

**AKTIVITAS KOMUNIKASI KAMPANYE BUDAYA SENSOR MANDIRI UNTUK  
MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM MEMILIH TONTONAN  
(Studi Kasus Pada Akun Instagram @lsf\_ri)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana



Oleh

Nama : Adelia Asrianti

NIM : 202110040311311

Dosen Pembimbing : Jamroji, S.Sos, M.Comms.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**TAHUN 2025**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Adelia Asrianti  
202110040311311

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

L U L U S


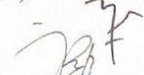
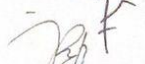
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi

Rabu, 8 Oktober 2025

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M. Si** (  )
2. **Maharina Novia Zahro, M.I.Kom** (  )
3. **Jamroji, S.Sos, M.Comms** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

## LEMBAR PENGESAHAN

AKTIVITAS KOMUNIKASI KAMPANYE BUDAYA SENSOR MANDIRI  
UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT DALAM  
MEMILIH TONTONAN  
(Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri)

Diajukan Oleh :

Adelia Asrianti  
202110040311311

Telah disetujui  
Rabu / 8 Oktober 2025

Pembimbing I

  
Jamroji, S.Sos, M.Comms

Wakil Dekan I



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

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**UMM**  
est. 1964

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Adelia Asrianti  
NIM : 202110040311  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri)

Disetujui,  
Pembimbing

**Jamroji, S.Sos, M.Comms.**

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

**Nasrullah, S.Sos, M.Si.**



Kampus I  
Jl. Bendung 1 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 551 252 (handing)  
F: +62 341 450 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sidan No. 158 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 551 145 (handing)  
F: +62 341 552 060

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No. 368 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (handing)  
F: +62 341 450 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Adelia Asrianti  
NIM : 202110040311311  
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 :

Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri),

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, 22 September 2025

Yang Menyatakan



Adelia Asrianti



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: +62 341 582 080

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

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IX/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Adelia Asrianti  
No. Induk Mahasiswa : 202110040311311  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih.

Malang, 22 September 2025

Dosen Pembimbing

**Jamroji, S., Sos., M.Comms.**



### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 465 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sitani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 600

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 465 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IX/2025



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Adelia Asrianti  
NIM : 202110040311311  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 22 September 2025

Ketua Program Studi

Nasrullah, 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 Sutani No 188 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

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

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

**Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan  
Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram  
@lsf\_ri)**

Oleh:

Nama : Adelia Asrianti

NIM : 202110040311311

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 22 September 2025

Pembimbing I

**Jamroji, S.Sos, M.Comms**  
NIP. 10302030373

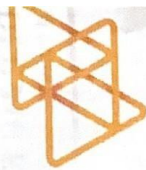


Kampus I  
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 591 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulam No.188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 591 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 313 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Adelta Armani

NIM : 202110040311311

Hasil Plagiasi : 19/9, 9/9, 20/9, 22/9

BAB I	32	16		
BAB II	22	16		
BAB III	57	21	21	17

19/9 9/9

BAB IV	7			
BAB V	8			
BAB VI				



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang,  
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari ini Kamis, 11 September 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh :

Nama Peneliti	Adelia Asrianti
NIM	202110040311311
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus Pada Akun Instagram @lsf_ri)
Dosen Pembimbing	Jamroji, S.Sos, M.Comms.
Dosen Penguji 1	Drs. Farid Rusman M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (online) melalui platform Zome Meeting <https://us06web.zoom.us/j/89334045974?pwd=3e0ieg35G7JHBoYD3DP8CjP9gccJa.1>

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji 1 dan sejumlah 17 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir).

Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Dosen Penguji

Drs. Farid Rusman M.Si

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 591 253 (Pusat)  
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Selatan No. 168 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 552 080

Kampus III

Jl. Raya Tigaparas No. 740 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MAJANG



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR

### HASIL SKRIPSI

### PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No	Nama Lengkap	NIM	Program Studi
1	Fatimah Az-Zahra	202110040311434	Ilmu Komunikasi
2	Khansa Nurunnisa H	202110040311549	Ilmu Komunikasi
3	Elma Bilqis Zahra	202110040311375	Ilmu Komunikasi
4	Renita Ramdhani	202110360311108	Hubungan Internasional
5	Fikri	202110040311537	Ilmu Komunikasi
6	Luthfiyah Zafirah	202010040311244	Ilmu Komunikasi
7	Farhan Putra W	202110040311202	Ilmu Komunikasi
8	Salsabila Khairunnisa	202110040311099	Ilmu Komunikasi
9	Ihzhannudin Adzhari	202110040311506	Ilmu Komunikasi
10	Dewi Intan R	202110040311055	Ilmu Komunikasi
11	Ariana Raisa	202110040311328	Ilmu Komunikasi
12	Nafisha Irdina D.Y	202110040311279	Ilmu Komunikasi
13	Yayuk Septyani	202110040311014	Ilmu Komunikasi
14	Tazkiya Adila Y	202010040311386	Ilmu Komunikasi
15	Nur Hasanah	20211040311526	Ilmu Komunikasi
16	Alyza Tsabita K	202110040311159	Ilmu Komunikasi
17	Sabrina Azzahra	202110040311499	Ilmu Komunikasi



Kampus I  
Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 223 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Rutem No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raja Tingkir No 340 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Adelia Asrianti  
 NIM : 202110040311311  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri).

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Pembimbing
11-9-2024	Pengajuan Judul	
4-1-2025	Revisi Metode Penelitian	
18-1-2025	Seminar Proposal	
16-5-2025	Pengajuan Draft Wawancara Penelitian	
20-5-2025	ACC Draft Wawancara Penelitian	
24-06-2025	Memulai Penelitian dan Mengolah Data	
26-06-2025	Pengerjaan Bab 4 Hasil dan Pembahasan Penelitian	
21-07-2025	Pengajuan Bab 4 Hasil dan Pembahasan	
20-8-2025	Revisi Hasil dan Pembahasan	
1-9-2025	ACC SEMHAS	

Malang, 22 September 2025

Pembimbing

**Jamroji, S.Sos, M.Comms.**



**Kampus I**  
 Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
 P. +62 341 551 253 (Hunting)  
 F. +62 341 490 435

**Kampus II**  
 Jl. Dendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur  
 P. +62 341 551 145 (Hunting)  
 F. +62 341 582 600

**Kampus III**  
 Jl. Raya Tloposan No 248 Malang, Jawa Timur  
 P. +62 341 464 319 (Hunting)  
 F. +62 341 460 435  
 E. webmaster@umm.ac.id

# ABSTRAK



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## ABSTRAK



Adelia Asrianti. 202110040311311. **Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri). Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2025.**



Penelitian ini membahas bagaimana aktivitas komunikasi kampanye budaya sensor mandiri yang dilakukan Lembaga Sensor Film melalui akun instagram @lsf\_ri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan aktivitas kampanye budaya sensor mandiri Lembaga Sensor Film dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilih tontonan yang sesuai melalui akun instagramnya. Latar belakang kajian ini didasari oleh tingginya penggunaan instagram diindonesia, khususnya generasi muda dan kebutuhan komunikasi digital yang partisipatif, relevan, dan edukatif dalam menyampaikan pesan kampanye terkait klasifikasi usia tontonan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi kampanye dari Rogers dan Storey (1987) yang menekankan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta model komunikasi Lasswell (1948) yang memandang pentingnya siapa, pesan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan efek apa yang dihasilkan. Hasil dari penelitian ini aktivitas komunikasi kampanye budaya sensor mandiri dilakukan melalui empat tahap, yaitu tahap perencanaan dilakukan dengan menyusun strategi konten yang sesuai dengan pesan kampanye dan audiens, tahap produksi diwujudkan melalui pembuatan konten visual, edukatif, dan interaktif, tahap distribusi menggunakan fitur instagram seperti feeds, reels, dan stories, dan hastag untuk memperluas jangkauan pesan, serta tahap evaluasi dilakukan dengan memantau interaksi audiens, respon publik, dan efektivitas pesan yang disampaikan. penelitian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram dapat berfungsi sebagai ruang komunikasi publik yang efektif bagi lembaga negara dalam menyampaikan kampanyenya.

