

**Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial  
(Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial TikTok @lsf\_ri)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang sebagai Persyaratan untuk  
Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Oleh:**

Putri Saviira Fauzia Syamsir  
202010040311031

**Dosen Pembimbing:**

Nasrullah, S. Sos., M. Si.

**Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial  
(Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial TikTok @lsf\_ri)

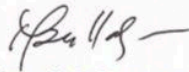
Diajukan Oleh :

Putri Saviira Fauzia Syamsir

202010040311031

Telah disetujui  
Selasa / 02 Juli 2024

Pembimbing I



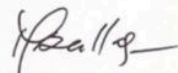
Nasrullah, S.sos, M.Si

Wakil Dekan I



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

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

## LEMBAR PENGESAHAN

# SKRIPSI



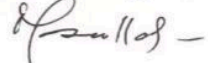
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Putri Saviira Fauzia Syamsir**  
**202010040311031**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
**LULUS**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Selasa, 02 Juli 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Farid Rusman, M.Si (  )
2. Dr. Joko Susilo, M.Si (  )
3. Nasrullah, S.So, M.Si (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Khairi Rijai, S.IP., M.Hub.Int.**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



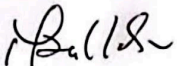
UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



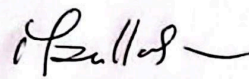
## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Putri Saviira Fuazia Syamsir  
NIM : 202010040311031  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik  
Judul Skripsi : Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial  
(Studi pada Pengelolaan Media Sosial TikTok @lsf\_ri)

Disetujui,  
Pembimbing

  
(Nasrullah, S.Sos, M.Si.)

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Rungkut 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 351 252 (Hunting)  
F: +62 341 460 322

Kampus II  
Jl. Bendojangan Kutani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 189 (Hunting)  
F: +62 341 587 060

Kampus III  
Jl. Raya Thoyumen No 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 454 218 (Hunting)  
F: +62 341 450 415  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Putri Saviira Fauzia Syamsir  
NIM : 202010040311031  
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 :

Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Media Sosial Tik Tok @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, 14 Juni 2024

Yang Menyatakan

Putri Saviira Fauzia  
Syamsir



Kampus I  
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 251 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendulungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

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

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

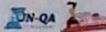
Nama : Putri Saviira Fauzia Syamsir  
No. Induk Mahasiswa : 202010040311031  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Media Sosial Tik Tok @lsf\_ri)

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

Malang ,14 Juni 2024

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 148 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 148 (Hunting)  
F. +62 341 582 060  
E. sietin@umm.ac.id

Scanned by TapScanner

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024

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

NAMA : Putri Saviira Fauzia Syamsir  
NIM : 202010040311031  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester (8) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 14 Juni 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 531 263 (Hunting)  
F. +62 341 400 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 531 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 003

Kampus III  
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 400 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

**UMM**  
KAT. 1964

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

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

### LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:\*)

Oleh:

Nama : Putri Saviira Fauzia Syamsir

NIM : 202010040311031

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 14 Juni 2024

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

NIP. 10303090338

(\*) Coret yang tidak perlu



Kampus I  
Jl. Berrukro 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 351 253 (Hunting)  
F. +62 341 486 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Satrio No. 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 680

Kampus III  
Jl. Raya Tugu No. 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 680  
E. info@umm.ac.id

Scanned by TapScanner



## HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Putri Savitra Fauzfa S.

NIM : 202010040311031

Hasil Plagiasi :  $\frac{13}{6}$   $\frac{14}{6}$

BAB I	26	12		
BAB II	14			
BAB III	17			

BAB IV	8			
BAB V	14			
BAB VI				



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 13 Juni 2024.  
Astria Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

Scanned by TapScanner

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

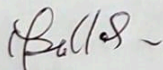
Pada hari, 10 Juni 2024  
Pukul 19.00 WIB  
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Putri Saviira Fauzia Syamsir
NIM	202010040311031
Kosentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Jurnalistik
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Tugas Akhir Jurnal	"Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Media Sosial Tik Tok @lsf ri)"
Pembimbing	Nasrullah, S.Sos., M.Si.
Dosen Penguji 1	Dr. Joko Susilo, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting <https://us06web.zoom.us/j/88515745104?pwd=yE72jU4lneQtQRP0AIzv88zOS5HDJj.1>

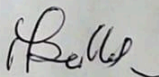
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 17 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~.

