

**PENGARUH *CAMPAIGN* #BUDAYASENSORMANDIRI PADA SOSIAL  
MEDIA INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU DALAM MEMILIH  
TONTONAN**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**DELLA INTAN EKA SARI  
(202010040311421)**

**Dosen Pembimbing :**

**Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom**

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

**2024**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



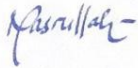
## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Della Intan Eka Sari  
NIM : 202010040311421  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh Campaign #BudayaSensorMandiri Pada Sosial Media Instagram Terhadap Sikap dalam Memilih Tontonan

Disetujui,  
Pembimbing

  
Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom

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 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 531 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No.346 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### SKRIPSI


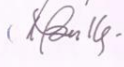

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**DELLA INTAN EKA SARI**  
**202010040311421**

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

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Senin, 02 September 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Isnani Dzuhrina, M.Adv** (  )
2. **Nasrullah, M.Si** (  )
3. **Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom** (  )

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CAMPAIGN #BUDAYASENSORMANDIRI PADA SOSIAL  
MEDIA INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU DALAM MEMILIH  
TONTONAN

Diajukan Oleh :

DELLA INTAN EKA SARI  
202010040311421

Telah disetujui  
Senin / 02 September 2024

Pembimbing I



Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom

Wakil Dekan I



Muhammad Fairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

UMM  
1964

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Della Intan Eka Sari  
NIM : 202010040311421  
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 :

“Pengaruh Campaign #BudayaSensorMandiri Pada Sosial Media Instagram Terhadap Sikap dalam Memilih Tontonan”

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, 21 Juni 2024

Yang Menyatakan,

  
METERAI TEMPEL  
6E4B5ALX239986130  
Della Intan Eka Sari



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. 186 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 682 080

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



## ABSTRAK

### ABSTRAK

**Della Intan Eka Sari, 202010040311421. Pengaruh Campaign #BudayaSensorMandiri Pada Sosial Media Instagram Terhadap Sikap dalam Memilih Tontonan. Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2024. Pembimbing: Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.**

Kampanye #BudayaSensorMandiri merupakan gerakan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam melakukan sensor mandiri terhadap tontonan yang dikonsumsi. Dengan menggunakan sosial media, kampanye ini mengajak masyarakat untuk lebih kritis dan selektif dalam memilih tontonan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kampanye #BudayaSensorMandiri pada sosial media *instagram* terhadap sikap dalam memilih tontonan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *stimulus response*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel *followers* akun *instagram* @lsf\_ri sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kampanye #BudayaSensorMandiri terhadap sikap masyarakat sebesar 0,530, hal ini karena isi pesan kampanye #BudayaSensorMandiri memungkinkan adanya perubahan dalam membentuk sikap masyarakat dalam memilih tontonan.

**Kata kunci:** *Social Media Campaign*, Sikap Masyarakat, Teori *Stimulus Response*.

Dosen Pembimbing



**Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom**

Malang, 8 Juni 2024

Peneliti



**Della Intan E.S**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Campaign #BudayaSensorMandiri Pada Sosial Media Instagram terhadap Sikap Dalam Memilih Tontonan”. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Papa Wahyu dan Mama Yani, selaku orang tua kandung penulis. Terima kasih yang tak terhingga karena doa, support dan kesabaran yang begitu besar, penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.
2. Ayah Roni dan Mama Naning, selaku orang tua sambung penulis. Terimakasih yang tak terhingga karena doa, support dan kesabaran yang begitu besar, penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.
3. Seluruh keluarga tercinta, yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan doa sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini.
4. Bapak Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing dengan penuh kesabaran dan tanpa lelah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan dukungan yang sangat bermanfaat dalam proses penyelesaian Skripsi ini
5. Teman-teman yang tersayang, Fauzziyah Hanifah, Dwi Indah, Nafisa Aura, Putri saviira, Deviardi Panca, Amalia Rizky, Adinda Zahfi, Haya Luthfiyah. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah selama ini, memberikan kehidupan perkuliahan yang berwarna, seluruh dukungan yang diberikan akan penulis kenang.
6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Kevin Arnold terima kasih telah memberikan dukungan dan semangat dengan tulus dalam proses perjalanan hingga terbentuknya Skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat berguna bagi penulis untuk lebih meningkatkan pengetahuan di masa yang akan datang