**Kata kunci : Instagram, Lembaga Sensor Film, Budaya Sensor Mandiri, Kampanye, Aktivitas Komunikasi**

Malang, 22 September 2025

Menyetujui

Peneliti

Adelia Asrianti

Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.



Kampus I  
Jl. Bundung 1 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 501 253 (Hunting)  
F +62 341 480 435

Kampus II  
Jl. Bundungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 501 149 (Hunting)  
F +62 341 582 680

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 404 318 (Hunting)  
F +62 341 400 435  
E webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

**Adelia Asrianti. [202110040311311](#). *Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri)*. Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2025.**

Penelitian ini membahas bagaimana aktivitas komunikasi kampanye budaya sensor mandiri yang dilakukan Lembaga Sensor Film melalui akun instagram @lsf\_ri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan aktivitas kampanye budaya sensor mandiri Lembaga Sensor Film dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilih tontonan yang sesuai melalui akun instagramnya. Latar belakang kajian ini didasari oleh tingginya penggunaan instagram diindonesia, khususnya generasi muda dan kebutuhan komunikasi digital yang partisipatif, relevan, dan edukatif dalam menyampaikan pesan kampanye terkait klasifikasi usia tontonan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Model PESO sebagai landasan analisis. Teori ini digunakan untuk melihat bagaimana lembaga pemerintahan memanfaatkan sosial mediana khususnya Instagram dalam mendukung penyebaran pesan kampanye. Hasil dari penelitian ini aktivitas komunikasi kampanye budaya sensor mandiri dilakukan melalui empat tahap, yaitu tahap perencanaan, produksi konten, distribusi, dan evaluasi. Identitas kampanye ditegaskan melalui penggunaan tagar #BudayaSensorMandiri sebagai penanda utama dalam setiap unggahan kampanye. Model PESO diterapkan secara terpadu yang dimana akun Instagram @lsf\_ri dan konten yang dibuat termasuk kedalam Owned, Interaksi dan unggahan ulang audiens termasuk Shared, dukungan kreator dan komunitas luar termasuk Earned, dan kolaborasi ataupun bekerja sama dengan influencer menggunakan biaya termasuk dalam Paid. Penelitian ini juga menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram dapat berfungsi sebagai ruang komunikasi publik yang efektif bagi lembaga negara dalam menyampaikan kampanyenya.

**Kata kunci : Instagram, Lembaga Sensor Film, Budaya Sensor Mandiri, Kampanye, Aktivitas Komunikasi, PESO Model**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Memilih Tontonan (Studi Kasus pada Akun Instagram @lsf\_ri).”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan, kekuatan, serta petunjuk dalam setiap langkah perjalanan akademik ini. Tanpa izin dan rahmat-Nya penulis tidak akan mampu berdiri di titik ini.
2. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang, beserta segenap jajaran dosen yang tak henti menyalakan pelita ilmu. Atas bimbingan yang sabar, inspirasi yang tak pernah padam, serta wawasan luas yang telah membuka cakrawala pemikiran penulis tentang dunia komunikasi.
3. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah menjadi perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas segala dukungan dan fasilitas yang telah diberikan.
4. Bapak Nasrullah, M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan, dukungan, serta fasilitas yang memungkinkan saya menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini dengan baik. Bimbingan dan kebijakan yang diberikan menjadi bagian penting dalam kelancaran studi saya hingga tahap akhir ini.
5. Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms. sebagai pembimbing tugas akhir yang dengan kebaikan hati meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan serta memberi petunjuk untuk menyelesaikan tugas skripsi ini.
6. Bapak Drs Farid Rusman, M.Si dan Ibu Maharina Novia Zahro, M.I.Kom selaku dosen penguji atas masukan, kritik, dan saran yang berharga dalam penelitian ini.
7. Kedua Orang tua penulis, terutama ibu tercinta penulis Widya Jumiati, S.Pd.SD saya ucapkan terimakasih yang paling dalam atas kesabaran, kasih sayang, doa dan pengorbanannya selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah penulis. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa besarnya arti ibu dalam perjalanan hidup dan pendidikan penulis. Semoga karya sederhana ini menjadi wujud kecil dari rasa terimakasih yang tiada terbalas.
8. Kedua Nenek penulis, Hj Sahra Pua Umar Hamid, dan Muryati Abidin M. Ali terimakasih selalu hadir dalam doa dan kasih sayang yang tak tergantikan. Terimakasih juga untuk ketulusan, nasehat dan perhatian yang tak pernah pudar menjadi kekuatan batin yang tak ternilai dalam perjalanan ini.