Mengetahui,  
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

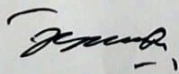
  
Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Malang, 14 Juni 2024

Dosen Pembimbing,

  
Nasrullah, S.Sos., M.Si.








Dosen Penguji 1

  
Dr. Joko Susilo, M.Si

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

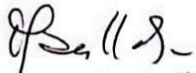
### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Putri Saviira Fauzia Syamsir
2. NIM : 202010040311031
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Media Sosial Tik Tok @lsf\_ri)
6. Pembimbing : Nasrullah, S. Sos., M. Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
Rabu, 09 Juni 2023	Bimbingan pertama kali mengenai judul Skripsi.	
Senin, 16 Oktober 2023	Acc Judul Skripsi "Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial (Studi Pada Pengelolaan Media Sosial Tik Tok @lsf_ri)"	
Rabu 08 November 2023	ACC Pendahuluan	
Rabu 20 Maret 2024	Revisi Metode Penelitian dan Kerangka Berpikir	
Selasa, 26 Maret 2024	ACC Metode Penelitian dan Kerangka Berpikir	
Sabtu 1 Juni 2024	Revisi Hasil Kesimpulan, Saran dan Abstrak	
Jumat 14 Juni 2024	ACC Revisi setelah seminar hasil	

Malang, 20 November 2023

Dosen Pembimbing,

  
Nasrullah, S.Sos., M.Si.

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Putri Savira Fauzia Syamsir. 202010040311031. Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial (Studi pada Pengelolaan Media Sosial TikTok @lsf\_ri) Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2024. Pembimbing, Nasrullah, S. Sos,M.Si, Bibliografi 2 buku, 5 jurnal, 22 artikel 7.

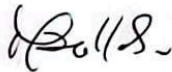
**Kata Kunci :** Strategi Kampanye, Budaya Sensor Mandiri, Media Sosial, Tiktok

Lembaga Sensor Film (LSF) Republik Indonesia merupakan lembaga yang bertanggung jawab untuk menyensor film dan konten visual lainnya. LSF memanfaatkan media sosial TikTok untuk melaksanakan kampanye budaya sensor mandiri. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilah dan memilih konten yang sesuai dengan klasifikasi usia, serta mempromosikan film-film Indonesia yang telah lulus sensor. Penelitian ini menganalisis strategi kampanye budaya sensor mandiri pada media sosial TikTok @lsf\_ri.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mengamati strategi pembuatan konten, penggunaan hashtag, keterlibatan Key Opinion Leaders (KOL), serta kolaborasi dengan aktor dan influencer. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara dengan tim publikasi LSF.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi di Tik Tok sebagai media kampanye berhasil meningkatkan engagement dan awareness masyarakat terhadap LSF dan kampanye budaya sensor mandiri. Konten-konten edukasi yang disajikan dengan pendekatan kreatif dan menarik, serta pemanfaatan fitur-fitur TikTok seperti penggunaan sound yang sedang tren dan hashtag, terbukti memberikan kontribusi yang besar dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Selain itu, kolaborasi dengan artis atau influencer meningkatkan reach dan trust terhadap pesan yang disampaikan.

