

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital yang berkembang pesat saat ini, media digital telah menjadi sarana komunikasi utama yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat. Platform digital memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas secara cepat dan efisien dalam menyampaikan berbagai informasi. Di Indonesia, tercatat sebanyak 229 juta pengguna aktif media sosial dan tingkat penetrasi internet di Indonesia 2025 sebanyak 80,66% berdasarkan data APJII (2025). Menurut Nabila (2020), media sosial merupakan sarana digital berbasis teknologi internet yang menghadirkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi, dari yang semula bersifat satu arah menjadi dua arah atau dialogis. Sementara itu, Adiansah dan Maharani (2021) menjelaskan bahwa jejaring sosial berfungsi sebagai wadah yang memfasilitasi interaksi antar pengguna dengan karakteristik komunikasi timbal balik, serta dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media promosi. Firmansyah (2019) menyatakan bahwa sikap pengguna media sosial dapat tercemin dari cara mereka bersikap dan mengambil keputusan. Sikap tersebut menggambarkan perasaan konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku mereka dalam menggunakan media sosial. Dengan demikian, informasi yang tersebar melalui media sosial memiliki dampak terhadap perilaku para penggunanya.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial

Sumber: Data APJII

Lembaga Sensor Film (LSF) memahami betapa besar pengaruh media sosial dalam mendukung upaya penyebaran informasi kepada masyarakat. Sebagai lembaga pemerintahan yang berwenang dalam menilai dan menyensor film serta iklan sebelum disebarluaskan kepada publik, LSF juga memiliki misi untuk memberikan edukasi dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait dunia perfilman. Selain itu, LSF berupaya membangun citra positif di mata publik melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, Twitter, dan YouTube.

Dalam wawancara bersama Andi Muslim (2020), Ketua Subkomisi Media Baru Lembaga Sensor Film (LSF), dijelaskan bahwa optimalisasi media sosial yang dilakukan LSF bertujuan untuk menjangkau audiens dari kalangan muda, khususnya generasi Y dan Z. Namun, karena sebagian besar karyawan LSF berasal dari kalangan senior, muncul tantangan berupa kesenjangan komunikasi antara generasi. Untuk mengatasi hal tersebut, LSF menyelenggarakan program magang bagi mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Melalui program ini, mahasiswa berkesempatan untuk berkontribusi dalam merancang konsep kreatif serta menciptakan konten yang menarik, informatif, dan edukatif agar pesan yang disampaikan melalui platform digital LSF dapat diterima secara efektif oleh masyarakat luas.

Salah satu program strategis LSF merupakan Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM), yang bertujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam memilah dan memilih tontonan sesuai dengan klasifikasi usia. Hal ini penting karena masih banyak masyarakat yang kurang memperhatikan batasan usia ketika menonton film di bioskop yang sebenarnya memiliki klasifikasi usia jauh di atas umur anak tersebut (Suarasurabaya.Net). Menurut Firmansyah (2019), sikap seseorang dapat membentuk perilaku pengguna, karena setiap para individu memiliki kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikapnya. Namun, sikap tidak selalu identik dengan perilaku yang ditunjukkan. Dalam konteks perfilman, Indonesia memiliki regulasi yang diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2009, yang menyatakan bahwa film merupakan karya seni budaya dengan potensi strategis untuk memperkuat ketahanan budaya dan meningkatkan kesejahteraan bangsa. Oleh karena itu, setiap film atau iklan film wajib melalui proses

penyensoran dan memperoleh Surat Tanda Lulus Sensor (STLS) dari Lembaga Sensor Film (LSF) sebelum dipublikasikan dan ditayangkan kepada masyarakat.

Dalam uraian peran dan tanggung penulis sebagai Social media intern di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), penulis memiliki tanggung jawab untuk merancang serta mengimpletasikan strategi konten yang terencana dan terstruktur di berbagai platform digital. Divisi ini memegang peran penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai klasifikasi usia penonton dan memberikan literasi seputar Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM). Melalui konten yang informatif dan menarik, masyarakat diharapkan dapat memahami pentingnya klasifikasi usia dalam menonton film atau iklan film sehingga berdampak positif bagi perilaku menonton di Indonesia. Salah satu utama divisi ini adalah mensosialisasikan Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM) melalui kampanye digital yang dilakukan secara konsisten. Kampanye tersebut diwujudkan dalam bentuk konten edukatif yang menjelaskan arti penting sensor mandiri, cara penerapannya, dan manfaatnya bagi keluarga Indonesia.