9. Keluarga tercinta, yang selalu menjadi sandaran dalam setiap langkah. Terima kasih atas dukungan, doa, dan semangat yang tak henti diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Seseorang yang bernama Nurcholis Yusuf Al-Hadi, terimakasih selalu hadir menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, serta memberikan dukungan baik secara moral maupun material. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, dan motivasi yang senantiasa menguatkan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Sahabat-sahabat tercinta yang telah memberikan dukungan, (Lea) yang telah memberikan semangat dan banyak bantuan selama proses skripsi ini dari awal hingga akhir. (Renita) yang selalu menemani dari awal di Malang hingga sekarang dan mendengar keluh kesah serta memberikan semangat. (Yayuk) yang selalu menemani dan memberikan dorongan selama proses skripsi saya. (Ihza) yang selalu mau menemani saya kemanapun dan selalu mau diajak selama bimbingan skripsi saya. Kehadiran kalian, baik dalam bentuk saran, maupun sekedar menemani di masa-masa pengerjaan sangat berarti bagi saya.
12. Sahabat-sahabat Piranha masa SMA, Uwong, Abit, Bey, Renita, Depira Walaupun kini jarang bertemu karena kesibukan masing-masing, namun kebersamaan yang telah terjalin menjadi bagian berharga dalam hidup penulis. Dukungan, canda tawa, dan doa yang selalu hadir meskipun dari kejauhan tetap memberikan semangat tersendiri. Kalian selalu ada di hati penulis dan menjadi penguat dalam setiap langkah hingga terselesaikannya skripsi ini.
13. Teman-teman Magang seperjuangan di Jakarta, Bela, Bina, Ihza terimakasih telah membersamai saya selama magang di Jakarta hingga balik ke Malang bimbingan skripsi.
14. Terima kasih kepada diri sendiri untuk setiap lelah yang tak terlihat, untuk semangat yang tetap dijaga, dan untuk keberanian menghadapi hari-hari sulit. Saya bangga atas semua usaha yang telah dijalani.

Penulis,

Adelia Asrianti

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>TANDA TERIMA PLAGIASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI.....</b>	<b>x</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Secara Akademis .....	5
1.4.2 Secara Praktis .....	5
<b>BAB II .....</b>	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Instagram sebagai Media Komunikasi Kampanye.....	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	6
2.1.2 Komunikasi Sosial.....	6
2.1.3 Kampanye dalam Perspektif Komunikasi .....	9
2.1.4 Media Komunikasi Kampanye.....	11
2.1.5 Instagram Sebagai Medium Kampanye .....	12
2.2 Kampanye Budaya Sensor Mandiri .....	13
2.2.1 Pengertian Budaya.....	13
2.2.2 Budaya Sensor Mandiri.....	14
2.3 Aktivitas Komunikasi Kampanye melalui Instagram.....	16
2.4 Model PESO.....	17