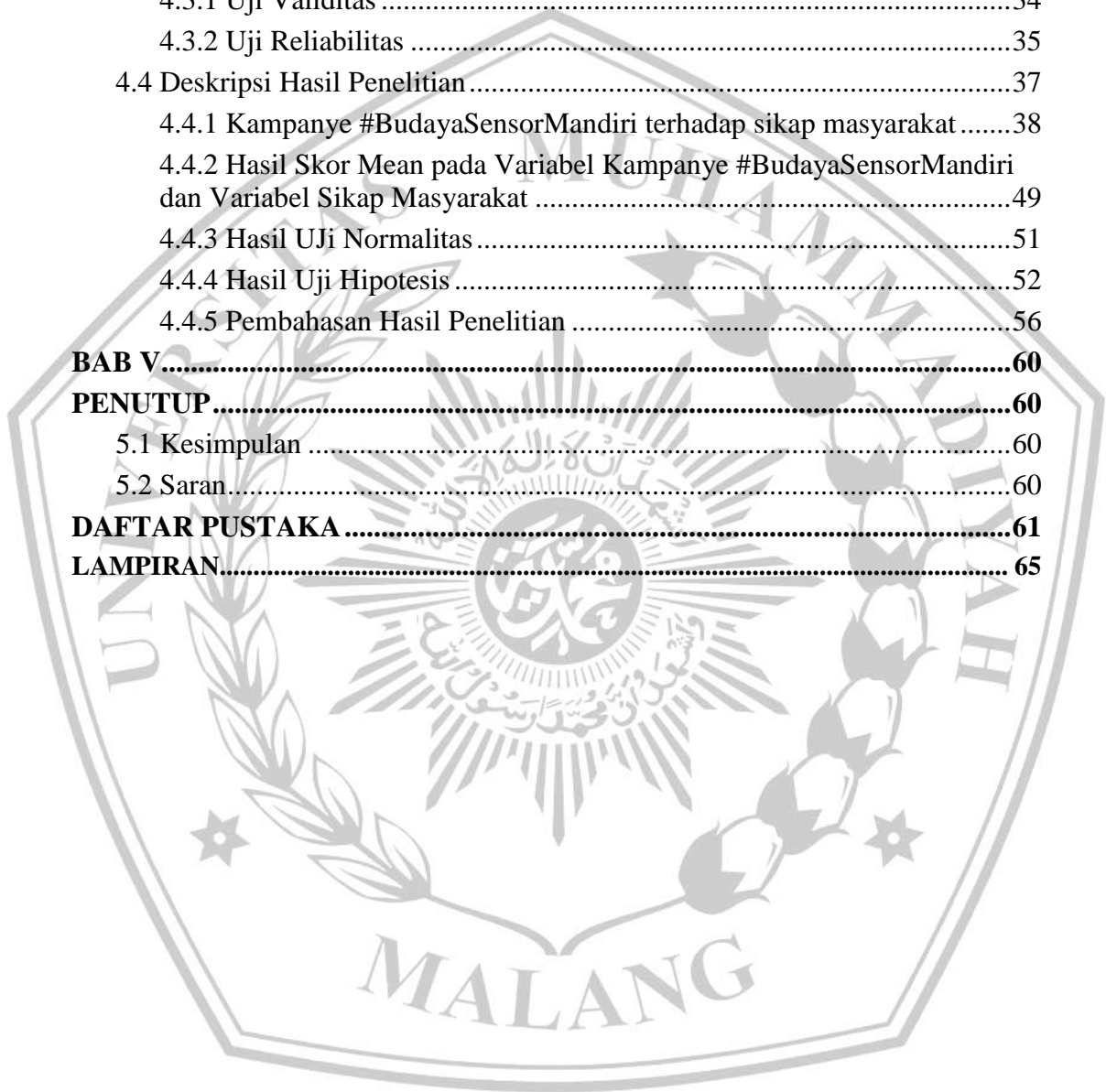




## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>I</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	6
I.3 Tujuan Penelitian .....	6
I.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Kampanye .....	8
2.2 Pesan Kampanye .....	10
2.3 Media Sosial .....	12
2.4 Instagram .....	13
2.5 Perilaku .....	13
2.6 Teori AISAS .....	15
2.7 Budaya Sensor Mandiri .....	16
2.8 Penelitian Terdahulu .....	17
2.9 Kerangka Konseptual .....	19
2.10 Operasional Variabel .....	20
2.11 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III</b> .....	<b>26</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	26
3.2 Variabel Penelitian .....	26
3.3 Sumber Data Penelitian .....	27
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5 Teknik Analisis Data .....	29

3.6 Uji Keabsahan Data.....	32
<b>BAB IV .....</b>	<b>33</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>33</b>
4.1 Deskripsi Penelitian .....	33
4.2 Karakteristik Responden .....	33
4.3 Uji Keabsahan data .....	34
4.3.1 Uji Validitas .....	34
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	35
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.4.1 Kampanye #BudayaSensorMandiri terhadap sikap masyarakat.....	38
4.4.2 Hasil Skor Mean pada Variabel Kampanye #BudayaSensorMandiri dan Variabel Sikap Masyarakat .....	49
4.4.3 Hasil Uji Normalitas .....	51
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis .....	52
4.4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
<b>BAB V.....</b>	<b>60</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>



## . DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Retrieved January 26, 2024 from Beranda: <https://kpi.go.id/id/>
- (n.d.). Retrieved January 26, 2024 from Lembaga Sensor Film Republik Indonesia – Website Resmi LSF: <https://lsf.go.id>
- Alifah, P. H. (2022). *PENGARUH PESAN KAMPANYE #SEMUAJUGABISA DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE MS GLOW FOR MEN*. From <https://eprints.ums.ac.id/103057/1/naskah%20publikasi%20%281%29.pdf>
