

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Telah berdiri pada sejak tahun 1916, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia merupakan lembaga tertua di Indonesia yang bertugas mengawasi dan mengatur konten film serta iklan film di tanah air, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia mengeluarkan Surat Tanda Lulus Sensor agar film dan iklan film dapat ditayangkan (Permadani & Nurudin, 2023:254).

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia memastikan bahwa tayangan film dan iklan film harus patut sesuai dengan standar nilai dan norma yang berlaku di negara Indonesia. Lembaga Sensor Film Republik Indonesia berada dalam cakupan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Selain itu, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia juga berperan sebagai pengawas dan memberikan catatan kepada para pelaku usaha perfilman.

STLS merupakan syarat wajib bagi film dan iklan film yang harus dimiliki untuk ditayangkan bagi seluruh masyarakat umum di Indonesia. Dengan melakukan langkah ini, penyesuaian konten film dan iklan film untuk klasifikasi usia yang ditargetkan dapat dipastikan. Tindakan ini bertujuan untuk mengamankan masyarakat Indonesia dari pengaruh negatif yang dapat dipengaruhi oleh film dan iklan film yang tidak sesuai klasifikasi usia, sekaligus menjaga agar perfilman Indonesia tetap relevan dan mencerminkan identitas bangsa (Lembaga Sensor Film Republik Indonesia).

Sistem rating film di bioskop Indonesia diatur oleh Peraturan Pemerintah RI Nomor 18 Tahun 2014 mengenai Lembaga Sensor Film Republik Indonesia pasal 8 ayat (1), penggolongan rating usia dalam menonton film dirumuskan setelah melalui penyensoran terhadap materi film dan iklan film dengan pedoman pada beberapa ketentuan dan sesuai dengan panduan penyensoran (Sulkarnaen et al., 2022:9). Setelah melewati proses sensor, setiap film dan iklan filmnya akan diberi penggolongan rating usia film. Dalam penggolongan rating usia terdapat sebanyak empat buah kategori penggolongan yang telah ditetapkan dalam UU No. 33 Tahun 2009 tentang perfilman pasal 28 ayat (1), yakni berupa SU untuk semua umur, atau angka 13+, 17+, dan 21+ yang menunjukkan batas usia minimum penonton (Sulkarnaen et al., 2022:9). Dianjurkan kepada penonton untuk memperhatikan rating film sebelum menonton, hal ini bertujuan agar penonton dapat memilih film yang sesuai dengan usia mereka.

Penetapan klasifikasi usia dalam menonton film memiliki alasan yang khusus untuk menjaga kualitas tontonan sesuai dengan kategori usia para penonton terutama penonton dibawah umur. Seperti yang kita semua ketahui, banyak film-film yang memperlihatkan adegan kekerasan, adegan pornografi, merendahkan harkat dan martabat, dan lain-lain. Tayangan film tersebut jika ditonton oleh penonton yang tidak sesuai dengan klasifikasi usia, takutnya dapat memberikan sebuah dampak yang negatif pada perilaku seseorang terutama anak dibawah umur, hal ini dapat terjadi melalui peniruan adegan-adegan dalam film, seperti penerapan bahasa yang digunakan, tren kalimat yang diucapkan atau digunakan, serta cara berhubungan sosial yang terlalu bebas, dan lain-lain (Fetrimen, 2023:807).

Oleh sebab itu, sangat penting untuk kita semua untuk menaati peraturan dimana telah dibuat oleh Lembaga Sensor Film Republik Indonesia dalam menonton sesuai dengan klasifikasi usia. Tentunya kita tidak ingin hal-hal negatif terjadi karena kelalaian kita semua dalam menonton tidak sesuai dengan klasifikasi usia. Lembaga Sensor Film Republik Indonesia selalu berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia agar dapat menonton film sesuai klasifikasi usia dengan melakukan kampanye “Budaya Sensor Mandiri” yang telah dilakukan sejak tahun 2021.