Dalam pelaksanaan strategi dan implementasi konten, penulis mengembangkan berbagai pendekatan kreatif untuk menghasilkan materi yang efektif dan mudah dipahami oleh masyarakat. Strategi tersebut mencakup pembuatan konten edukatif dalam bentuk infografis dan video pendek yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform media sosial. Setiap konten dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilih dan memilih tontonan sesuai dengan klasifikasi usia yang telah ditetapkan, yaitu Semua umur (SU), 13+, 17+, dan 21+. Pendekatan komunikasi yang digunakan bersifat inklusif, menargetkan seluruh lapisan masyarakat mulai dari kalangan muda hingga dewasa dengan harapan prinsip klasifikasi usia dapat diterapkan dalam kebiasaan menonton sehari-hari. Upaya ini menjadi bentuk kontribusi nyata dalam mewujudkan visi Lembaga Sensor Film RI untuk membangun ekosistem budaya tontonan yang sehat, cerdas, dan bertanggung jawab di Indonesia.

1.1. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan pelaksanaan kegiatan magang ini untuk memperluas wawasan dan pengalaman mengenai peran sebagai Social Media di lingkungan lembaga pemerintahan, khususnya di

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (Komisi III). Yang secara khusus, kegiatan magang ini bertujuan untuk :

1. Menerapkan pengetahuan akademik terkait bidang Social Media Intern dalam konteks Lembaga Pemerintahan di Lembaga Sensor Film RI.
2. Mengembangkan strategi konten yang relevan serta menciptakan materi informasi dan edukasi yang menarik di berbagai platform media sosial, dan menjangkau beragam lapisan masyarakat.
3. Melatih kemampuan bekerja dalam tim serta membangun komunikasi yang efektif dengan seluruh karyawan dan peserta magang di lingkungan Lembaga Sensor Film RI.

1.2. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang dilaksanakan mulai bulan September hingga Desember 2025 dengan total durasi 640 jam kerja atau setara dengan 80 hari kerja, sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Panduan MBKM Magang Track 1 dan arahan Program Studi. Kegiatan magang berlangsung selama delapan jam perhari, mulai Senin hingga Jumat. Adapun lokasi pelaksanaan magang bertempat di kantor Lembaga Sensor Film Republik Indonesia, yang berlokasi di Kompleks Kemendikbud, Jl. Jenderal Sudirman, RT 1/RW 3, Senayan, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta.

1.2.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Pendaftaran mata kuliah praktik kerja dilakukan melalui portal myumn.ac.id, dengan ketentuan mahasiswa telah menyelesaikan minimal 110 SKS serta tidak memiliki nilai D atau E. Sebelum melaksanakan magang, mahasiswa juga perlu melampirkan transkrip nilai lengkap dari semester awal hingga terakhir yang dapat diunduh melalui www.gapura.umn.ac.id.
- 2) Mahasiswa diberikan kesempatan untuk mengajukan proposal magang melalui formulir KM-01, yang dapat dikirimkan berkali-kali melalui email hingga memperoleh tempat magang yang sesuai.

- 3) Setelah mendapatkan lembaga atau perusahaan yang sesuai, mahasiswa dapat mengisi dan mengunggah formulir KM-01 melalui portal myumn.ac.id.
- 4) Tahap berikutnya adalah mengambil berkas pendukung seperti KM-03 (Kartu Monitoring Praktik Kerja Magang), KM-04 (Formulir Absensi Praktik Kerja), KM-05 (Formulir Laporan Pelaksanaan Praktik Kerja), KM-06 (Evaluasi Kinerja Praktik Kerja), dan KM-07 (Validasi Laporan Praktik Kerja) yang dibutuhkan untuk penyusunan laporan akhir kegiatan magang.

