

BAB I

PENDAHULUAN

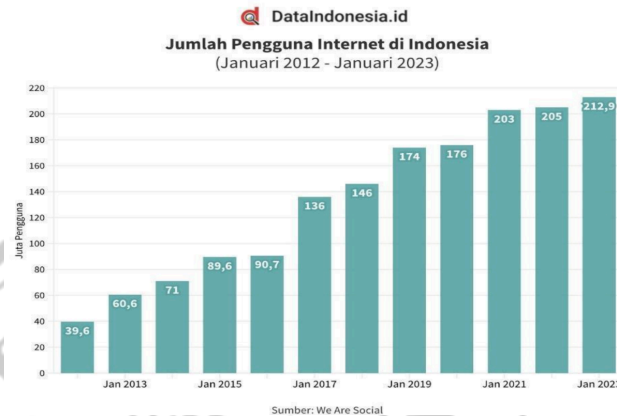
1.1 Latar Belakang

Kedatangan media sosial memiliki pengaruh besar bagi masyarakat. Kebutuhan masyarakat dalam mengakses suatu informasi dan hiburan dapat terpenuhi karena hadirnya media sosial. Selain itu kemunculan internet, telah membawa dampak yang sangat besar bagi manusia, sehingga internet bisa menjadi salah satu sumber yang paling dibutuhkan terutama bagi masyarakat dalam mendapatkan suatu informasi dan hiburan. Media sosial dan internet kini sudah berperan penting guna menunjang kehidupan manusia di era kecanggihan teknologi ini. Adanya perkembangan internet ini tentu berdampak pada pola komunikasi di masyarakat yang ikut berubah. Saat ini keberadaan internet telah menjadi suatu hal yang dibutuhkan di kehidupan Masyarakat.

Perubahan pola komunikasi ini ditandai dengan munculnya media-media baru dan gaya hidup masyarakat. Dengan adanya keberadaan internet, tentu sangat membantu kehidupan masyarakat terutama dalam hal berkomunikasi. Dikarenakan internet mampu mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi dengan cepat tanpa ada batasan. Internet mampu memberikan dampak dalam berbagai aktivitas, yang mana segala sesuatu kini bisa dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Internet adalah suatu koneksi yang menghubungkan beberapa jenis komputer serta jaringan di dunia, yang memiliki perbedaan dalam sistem operasi dan aplikasinya. Pemanfaatan koneksi ini perkembangan media komunikasi seperti gawai serta satelit, dengan memanfaatkan protokol standar sebagai sarana untuk berkomunikasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan transformasi digital yang semakin pesat membuat kegiatan di dunia maya semakin meningkat. Hal tersebut dapat dilihat berlandaskan data yang diunggah oleh We Are Social dan Hootsuite, Menurut dataindonesia.id berdasarkan laporan We Are Social tercatat, total pemakai internet di Indonesia memperoleh capaian 212,9 juta pengguna pada

Januari 2023. Ini bermakna sekitar 77% masyarakat di Indonesia sudah memanfaatkan internet. Dengan berkembangnya internet ini tentu memicu munculnya media baru di kalangan masyarakat. Salah satu media baru ini yakni media sosial.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna Internet di Indonesia

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

Selain itu, survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) membeberkan hasil survei mereka yang dimana pemakai internet sudah mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023, total itu sangat mengalami kenaikan sejumlah 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya hanya sejumlah 210,03 juta pemakai. Hal ini bisa dapat disimpulkan jika masyarakat Indonesia cenderung lebih menggemari penggunaan media sosial serta internet untuk kebutuhan sehari-hari seperti mencari sarana hiburan, informasi dan berbisnis.

Media sosial adalah salah satu bentuk wujud dari perkembangan teknologi, yang mencakup informasi dan komunikasi. Pesatnya pertumbuhan media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi dan menyebarkan informasi. Sekarang, media sosial seolah-olah sudah ada dan tidak dapat dihindari. (Zhang Xing, 2019).

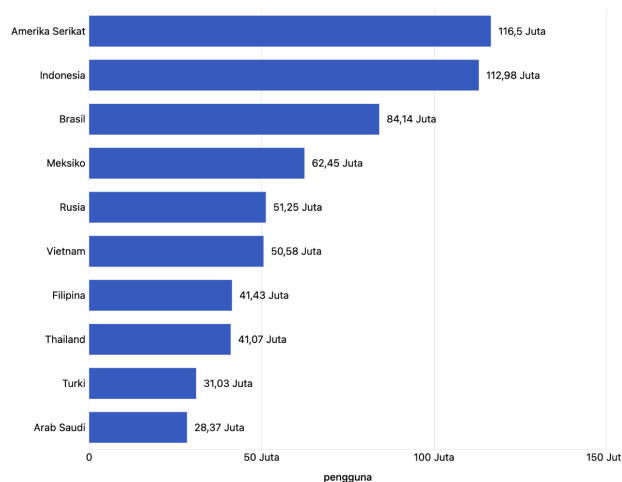
Selain itu, media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna menyampaikan konten digital yang dibuat dalam

bentuk teks, grafik, foto, suara, atau video yang dapat menarik perhatian pengguna di jaringan komunitas sosial media tersebut.(Kelli.2017). Platform-platform ini terdiri dari berbagai platform yang masing-masing menawarkan kepada pengguna berbagai fitur yang dapat mereka manfaatkan. seperti salah satu pendekatan digital marketing untuk mempromosikan konten dengan tujuan menarik perhatian pengguna terhadap konten yang telah diunggah di media sosial. (Kelli.2017)