Dosen Pembimbing



Nasrullah, M.Si,

Malang, 5 Juni 2024

Peneliti



Putri Savira Fauzia Syamsir

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya kepada kita semua., sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul “ Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Sosial (Studi Pada Pengelolaan Media Sosial Tik Tok @lsf\_ri)“. Penulisan Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian laporan ini, karena penulis menyadari bahwa tidak mudah untuk menyelesaikan penyusunan laporan magang ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga, kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesabaran, kesehatan, kekuatan serta kelancaran dan petunjuk-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Berterima kasih kepada diri saya sendiri, karena telah mampu menyelesaikan skripsi di kala banyak badai menerjang, terima kasih sudah berjuang sejauh ini. KAMU WANITA YAN HEBAT ZIA
3. Kedua orang tua penulis, Bapak Dachlan R Syamsir selaku sosok papa hebat yang selalu memberikan semangat kepada penulis disaat penulis sedang gundah. dan Ibu Heni Purwanti sosok mama yang keren, senantiasa terus mendoakan dan menyemangati terus menerus tanpa putus dan selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk tetap melanjutkan skripsi sampai selesai.
4. Bapak Dr. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Prof. Dr. H. Muslimim Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

6. Bapak Nasrullah, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Malang.
7. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi penulis, yang telah memberikan waktu, pikiran serta tenaganya untuk membimbing penulis dan selalu memberikan semangat kepada penulis untuk tetap menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi dan pihak administrasi yang telah memberikan penulis ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
9. Muhammad Zyn Aryasatya Arora terimakasih banyak karena selalu siap sedia membantu penulis dalam segala hal serta sabar menemani penulis untuk menyusun skripsi. Terimakasih juga karena selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan menghadapi *mood* peneliti yang naik turun.
10. Teman-teman penulis yaitu : Della Inta Eka Sari, Deviardi Panca Khairunnisa, Fauzziyah Hanifah, Aamalia Rizky Indah Permadani, Hani Yulia dan Mutiara Ramadhani dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa mendoakan, menyemangati dan membantu penulis dalam proses mengerjakan skripsi hingga selesai.

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi, maka penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Sekali lagi terima kasih, semoga Skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>5</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>6</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....</b>	<b>7</b>
<b>SURAT KETERANGAN.....</b>	<b>8</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>9</b>
<b>HASIL CEK PLAGIASI.....</b>	<b>10</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....</b>	<b>11</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....</b>	<b>12</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>13</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>18</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>18</b>
1.1 Latar Belakang.....	18
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
<b>BAB II.....</b>	<b>26</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>26</b>
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	26
2.1.2 Proses Komunikasi.....	27
2.1.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	28
2.1.4 Media Komunikasi Massa.....	28
2.1.5 Media Baru.....	29
2.1.6 Media Sosial TikTok.....	31
1. Mengetahui Berbagai Informasi.....	34
3. Memiliki Engagement yang Besar.....	35
6. Menyediakan Banyak Pilihan Format Iklan.....	36
2.2 Komunikasi Kampanye media Tiktok.....	38
2.2.1 Unsur Komunikasi.....	38
2.3 Kampanye Buda Sensor Mandiri.....	39
2.3.1 Kampanye Sosial dalam Komunikasi.....	41
2.3.2 Teknik Komunikasi Kampanye.....	43
2.3.3 Penyelenggaraan Kampanye.....	44
2.4 Penelitian Terdahulu.....	47
2.5 Kerangka Berpikir.....	48
<b>BAB III.....</b>	<b>50</b>

<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	50
3.2 Populasi dan Sampel.....	51
3.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	51
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.7 Uji Keabsahan Data.....	55
3.8 Etika Penelitian.....	56
<b>BAB IV.....</b>	<b>57</b>
<b>GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Tentang Lembaga Sensor Film RI.....	57
4.2 Peran Lembaga Sensor Film RI.....	58
4.3 Pembentukan Media Baru Lembaga Sensor Film.....	60
4.4 Tik Tok Lembaga Sensor Mandiri.....	61
4.5 Pemanfaatan Media Sosial TikTok dalam sarana Kampanye.....	63
4.6 Sajian data Kampanye Budaya Sensor Mandiri Melalui Media Sosial Tiktok.....	68
4.6.1 Penggunaan Sound yang sedang trend dan hype.....	68
4.6.2 Pemanfaatan Key Opinion Leader (KOL).....	69
4.6.3 Kolaborasi dengan Aktris atau Aktor dan Influencer.....	71
4.6.4 Konsep konten dan Editing Video Yang Kreatif.....	72
4.6.5 Keterlibatan Aktif dengan Para Audience.....	74
4.6.6 Penggunaan Hashtag dan Taktik Viral.....	75
4.6.7 Jadwal Posting yang Konsisten.....	77
4.7 Pembahasan.....	78
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
<b>PENUTUPAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>90</b>