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sangat rutin melakukan kegiatan sosialisasi Budaya Sensor Mandiri kepada masyarakat negaraa Indonesia. Bukan sekedar untuk masyarakat negara Indonesia tetapi juga kepada civitas akademik yang ada di Indonesia, baik itu tingkat sekolah, maupun perguruan tinggi. Kegiatan sosialisasi ini diselenggarakan dengan tujuan memberikan sebuah edukasi sehingga masyarakat dapat mengetahui, memahami, dan melaksanakan sensor mandiri dalam dirinya sendiri ketika menonton suatu tayangan film.

Budaya sensor mandiri sendiri merupakan gerakan sosial pengembangan budaya dalam masyarakat untuk dapat mengklasifikasikan dan memilih sebuah tontonan sesuai dengan kategori usia. Budaya Sensor Mandiri sendiri bertujuan untuk menggerakkan masyarakat Indonesia agar dapat memilah dan memilih film yang sejalan dengan segmentasi usia. Dengan memilih film yang sesuai dengan klasifikasi usia dan kematangan, penonton dapat menikmati pengalaman menonton yang lebih positif dan sesuai dengan usia mereka. Tumbuh dan berkembangnya gerakan sosial ini dalam masyarakat Indonesia menjadi sangat penting karena ada peran sentral orang tua, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekitar masyarakat yang dapat menjadi pengontrol utama dalam memutuskan tontonan mana yang layak untuk ditonton sesuai klasifikasi usia.

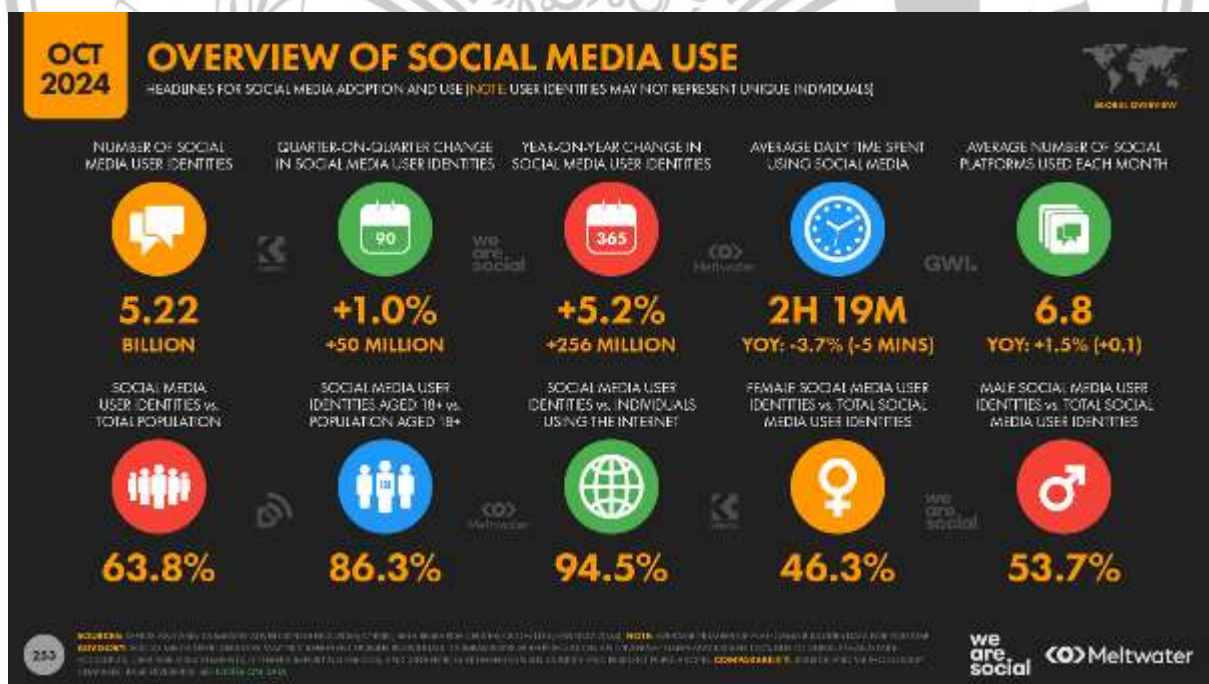
Tentunya, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tidak hanya melalui sosialisasi secara langsung, tetapi juga melalui media sosial.