McGraw Hill Dictionary menyebutkan pada bukunya yang berjudul Model Komunikasi bahwa media sosial yakni alat yang dimanfaatkan individu guna berkomunikasi, bekerja sama, dan berbagi ide dalam jaringan dan komunitas virtual (Dictionary, n.d.). Sementara Tracy L. Tuten dan Michael R. Solomon menjabarkan jika media sosial adalah alat yang dimanfaatkan individu guna terjalin satu sama lain dan memberi ide (Dictionary, n.d.).

Hasil survei online yang dilakukan melalui aplikasi populix pada Juni 2022 terhadap 1.023 orang, menunjukkan beberapa platform media sosial populer saat ini, seperti YouTube, Instagram, dan Tiktok, menurut cnbc.com. Hasilnya menunjukkan bahwa YouTube serta Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak dimanfaatkan, dengan masing-masing 94%, 93%, dan 63%, masing-masing. Oleh karena itu, YouTube, Instagram, dan TikTok dianggap sebagai media sosial yang paling populer.

TikTok merupakan aplikasi yang bisa memungkinkan siapa saja untuk menjadi kreator dan berbagi ekspresi kreatif mereka melalui video atau konten yang berdurasi 15 hingga 60 detik melalui ponsel. Aplikasi video sederhana ini, sangat mudah digunakan sehingga memungkinkan siapa saja untuk menjadi pencipta. (Paradianti & Valiant, 2022). Selain itu Tik Tok akan mencapai 1,05 miliar pemakai di seluruh dunia pada April 2023, pandangan laporan We Are Social dan Hootsuite. Negara kedua dengan lebih dari 113 juta pengguna adalah Indonesia.



Gambar 1.1 Jumlah pengguna Tik Tok di Indonesia

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>

TikTok merupakan salah satu media sosial yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun oleh penggunanya. Perkembangan Tik Tok sendiri menjadi sangat menarik karena banyaknya pilihan konten yang beragam. Sehingga pilihan konten yang disajikan oleh pengguna Tik Tok ini membuat penggunanya bisa memilih konten.

Hal ini dapat disimpulkan jika Singkatnya, internet menjadi semakin penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Media sosial menjadi jenis media yang paling populer saat media semakin berkembang maju. TikTok yakni salah satu media sosial yang paling terkenal serta disukai dari berbagai usia. Zhang Yiming bertanggung jawab atas pembentukan platform video musik tersebut. Ia adalah salah satu alumni dari jurusan software engineering di Universitas Nankai. TikTok, jejaring sosial yang dapat digunakan untuk membuat video atau konten menarik, muncul sebagai hasilnya.(www.moneysmart.id 04/07/2018).

Maka dari itu banyak instansi maupun lembaga yang sekarang beralih ke dunia digital sebagai ajang strategi seperti kampanye. Hal seperti ini dilakukan oleh Lembaga Sensor Film Republik Indonesia, yang dimana LSF sendiri memanfaatkan sosial media dan perkembangan digital yang kian pesat untuk

menjadi strategi kampanye mereka di *platform* TikTok. Banyak masyarakat yang masih minim edukasi terkait sensor mandiri, maka dari itu Lembaga Sensor Film ingin memanfaatkan sosial media sebagai wadah mereka untuk melakukan strategi kampanye melalui akun TikTok. Ini merupakan cara yang efektif untuk mencapai target audience karena mayoritas masyarakat saat ini menghabiskan waktunya di media sosial. Selain itu TikTok dianggap sebagai platform media sosial yang efektif untuk menjangkau generasi muda dan menjadi tren pada saat ini.

Melalui akun Tiktok, Lembaga Sensor Film RI lebih cepat menyebarkan informasi, pendidikan, dan kampanye Budaya Sensor Mandiri kepada masyarakat serta menarik target audiens yang lebih luas supaya masyarakat dapat membuat pilihan serta memilah tontonan searah pada tingkatan usia. Ini adalah bagian dari strategi kampanye, dan disosialisasikan untuk mencegah efek buruk dari film jika penonton tidak menonton film sejalan tingkatan usia yang telah ditetapkan oleh Lembaga Sensor Film RI.

Definisi Kampanye sendiri adalah bentuk salah satu gagasan yang merupakan suatu pilihan yang menampilkan beberapa pesan didalamnya. Kampanye Budaya Sensor Mandiri secara efektif dapat membudayakan masyarakat dalam memilah dan memilih tontonan sesuai dengan usianya. Program Budaya Sensor Mandiri, merupakan sebuah program inisiatif utama dari Lembaga Sensor Film, program kampanye ini telah menjadi salah satu tujuan LSF sejak tahun 2018. Dengan fokus utama pada meningkatkan kesadaran dan literasi masyarakat tentang pentingnya menyaring serta membuat pilihan tontonan yang searah dengan usia mereka, program ini telah dipersiapkan untuk selaku gerakan nasional yang kuat.