## Daftar Pustaka

Alifiardy, M. R., Santosa, H. P., & Naryoso, A. (2022). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Label Rekaman Sun Eater Records Dalam Melakukan Kampanye Digital Karya Musik Independen. *Interaksi Online*, 11(1), 309-325.

Annur, C. M. (2023, November 22). *Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia*. From Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>

*APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. (2024, Februari 7). From APJII Berita: <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

Azzahrani, M. (2018). Strategi komunikasi pemasaran kementerian pariwisata Indonesia dalam pesona indonesia melalui youtube. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 144-161.

Chandra, E. (2023). Kekuatan Algoritma Dalam Komunikasi Pemasaran Digital Aplikasi Tiktok. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi*, 7(2).

Chicago

Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., ... & Munizu, M. (2023). *DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Giantika, G. G. (2019). Pemanfaatan blog pribadi di instagram sebagai media komunikasi parenting (studi deskriptif kualitatif akun Instagram@ annisast). *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1-9.

Hadini, B. C., & Indrojarwo, B. T. (2021). Perancangan Kampanye Media Sosial Instagram 'Youthoffers' sebagai Channel Informasi Beasiswa Pendidikan Mahasiswa Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(2), F191-F196.

Harahap, Z. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing. *Grenek Music Journal*, 11(2), 81-94.

Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan media sosial tik tok sebagai media kampanye gerakan cuci tangan di indonesia untuk mencegah covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80.

Informasi. IKON Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia, XXVII. Kampanye sosial

McGraw-Hill. (1994). *McGraw-Hill dictionary of scientific and technical terms*. New York: McGraw-Hill.

Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, 6(1), 21-34.

Oentarto, J. J., Bangsa, P. G., & Christianna, A. (2020). Perancangan Media Kampanye Sosial Tentang Bahaya

Pemanasan Global dengan Pendekatan Rasa Takut. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(16), 12.

Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan konten tiktok sebagai media informasi. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187-210.

Pardianti, M. S., & Valiant, V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media

Prahendratno, A., Aulia, M. R., Erwin, E., Setiawan, Z., Rijal, S., Rosdaliva, M., ... & Rahmawati, E. (2023). *STRATEGI BISNIS DIGITAL: Optimalisasi & Otomisasi Sebuah Bisnis Menggunakan Media Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Rizaty, M. A. (2023, Februari 2). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. From dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

Rukmana, A. Y., Zebua, R. S. Y., Aryanto, D., Nur'Aini, I., Ardiansyah, W., Adhichandra, I., & Setiawan, Z. (2023). *DUNIA MULTIMEDIA: Pengenalan dan Penerapannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Ruslan, R. (2007). *Kiat dan strategi kampanye public relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., ... & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

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.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung

Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Sukses Oofset: Yogyakarta

Watie, E. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial*. The Messenger, 3.

Yani, J. A. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Ferrari, JR, Jhonson, JL, & McCown, WG (1995). *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research & Tre* (Ruslan, 2007) (McGraw-Hill, 1994)atment. New York: Plenum Press. Yudistira P, Chandra. *Diktat Kuliah Psikometri*. Fakultas Psikologi Universitas.

Yuba, M. Z. P. (2022). *PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN FOTOGRAFI PRODUK MENGGUNAKAN SMARTPHONE PADA AKUN TIKTOK@ NASIONP* (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya).

<https://ilmu-komunikasi.univrab.ac.id/2023/11/18/apa-itu-komunikasi-massa/>