B. Tahapan Permohonan dan Persetujuan Praktik Kerja.

- 1) Proses pengajuan magang dilakukan dengan mengirimkan data diri melalui email kepada Ibu Zaqia, selaku Ketua Subkomisi Penelitian dan Pengembangan Lembaga Sensor Film RI, pada 25 Agustus 2025. Dalam pengajuan tersebut dilampirkan Curriculum Vitae (CV) dan formulir KM-02 (Surat Pengantar Magang).
- 2) Konfirmasi penerimaan magang di Lembaga Sensor Film RI diterima melalui pesan WhatsApp dari perwakilan lembaga pada 30 Agustus 2025, dan secara resmi disahkan dengan Surat Penerimaan Magang yang ditandatangani oleh Ketua LSF RI, Bapak Nazwardi, pada 1 September 2025.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Pelaksanaan praktik kerja ditempatkan pada Komisi III dengan peran sebagai Social Media Intern.
- 2) Dalam pelaksanaan tugas dan kebutuhan informasi, dibimbing oleh Tenaga Sensor Yeni Puspita Sari dan Titin Setiawati Pembimbing Lapangan dan Zaqia Ramallah sebagai Supervisor.
- 3) Penyelesaian dan persetujuan formulir KM-03 hingga KM-07 dilakukan sepanjang periode kegiatan magang berlangsung, serta dengan menyerahkan lembar penilaian evaluasi kinerja magang KM-06 kepada Supervisor sebagai bentuk penilaian akhir.

D. Pelaksanaan Perancangan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan magang dilakukan dengan bimbingan Ibu Henilia selaku Dosen Pembimbing, melalui pertemuan daring (online).
- 2) Setelah laporan selesai disusun, dokumen tersebut diajukan untuk mendapat pengesahan dari Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui dan disahkan kemudian diserahkan untuk memasuki tahap evaluasi akhir sebagai bagian dari proses penilaian kegiatan magang.

1.4 Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan utama yang menjadi fokus dalam pelaksanaan kerja magang ini adalah:

1. Rendahnya tingkat awareness dan pemahaman masyarakat terhadap simbol klasifikasi usia SU, 13+, 17+, dan 21+, khususnya pada konsumsi tontonan digital.
2. Konten edukasi GNBSM di media sosial belum sepenuhnya konsisten dari segi format, gaya penyampaian, dan daya tarik visual, sehingga belum optimal dalam menjangkau dan mempertahankan perhatian audiens.
3. Keterbatasan peralatan produksi dan sumber daya teknis yang mempengaruhi kualitas visual dan audio konten edukatif.
4. Proses persetujuan (approval) konten yang melibatkan beberapa pihak, sehingga memerlukan strategi kerja yang efisien agar publikasi tetap tepat waktu.

Permasalahan tersebut mendorong perlunya kontribusi dalam bentuk pengelolaan konten media sosial yang lebih struktur, kreatif, dan berbasis evaluasi performa, sebagaimana dilakukan oleh penulis selama menjalani kerja magang di LSF RI.

1.5 Ruang Lingkup Kerja Magang

Agar pelaksanaan kerja magang lebih terarah dan terukur, ruang lingkup kegiatan penulis

dibatasi pada pengelolaan media sosial Lembaga Sensor Film RI dengan fokus utama sebagai berikut:

1. Platform yang ditangani secara dominan:
 - Instagram (Reels dan Feed)
 - Tiktok
2. Platform yang bersifat pendukung (Tidak dominan):
 - Youtube (Dokumentasi kegiatan)
 - X/Twitter (Informasi singkat dan publikasi ulang)
3. Bentuk kegiatan utama:
 - Perencanaan konten edukasi GNBSM (pra-produksi)
 - Penyusunan naskah (script) dan konsep visual
 - Produksi dan editing konten video pendek
 - Peliputan kegiatan sosialisasi GNBSM
 - Monitoring dan evaluasi performa konten melalui fitur analytics

Ruang lingkup ini disesuaikan dengan kebutuhan Subkomisi Sosialisasi LSF RI serta kompetensi akademik penulis sebagai mahasiswa di bidang komunikasi dan media kreatif.