2.5 Penelitian Terdahulu.....	18
<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Jenis Penelitian .....	24
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.4 Sumber Data .....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6 Teknik Analisis Data .....	26
3.7 Uji Keabsahan Data.....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>27</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum .....	27
4.1.1 Sejarah Lembaga Sensor Film.....	27
4.1.2 Struktur Organisasi LSF .....	30
4.2 Profil Informan Penelitian .....	36
4.2.1 Informan I.....	36
4.2.2 Informan II .....	37
4.2.3 Informan III.....	37
4.3 Hasil Penelitian.....	38
4.3.1 Strategi dan Pertimbangan dalam Perencanaan Kampanye Budaya Sensor Mandiri.....	38
4.3.2 Pendekatan Kreatif dalam Produksi Konten Kampanye Budaya Sensor Mandiri.....	50
4.3.3 Instagram sebagai Medium Utama dan Interaksi Audiens dalam Kampanye Budaya Sensor Mandiri .....	54
4.3.4 Efektivitas dan Hasil yang Dicapai dari Kampanye Budaya Sensor Mandiri....	62
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.4.1 Perencanaan Kampanye Budaya Sensor Mandiri di Instagram .....	68
4.4.2 Produksi Konten Kampanye Budaya Sensor Mandiri di Instagram.....	69
4.4.3 Peran Instagram dalam Kampanye Budaya Sensor Mandiri.....	71
4.4.4 Evaluasi dan Dampak Kampanye Budaya Sensor Mandiri di Instagram.....	73
<b>BAB V.....</b>	<b>76</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	77
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Pengguna Media Sosial Terbanyak di Indonesia 2024 <a href="https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia">https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia</a> .....	2
Gambar 4.1 Logo Lembaga Sensor Film RI .....	27
Gambar 4.2 Lokasi LSF .....	29
Gambar 4.3 Struktur Organisasi LSF RI 2024-2028.....	30
Gambar 4.4 Rapat Terkait Perumusan Kampanye (Dokumentasi dari pihak LSF).....	39
Gambar 4.5 Materi Terop Kampanye Budaya Sensor Mandiri.....	40
Gambar 4.6 Sosialisasi Kampanye Budaya Sensor Mandiri di Lingkungan Akademik .....	41
Gambar 4.7 Konten Pesan Kampanye Budaya Sensor Mandiri yang Disesuaikan Target Audiens .....	42
Gambar 4.8 Konten Teaser Podcast terkait Kampanye Budaya Sensor Mandiri .....	44
Gambar 4.9 Konten Sosialisasi dalam Bentuk Jingle Diproduksi Dengan Menggandeng Mitra Eksternal.....	45
Gambar 4.10 Konten yang Upload Setiap Hari Senin.....	46
Gambar 4.11 Konten yang Upload Setiap Hari Selasa.....	46
Gambar 4.12 Konten yang Upload Setiap Hari Rabu .....	47
Gambar 4.13 Konten yang Upload Setiap Hari Kamis .....	47
Gambar 4.14 Konten yang Upload Setiap Hari Jumat .....	48
Gambar 4.15 Konten yang Upload Setiap Hari Sabtu.....	48
Gambar 4.16 Konten yang Upload Setiap Hari Minggu.....	49
Gambar 4.17 Instagram LSF RI sebagai Media dalam Kampanye Budaya Sensor Mandiri ...	55
Gambar 4.18 Konten Kampanye Budaya Sensor Mandiri dengan Melibatkan Pihak Eksternal Seperti para Artis .....	57
Gambar 4.19 Polling Interaktif Menggunakan Fitur Instagram Stories .....	59
Gambar 4.20 Konten Infografis Fitur Postingan Feeds Instagram Terkait Kampanye Budaya Sensor Mandiri .....	60
Gambar 4.21 Konten Ulasan Film.....	60
Gambar 4.22 Feedback Positif Audiens Kampanye Budaya Sensor Mandiri.....	63

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....23



## Daftar Pustaka

Cangara, H. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Siregar, S. A., Ardianti, I., Hasibuan, M. R., & Agustina, S. (2022). Media sosial dan jejaring sosial. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2(1), 26-30.

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Ckrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).

Kurniawan, Dani (2018). Komunikasi dan stimulus-organisasi respon dalam mewujudkan pembelajaran menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 2549-4163

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2000). *Effective Public Relations* (8th ed.). Prentice Hall.