Sejak April 2021, Lembaga Sensor Film republik Indonesia menampilkan rubrik panduan film dia semua platform media sosial mereka seperti Web, Instagram, X, Tiktok, dan lain-lain (Sulkarnaen et al., 2022:7).

Seiring dengan laju perubahan zaman yang semakin cepat, semua orang di dunia kini dapat dengan mudah memiliki akses yang memudahkan untuk berkomunikasi dan memberikan sebuah informasi ke semua orang tanpa harus bertatap muka.

Media sosial adalah teknologi yang muncul seiring berkembangnya zaman. Media sosial adalah teknologi digital yang memungkinkan pertukaran informasi termasuk teks, gambar, dan video melalui jaringan internet. Media sosial umumnya berisi konten yang dibuat oleh pengguna untuk mengundang keterlibatan melalui likes, shared, comments.

Berdasarkan statistik media sosial global DataReportal yang dilakukan oleh tim Kepios bahwa pada bulan Oktober 2024 terdapat 5,22 miliar pengguna media sosial. Hasil tersebut setara dengan 63,8% jumlah populasi manusia di muka dunia ini. Jumlah pengguna media sosial setiap 12 bulan selalu meningkat, sebanyak 256 juta orang bergabung ke media sosial sejak waktu yang sama tahun lalu.

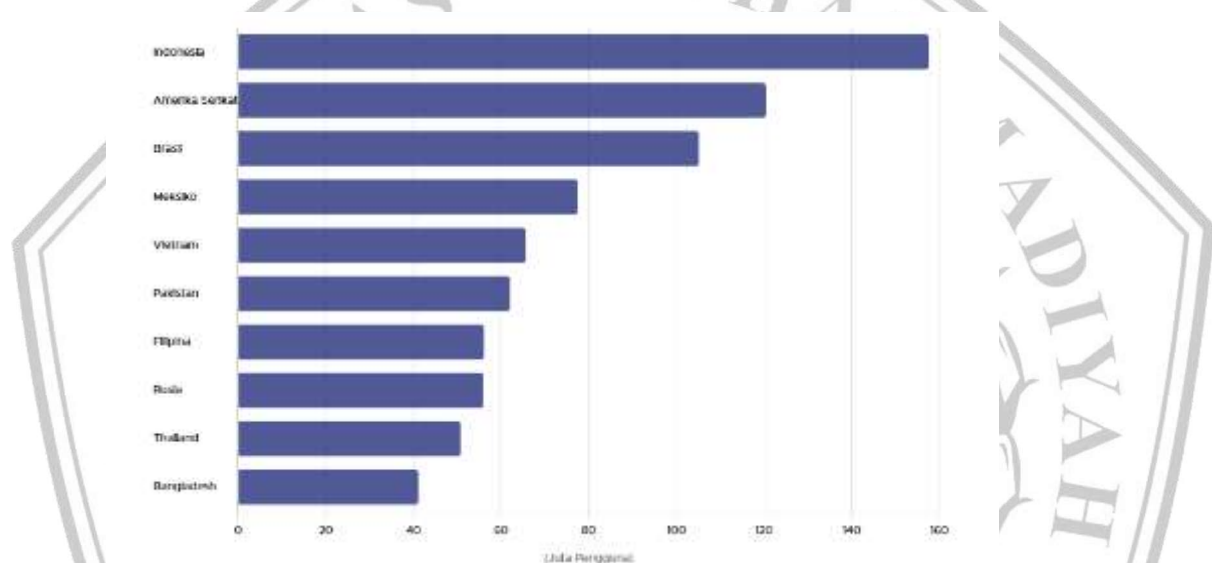


Gambar 1.1 Statistik Media Sosial Global
 (Sumber. <https://datareportal.com/social-media-users>)

TikTok merupakan platform berbagi video pendek dan foto yang memfasilitasi pengguna untuk mengeksplorasi kreativitas diri sendiri, kini menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di dunia. TikTok adalah platform media dimana pengguna

dapat membuat, berbagi, menemukan video pendek atau foto, dan sekarang TikTok juga dapat melakukan transaksi belanja. ByteDance adalah perusahaan digital yang berbasis di Beijing dan perusahaan di balik TikTok, yang pertama kali diperkenalkan di pasar dengan nama Douyin. Pada tahun 2016, platform ini mulai beroperasi dalam skala dunia.

