

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi yang sangat cepat pada era saat ini membuat akses komunikasi dan informasi semakin mudah bagi masyarakat. Kemajuan teknologi menciptakan alat komunikasi yang diminati oleh banyak orang. Hal ini diikuti dengan bertambahnya variasi opsi media yang tersedia mulai dari media konvensional hingga media baru (*new media*). Fitur-fitur dari media baru telah membawa masyarakat ke tingkat interaksi dan kompleksitas yang tinggi (Suryandari, 2021). Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok dan lain sebagainya merupakan media baru yang membuat orang bisa berkomunikasi dan berbagi dengan teman dan bahkan dengan orang lain yang memiliki akun media sosial yang sama (Rusdi & Sukendro, 2018). Media sosial berperan sebagai alat komunikasi yang mempengaruhi sikap, pandangan, dan perilaku penggunanya (Harianja, 2024).

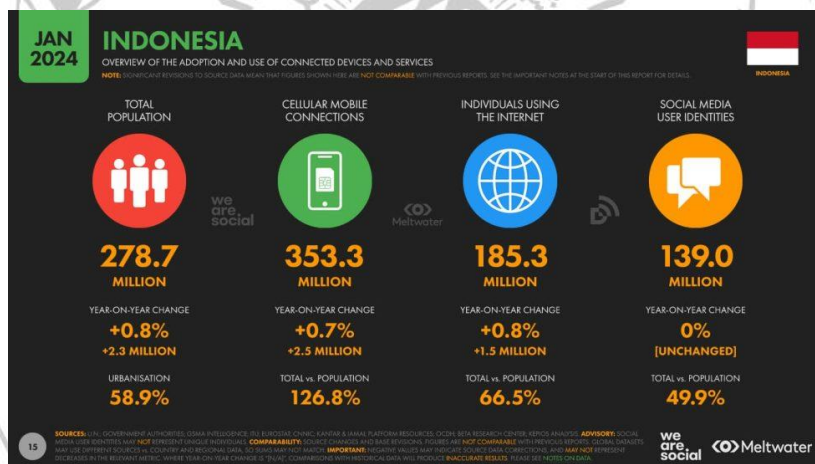
Keberadaan media sosial mempermudah interaksi antar pengguna di seluruh dunia. Banyak pihak menggunakan media sosial sebagai saluran untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Menurut Halvorson dalam (Ricko & Junaidi, 2019) Penyampaian informasi melalui konten yang ingin disampaikan harus jelas tersampaikan, memenuhi kebutuhan informasi dan berdampak positif kepada khalayak. Penggunaan media sosial dengan strategi pembuatan konten yang tepat dapat membantu proses komunikasi yang sesuai dan hasil yang diinginkan.

Saat ini berbagai instansi sudah mulai banyak menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasinya dengan membuat konten menarik yang kemudian dapat diterima oleh masyarakat. Mulai tahun 2020, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF-RI) hadir dan aktif pada akun TikTok sebagai salah satu penyebaran informasi dan sebagai media komunikasi kepada masyarakat. Penggunaan media sosial Tiktok melengkapi media sosial yang sudah terlebih dahulu digunakan seperti Instagram dan Twitter.

Sejak masa kepemimpinan baru yang dipimpin Rommy Fibri Hardiyanto periode 2020-2024, LSF berupaya mengubah citranya menjadi lebih santai di mata masyarakat dengan memperbaiki pola komunikasinya yang sebelumnya dianggap kaku (Thifalia & Susanti, 2021). Sebagai bagian dari upaya tersebut, LSF memutuskan untuk bergabung

pada platform TikTok, yang populer di kalangan generasi muda. Akun TikTok LSF ini dikelola oleh mahasiswa yang ditempatkan dalam Tim Publikasi. Dengan membuka program magang bagi mahasiswa di Tim Publikasi, LSF berusaha membangun citra baru dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat tentang film, serta merubah persepsi masyarakat terhadap LSF. Tim Publikasi ini berada di bawah naungan Andi Muslim, yang menjabat sebagai Ketua Subkomisi Media Baru dan juga sebagai inisiator pembuatan akun TikTok LSF. Pada Tim ini bertugas untuk membuat konten Tiktok guna membenahi pola komunikasi Lembaga Sensor Film kepada publik melalui Media Sosial TikTok. Keberadaan Tim Publikasi untuk mengelola media sosial TikTok di Lembaga Sensor Film diharapkan mampu menjadi jembatan dalam menyampaikan pesan komunikasi antara LSF dengan masyarakat.

Melansir data dari Hootsuite (2024), jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 185,3 juta pengguna media sosial dari total populasi penduduk sekitar 278,7 juta jiwa. Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu 7 jam 38 menit setiap hari untuk mengakses internet. Dari keseluruhan waktu tersebut, masyarakat Indonesia mengakses media sosial melalui perangkat apapun selama 3 jam 11 menit.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024

Sumber : We are social

Media sosial menjadi saluran yang paling umum dimanfaatkan oleh Generasi Z untuk mengakses dan mencari informasi serta berita. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Asmarantika et al., (2022) menyatakan sebanyak 71% dari partisipan penelitian mengindikasikan bahwa Generasi Z mengakses informasi melalui media sosial. Cara Generasi Z mengonsumsi berita pada awalnya cenderung bersifat insidental, dimana Generasi Z terpapar berita atau informasi melalui media sosial. Kemudian Generasi Z

melakukan pencarian terhadap informasi atau berita yang ditemui dari berbagai sumber, salah satunya akun-akun resmi media sosial dari lembaga negara atau institusi pemerintahan menjadi sumber informasi yang dicari oleh Generasi Z.