Melalui berbagai kegiatan yang dipersembahkan secara aktif dan luas oleh Lembaga Sensor Film Republik Indonesia, tujuan ini diwujudkan di tengah-tengah masyarakat. LSF berkomitmen untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengadopsi Budaya Sensor Mandiri. Melalui kampanye yang luas dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, harapannya

adalah agar masyarakat semakin sadar akan pentingnya memilah dan memilih tontonan sesuai dengan usia mereka.

Selama dua tahun terakhir, LSF telah melaksanakan berbagai bentuk kegiatan untuk mencapai tujuan literasi ini. Ini termasuk webinar dengan narasumber dari berbagai latar belakang, mulai dari praktisi film hingga akademisi, aktor, aktris, dan pemerintah. Selain itu, ada juga program sosialisasi yang diadakan secara langsung dan kolaborasi dengan perguruan tinggi serta pemerintah daerah, serta inisiatif pembentukan Desa Sensor Mandiri.

Selama periode Agustus sampai September 2021, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia telah menyelenggarakan serangkaian talkshow melalui berbagai saluran media, termasuk televisi, radio, dan juga secara langsung di berbagai wilayah, dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap literasi Budaya Sensor Mandiri.

Di satu sisi, Tik Tok merupakan aplikasi yang sangat populer belakangan ini, dengan penggunaan yang luas, menarik minat dari berbagai kalangan, termasuk kalangan muda hingga orang tua. Bahkan, bahkan balita sekalipun telah menggunakan aplikasi ini. Aplikasi ini menawarkan beragam efek menarik yang memperkaya video yang dihasilkan. Namun, perlu dilakukan pengawasan yang tepat terhadap penggunaannya, terutama di kalangan mahasiswa, agar tidak melampaui batas dan berpotensi merugikan status mereka sebagai pelajar. Dengan demikian, penggunaan waktu dan teknologi dapat dimanfaatkan dengan bijak.

Selain itu, upaya sosialisasi terhadap Budaya Sensor Mandiri pula diperluas hingga ke wilayah Barat Indonesia melalui aktivitas bertema “Kolaborasi Budaya Sensor Mandiri Bersama Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat,” di Bukittinggi pada tanggal 5 Agustus. Acara tersebut dihadiri oleh narasumber seperti Naswardi, Ketua Komisi III Lembaga Sensor Film Republik Indonesia, Mukayat Al Amin, Sekretaris Komisi III Lembaga Sensor Film Republik Indonesia, dan Noorca M. Massardi, Ketua Subkomisi Dialog Lembaga Sensor Film. Aktivitas ini bertema “Urgensi dan Internalisasi Nilai-nilai Budaya Sensor Mandiri dalam Tridharma Perguruan Tinggi.” Meskipun

dilaksanakan secara tatap muka, kegiatan ini tetap mengaplikasikan ketetapan protokol kesehatan. Sosialisasi Budaya Sensor Mandiri yang dilakukan secara luas di berbagai tempat ini memperoleh respons yang positif dari masyarakat. Dengan gerakan literasi ini, masyarakat berharap dapat menjadi lebih bijak dalam memilih tontonan yang sesuai dengan usia mereka. Lembaga Sensor Film Republik Indonesia juga mengundang masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya untuk berkolaborasi dalam mendukung Budaya Sensor Mandiri dengan sebaik-baiknya.

Dari jabaran tersebut, kemudian peneliti mempunyai ketertarikan guna membuat kajian mendalam mengenai **“Strategi Pemanfaatan Sosial Media Tik Tok Sebagai Kampanye Budaya Sensor Mandiri”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Kampanye Budaya Sensor Mandiri pada Lembaga Sensor Film Republik Indonesia melalui media social Tiktok ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui manajemen Kampanye Budaya Sensor Mandiri pada Lembaga Sensor Film Republik Indonesia melalui media social Tiktok.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Pengharapannya, hasil penelitian ini bisa menambah pemahaman pada bidang bimbingan serta konseling, terlebih pada pemanfaatan pendekatan strategi pemanfaatan sosial media tik tok sebagai kampanye budaya sensor mandiri
 2. Secara teoritis bisa dimanfaatkan selaku rujukan guna peneliti berikutnya.
-
2. Manfaat Praktis

1. Pengharapannya, penelitian ini bisa membagikan sumbangan ide berhubungan bagaimana proses pengelolaan kampanye humas kaitannya budaya sensor mandiri untuk membentuk citra lembaga sensor film, sehingga bagi remaja bisa mengerti efek buruk atas kecanduan bermain media sosial lalu menjadi lebih bijak pada memanfaatkan aplikasi TikTok.
 - b. Bisa berguna pula guna diri peneliti, sebab dengan melangsungkan penelitian serta pengkajian yang dalam penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Kampanye Budaya Sensor Mandiri.