Rice, R. E., & Atkin, C. K. (2009). *Public Communication Campaigns* (4th ed.). SAGE Publications.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.

Komalasari, P., & WS, J. A. (2023). INTERAKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KAHE. ID DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER

ENGAGEMENT. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1365-1379.

- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *eProceedings of Management*, 7(2).
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social Media? Get Serious! Understanding the Functionality of Social Media Platforms*. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Khaerul, H. M. (2024). *PERAN WARGA NEGARA MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK (Studi Deskriptif di Kelurahan Cigadung Kota Bandung)* (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Rumyeni, R., & Aditya, R. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado. *ACTA Diurna Komunikasi*, 7(4).
- Fauzia, P. S. (2024). *Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial Tiktok (studi kasus pengelolaan media sosial tiktok @lsf\_ri)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Putri, G. L. B., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye Penjaga Amanah Gojek Melalui Youtube Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Gojek. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2).
- Simamora, D. L., & Lubis, E. E. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye# GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram@ dutalingkunganpku. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2), 1-15.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2022, Juli 28). *Komitmen Lembaga Sensor Film Tingkatkan Kesadaran Masyarakat Lakukan Budaya Sensor Mandiri*. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/07/komitmen-lembaga-sensor-film-tingkatkan-kesadaran-masyarakat-lakukan-budaya-sensor-mandiri>

- Tulandi, E. V., Rifai, M., & Lubis, F. O. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Kesehatan Mental. *PETIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 136-143.
- Meidina, V. S., Satyanandani, K. A., & Arief, M. (2022). Strategi Komunikasi ECOTON Pada Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pengurangan Plastik Sekali Pakai. *Environmental Pollution Journal*, 2(1).
- Junaidi, A., & Syaifurrahman, B. (2022). Strategi Komunikasi Penggunaan Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat akan Krisis Iklim. *Koneksi*, 6(2), 416-423.
- Ghony & Almanshur, M. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. AR-RUZZ MEDIA
- Saadah, M., Prasetyo, Y. C., & Rahmayati, G. T. (2022). Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif. *Al-Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 1(2), 54-64.
- Alifah, P. H. (2022). *Pengaruh pesan kampanye #SemuaJugaBisa di Instagram terhadap brand image MS Glow For Men* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta). Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://eprints.ums.ac.id/103057/>
- Cangara, H. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kustiawan, A., & Nurlita, L. (2022). Pemanfaatan media sosial dalam komunikasi publik. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 101–112.
- Lembaga Sensor Film Republik Indonesia. (2021). *Laporan tahunan Lembaga Sensor Film Republik Indonesia 2021*. Jakarta: LSF RI.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social. <https://wearesocial.com>
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Junaidi, A., & Syaifulrahman, B. (2022, Oktober). *Strategi komunikasi penggunaan Instagram dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan krisis iklim. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 416–423. Universitas Tarumanagara.
- Tulandi, E.V. (2021). Strategi Komunikasi Akun Instagram Ubah Stigma Dalam Meningkatkan Kesadaran Mengenai Kesehatan Mental. *JURNAL PETIK*.
- Meidina, V. S., Satyanandani, K. A., & Arief, M. (2022). Strategi Komunikasi ECOTON Pada Instagram Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Pengurangan Plastik Sekali Pakai. *Environmental Pollution Journal*, 2(1).
- Mulyana, D. (2001). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). Ilmu komunikasi suatu pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Republik Indonesia. (2022). Siaran pers kampanye Budaya Sensor Mandiri. Jakarta: Lembaga Sensor Film RI.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication campaigns. In C. Berger & S. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 819–846). Newbury Park, CA: Sage.
- Venus, A. (2018). Manajemen kampanye: Panduan teori dan praktik. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Ghony, M. D., & Almanshur, F. (2012). Metodologi penelitian kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Marzuki. (2014). Metodologi riset. Yogyakarta: BPFE.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2007). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (Mixed Methods).  
Bandung: Alfabeta.

