuk Pengembangan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Karya*.
- Selawati, I. W. (2023). Menganalisis Teknik Konten Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tiktok @Devi\_chot). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Setyawan, A. (2021). Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok. *Risenologi*, 87. doi:0.47028/j.risenologi.2021.61.155
- Sholeh, M., & Pranoto, A. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Para Pelaku UMKM di Kecamatan Sedayu Bantul Sebagai Upaya Untuk Mempromosikan Produk. *Jurnal Budimas*.
- Srikandi, M. B., Suparna, P., & Haes, P. E. (2023). Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*.
- Stellarosa, Y., Firyal, S. j., & Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan Youtube Sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *Jurnal Lugas*.

- Suri, D. (2019). Pemanfaatan Media Komunikasi dan Informasi Dalam Perwujudan Pembangunan Nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*.
- Suryandari, N. (2021). Dampak Media Baru dan Komunikasi Antarbudaya Dalam Konteks Global. *Jurnal Sosioteknologi* .
- Suryani, I., Bakiyah, H., & Isnaeni, M. (2018). Strategi Public Relations PT Honda Megatama Kapuk Dalam Customer Relations.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal pendidikan, sosial & humaniora*, 56. Retrieved from <http://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Sutin, N., & Rizky, R. I. (2023). TikTok Menjadi Trend 2022 di Platform Sosial Media. *Journal of Social and Political Science*, 102.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *jurnal common*, 42. doi:<https://doi.org/10.34010/common>
- Tugiyanto, A., Trisiana, A., & Supeni, S. (2023). Meningkatkan Prestasi Belajar PPKN Kompetensi Dasar Hak dan Kewajiban Terhadap Lingkungan Melalui Model Pembelajaran Problem Based Learning Siswa Kelas IV SDIT Mutiara Hati Ngargoyoso Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Global Citizen*.
- Tutiasri, R. P., Wibowo, A. A., & Pradana, J. P. (2023). Analisis Resepsi Remaja Penonton Video FYP Terhadap Popularitas Konten Kreator Unik (@Binirehan1) "Begitu Sulit Lupakan Rehan". *Journal of Media and Communication Science*.
- Ulayya, K. N., Prihasari, D., & Perdanakusuma, A. R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pemerintahan: Bagaimana Dinas-Dinas Pemerintah Kota menggunakan Media Sosial untuk Berkomunikasi dengan Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2065.
- Usman, R. P., & Kurniasari, N. A. (2021). Upaya Publikasi Kopi Cat Cafe Melalui Instagram @KOPICAT.GROOVY by Groovy Dalam Membangun Brand Awareness. *Budi Luhur*.
- Utami, A. H. (2021). Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga* .
- Valiant, V., & Paramita, S. (2022). Peran Aplikasi TikTok Sebagai Media Komunikasi Ekspresif Penyintas Covid-19.
- Widyanto, G., Putri, N. A., & Sulistiyo, M. F. (2022). Media Baru Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Di Instansi Pemerintah. *PROMEDIA*.
- Wiriany, D., & Pratami, T. V. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *Jurnal Artcomm*.

Wulur, F. C., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik di Pemerintah Systematic Literature Review. *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)*, 38.

Yunus , Y., & Mahpuddin. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Membangun Hubungan dengan Pendengar MS Radio. *Jurnal Kinesik*.

Zahra, M. A., Wulandari, W., & Widya, Y. A. (2023). TikTok Sebagai Media Sosial Populer Untuk Komunikasi Bisnis. *Journal Syntax Idea*.

Zunianta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Informasi di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*.