Munculnya media sosial sebagai platform komunikasi digital memiliki potensi untuk mengubah dinamika di dalam sebuah instansi yang sebelumnya formal menjadi informal, lebih santai atau tidak kaku. Oleh karena itu, publik akan turut fleksibel dalam komunikasi kepada instansi. Di samping itu juga media sosial sebagai wadah komunikasi yang dapat menghasilkan informasi secara efisien dan efektif kepada khalayak luas (Pratiwi et al., 2021). Sebagai media baru, media sosial telah menjadi platform komunikasi interaktif yang memungkinkan interaksi dua arah antara pengirim dan penerima pesan. Hal ini sangat penting dalam sistem kehumasan karena salah satu tugas utama adalah menyampaikan informasi serta mendengarkan opini publik (Prasetyawati, 2021).

Fenomena yang sering terjadi di LSF yaitu adanya komunikasi gap antara Lembaga Sensor Film dengan masyarakat, sehingga berdampak pada stigma masyarakat kepada LSF. Komunikasi gap tersebut mencakup persepsi masyarakat yang kurang tepat kepada LSF mengenai tugas dan fungsi Lembaga tersebut di kalangan masyarakat. Kesalahan persepsi ini mencakup masyarakat yang sering menduga proses sensor film yang kurang tepat dalam memblur dan memotong adegan pada film. Oleh karena itu LSF melakukan upaya untuk meminimalisir gap tersebut dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki sebagai media komunikasi LSF dengan masyarakat. Sehingga pemahaman yang baik dapat tercipta dari komunikasi yang baik. Selain itu, LSF juga ingin membangun citra baru sebagai lembaga yang tidak kaku. Maka dari itu upaya LSF memperbaiki citra tersebut yaitu dengan memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat tentang perfilman dan memperbaiki stigma tentang LSF melalui media sosial yang mereka miliki.

LSF adalah salah satu lembaga nonstruktural yang bertugas untuk menetapkan status edar yaitu Surat Tanda Lulus Sensor (STLS) sebelum ditayangkan film dan iklan film kepada Masyarakat. Tugas fungsi Lembaga Sensor Film di Indonesia adalah mensosialisasikan kriteria penyensoran yang meliputi seluruh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan film maupun iklan film dan penyensoran film seperti peraturan yang berkaitan dengan narkoba, kekerasan, perjudian, pornografi, penistaan agama, dan penghinaan terhadap martabat manusia. LSF yang berada dibawah Kementerian Pendidikan Kebudayaan Republik Indonesia berperan sebagai pengawas dan

memberikan catatan kepada para pemilik industri perfilman sebelum film tersebut ditayangkan kepada masyarakat secara umum (Lestari et al., 2023).

Lembaga Sensor Film menggunakan lima akun media sosial sebagai sarana komunikasi kepada publik, yaitu Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, dan TikTok. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti konten TikTok LSF. Salah satu alasan peneliti memilih TikTok LSF adalah Berdasarkan Datareportal, Indonesia menjadi negara kedua dengan jumlah pengguna aplikasi TikTok terbanyak setelah Amerika Serikat, mencapai 126 juta pengguna pada bulan Januari 2024. Penggunaan aplikasi TikTok di Indonesia terus bertambah dengan mayoritas berasal dari kelompok dewasa muda, yaitu pada rentang usia 18-24 tahun dan 25-34 tahun (Margaretha & Wati, 2024). Berbagai fitur di dalam aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berkolaborasi, dan berhubungan dengan orang lain. Fitur-fitur ini termasuk like, kolom komentar, dan save video yang serupa dengan platform media sosial lainnya (Lusiana & Paramita, 2022). Kehadiran TikTok di LSF dapat menciptakan karakteristik pesan yang lebih santai untuk instansi pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi film dan meluruskan persepsi yang salah tentang LSF. Melalui konten yang dikemas dengan ringan dan mudah dicerna oleh khalayak, LSF berupaya mengedukasi masyarakat termasuk mengenai budaya sensor mandiri.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, adapun rumusan masalah yang diangkat yaitu, “Bagaimana pemanfaatan konten TikTok di Lembaga Sensor Film sebagai media komunikasi kepada khalayak yang dilakukan oleh Tim Publikasi?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan konten TikTok Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sebagai media komunikasi kepada khalayak yang dilakukan oleh Tim Publikasi.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktis.

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

- a) Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan membantu perkembangan ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan media sosial. Ini juga akan memberikan gambaran dari pemanfaatan media sosial kepada publik.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengidentifikasi berkaitan dengan studi ilmu komunikasi, khususnya adalah teori *new media*.

#### **1.4.2 Manfaat Praktisi**

- a) Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan konten media sosial TikTok Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sebagai media komunikasi kepada khalayak.
- b) Hasil dari penelitian ini dapat berfungsi sebagai masukan dan evaluasi konten TikTok Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