Berdasarkan website GoodStats pada tahun 2024 sendiri TikTok tercatat memiliki 1,58 Miliar pengguna aktif. Dilansir melalui website DemandSage TikTok diprediksi akan memiliki 2,136 miliar pengguna yang terdaftar pada tahun 2025, Indonesia sendiri tercatat menjadi salah satu negara yang menjadi pengguna terbanyak pada tahun 2024. Pada bulan Juli 2024 Indonesia menjadi negara pertama dengan pengguna TikTok terbanyak dengan jumlah 157,6 pengguna di atas Amerika Serikat dengan jumlah 120,5 juta pengguna.



Gambar 1.2 Negara Pengguna Media Sosial Terbanyak Juli Tahun 2024
(Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgl>)

Pengguna TikTok memiliki beberapa pilihan untuk mengunggah gambar dan membuat video TikTok berdurasi antara 15 detik hingga 10 menit. Selain itu, TikTok juga menawarkan beberapa fungsi fitur TikTok yang dapat digunakan untuk memperindah konten yang dibuat. Contohnya seperti sound yang dapat ditambahkan dan berbagai efek visual yang tersedia di platform TikTok dapat diterapkan. Dampaknya dari fitur tersebut, foto dan video yang diunggah menjadi lebih menarik dan kreatif.

TikTok dari Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sendiri selalu digunakan untuk menyuarakan pesan kampanye “Budaya Sensor Mandiri”. Melalui media sosial terutama TikTok, Lembaga Sensor Film Republik Indonesia berusaha untuk membangun citra baru sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat guna melindungi mereka dari pengaruh

negatif film, serta mendukung kemajuan industri film di Indonesia (Bernadette et al., 2024:116).

1.2 Rumusan Masalah:

1. Apakah pesan kampanye Budaya Sensor Mandiri yang disampaikan melalui akun TikTok @lsf_ri berpengaruh terhadap perilaku *followers* dalam memilih dan menonton film sesuai klasifikasi usia?
2. Seberapa besar pengaruh pesan kampanye Budaya Sensor Mandiri pada akun TikTok @lsf_ri terhadap perilaku *followers* dalam memilih dan menonton film yang sesuai dengan klasifikasi usia?

1.3 Tujuan Penelitian:

1. Untuk menguji pengaruh pesan kampanye Budaya Sensor Mandiri pada akun TikTok @lsf_ri terhadap perilaku *followers* dalam memilih tontonan film yang sesuai dengan klasifikasi usia.
2. Untuk mengukur besarnya pengaruh pesan kampanye Budaya Sensor Mandiri di TikTok @lsf_ri terhadap perilaku *followers* dalam memilih tontonan film yang sesuai dengan klasifikasi usia mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dilakukan agar dapat menghasilkan sebuah sumbangan atau kontribusi yang signifikan bagi studi-studi selanjutnya dalam pembangunan ilmu pengetahuan sosial, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengeksplorasi lebih dalam manfaat baru yang lebih luas dari penerapan pesan kampanye dapat merubah perilaku khalayak dan mencapai tujuan tertentu dalam suatu kampanye.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai panduan atau alat evaluasi bagi praktisi komunikasi, khususnya di sektor lembaga pemerintahan dalam melaksanakan aktivitas kampanye. Hal ini sangat relevan bagi Lembaga Sensor Film Republik Indonesia yang menjalankan kampanye Budaya Sensor Mandiri. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menghasilkan strategi baru yang lebih berpengaruh dan efektif, sehingga mendukung keberlanjutan upaya untuk mendorong masyarakat Indonesia agar dapat mengubah perilaku mereka menjadi lebih selektif dalam memilih tontonan film yang sesuai dengan klasifikasi usia.