- Binus University School of Accounting. (2021, August 12). *MEMAHAMI R SQUARE (KOEFSIEN DETERMINASI) DALAM PENELITIAN ILMIAH*. Retrieved November 30, 2023 from BINUS Accounting: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Budiono Putri, G. L., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2020). *Pengaruh Pesan Kampanye Penjaga Amanah Gojek Melalui Youtube Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Gojek*, 8. From <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11119/9887>
- Fitriani, Y. (2017). *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*, Vol. 19. From <https://media.neliti.com/media/publications/471930-none-266aca08.pdf>
- Gunawan, D. (2020). *PENGARUH SOCIAL MEDIA CAMPAIGN DAN ONLINE PROMOTION TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA GOJEK INDONESIA DI SURABAYA*, Vol. 7.
- Haryanto, K. T., & Roshan, P. (2023). *PENGARUH PESAN KAMPANYE REAL PEOPLE BODY DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BRAND IMAGE NIPPLETS PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @NIPPLETS\_OFFICIAL*.
- Kadiasti, R., & Mukaromah. (2022). *PENDEKATAN AISAS DALAM POST INSTAGRAM CAROUSEL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PADA MUSEUM RANGGAWARSITA*.

*Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan » Republik Indonesia. (2022, July 28).*

Retrieved January 26, 2024 from Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan » Republik Indonesia:

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/07/komitmen-lembaga-sensor-film-tingkatkan-kesadaran-masyarakat-lakukan-budaya-sensor-mandiri>

Lembaga Sensor Film RI. (2021, December 21). *MASYARAKAT SADARI PENTINGNYA BUDAYA SENSOR MANDIRI – Lembaga Sensor Film Republik Indonesia*. Retrieved January 26, 2024 from Lembaga Sensor Film: <https://lsf.go.id/masyarakat-sadari-pentingnya-budaya-sensor-mandiri/>

Lestari, D. (2018). *PENGARUH AKUN INSTAGRAM @hijabberscommunityofficial TERHADAP PENGETAHUAN SYIAR ISLAM DAN FASHION HIJAB PADA FOLLOWERS MUSLIMAH*.

Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penetbit Selaras.

Masitha, R. U., & Bonita, E. A. (2019). *Pengaruh Digital Campaign Web Series Sore Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Awareness Tropicana Slim Stevia di Kalangan Remaja-Dewasa Muda*.

Massie, B. L., Warouw, D. M., & Golung, A. M. (2021). *PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI BAGI MASYARAKAT RANOTANA WERU KECAMATAN WANEA, Vol. 3*. From <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/36389>

Mustajab, R. (2023). *WhatsApp Masih Menjadi Media Sosial Terfavorit di Indonesia*. From Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/internet/detail/whatsapp-masih-menjadi-media-sosial-terfavorit-di-indonesia>

Putri Beda, S. D. (2022). *Pengaruh Kualitas Pesan Kampanye #BerkainGembira terhadap Sikap Generasi Z Pada Penggunaan Kain Tradisional, Vol. 05*.

Rukajat, A. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN (KUANTITATIF DAN KUALITATIF)*.

- Rusnawati. (2021). *EFEKTIVITAS SENSOR MANDIRI PADA ORANG TUA TERHADAP TONTONAN ANAK USIA 2-6 TAHUN*, Vol. 2.
- Saadah, N. N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). ANALISIS PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL AISAS PADA PRODUK SEMAKIN PEKA.
- Sari, D. K. (2019, Mei). *Kampanye Sosial Red Readerhood 2019 untuk Meningkatkan Minat Baca Anak*, XVII.
- SIARAN PERS. (2022, August 3). Retrieved January 31, 2024 from Lembaga Sensor Film: [https://lsf.go.id/wp-content/uploads/2022/08/005-Siaran-Pers-Peresmian-Desa-Sensor-Mandiri-di-Kota-Madiun\\_final-03082022-1.pdf](https://lsf.go.id/wp-content/uploads/2022/08/005-Siaran-Pers-Peresmian-Desa-Sensor-Mandiri-di-Kota-Madiun_final-03082022-1.pdf)
- Simamora, D. L. (2019). *PENGARUH PESAN KAMPANYE #GenZHeTikYuk! TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @dutalingkunganpku*, Vol. 6.
- Stellarosa, Y., & Kurniasari, M. (2017). *PENGARUH PESAN KAMPANYE DIET SEHAT MELALUI INSTAGRAM TERHADAP CITRA MEREK DAPURFIT*. From [https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13386/8/BOOK\\_Yolanda%20Stellarosa%2C%20Mayriska%20K\\_Pengaruh%20Pesan%20Kampanye.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/13386/8/BOOK_Yolanda%20Stellarosa%2C%20Mayriska%20K_Pengaruh%20Pesan%20Kampanye.pdf)
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021, Desember). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Informasi Followers*.
- Virginia, & Wijaya, L. S. (2019). ANALISIS AISAS MODEL TERHADAP "BTS EFFECT" SEBAGAI BRAND AMBASSADOR DAN INFLUENCER.
- Wahidah, D. N., Handayani, L., & Nathanael, G. K. (2023). *PENGARUH PESAN KAMPANYE #KERENTANPANYAMPAH THE BODY SHOP INDONESIA TERHADAP SIKAP KHALAYAK (SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @THEBODYSHOPINDO.IMPACT)*, Vol. 6. From <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/4655/2186>

Wirawan, F. W., & Hapsari, P. D. (2016). ANALISIS AISAS MODEL TERHADAP PRODUCT PLACEMENT DALAM FILM INDONESIA.

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA*, Vol. 2. From <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M>





SCAN SERTIFIKAT PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

nama : Della Inran Eka Sari

NIM : 202010040311

Nilai Plagiasi : 14/8

B I	17			
B II	14			
B III	14			

14/8

BAB IV	14			
BAB V	14			
BAB VI				



Malang, 14 Agustus 2024

PROGRAM STUDI  
Admin Plagiasi Prodi,  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki

