

PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI HIBURAN FOLLOWER SOSIAL MEDIA LEMBAGA SENSOR FILM RI

Juwono Tri Atmodjo dan Ervan Ismail

Universitas Mercu Buana

juwono_tri_atmodjo@mercubuana.ac.id, Ervan_ismail@mercubuana.ac.id

Abstract. The development of website-based information technology used by the Film Censorship Institute and the demands of government agency stakeholders, namely the Film Censorship Institute, to adjust their duties, roles, functions and ways of communicating with the public on the one hand, on the other hand for users how to make efforts. supported by LSF Online Public Relations users. Users in certain categories have several similar choices, preferences and habits that tend to be the same. It is hoped that the use of social media regarding films from the Film Censorship Board of the Republic of Indonesia can meet user needs. The problems in this research are: (1). How do you describe the information needs of social media followers of the Republic of Indonesia Film Censorship Institute? (2). How big is the influence of digital literacy on meeting the entertainment information needs of social media followers of the Republic of Indonesia Film Censorship Institute? The research method used is a survey method. The operationalization of the digital literacy concept includes the dimensions of information search and selection, creativity, critical thinking, evaluation skills, social understanding, communication, online security, skills and collaboration. Information satisfaction is measured from the dimensions of cognitive needs, personal integration needs, social integration needs, and attention and relaxation. Questionnaires were distributed to a sample of 105 respondents using a purposive sampling technique, data analysis using linear regression.

The results of the research concluded that the knowledge obtained from LSF Instagram was: "knowledge and entertainment gained about "Knowledge of LSF institutions and areas of work, film censorship, digital advertising, complaint procedures, film reviews, suitability of films and public advertisements, film achievements, self-censorship friend services, role of LSF, film reviews, latest films , discussion material with friends, types of films, new films, best-selling films, information about new films that have passed censorship, YouTube and Tik Tok film links and reviews, places to watch films and watching experiences from fellow followers, sharing information from fellow followers, and links free movie channels from fellow LSF IG followers." (2). The influence of digital literacy on fulfilling the entertainment information needs of the Republic of Indonesia Film Censorship Institute's social media followers is 20.2%, positive and significant, meaning that fulfilling the entertainment information needs of the Republic of Indonesia Film Censorship Institute's social media followers is influenced by the digital literacy of IG LSF followers. . (3). LSF RI Instagram as an information medium for information about LSF RI films and social media advertisements, namely website, Tik Tok and YouTube. (4). Instagram LSF RI mediates between followers to exchange information about the content of LSF RI social media, knowledge and experience of followers and mediates between followers to obtain entertainment online and in real life social contexts for friendship, fulfilling film viewing needs and other needs.

Keywords: Digital Literacy, Meeting Information Needs, Social Media, LSF.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi informasi digital berbasis internet yang diterapkan pada komunikasi memberikan kontribusi bagi perkembangan berbagai bidang kehidupan manusia. Perubahan masyarakat, lembaga atau organisasi pemerintah maupun non pemerintahan atau organisasi usaha banyak mengalami perubahan tata cara berkomunikasi dengan adanya media baru. Istilah media baru, komunikasi online, virtual komunikasi, web base communications, internet base communication, e_PR, dan berbagai istilah dan pengkhasan penggunaan merujuk pada tata cara komunikasi baru berbasis teknologi informasi digital. |

Informasi dikemas secara digital, disimpan secara digital dan disebarluaskan dengan digital dengan umpan balik baik secara digital maupun dengan cara tradisional yaitu secara tatap muka. Pemanfaatan kebijakan public, informasi public, rencana kerja, hasil kerja, dan berbagai kegiatan pelayanan public disajikan dengan bit data yang semakin besar dan mudah mengemasnya dan sesegera mungkin digunakan oleh stakeholder..

Organisasi pemerintah atau Lembaga Pemerintah dituntut untuk dapat meningkatkan pelayanan publiknya secara cepat, tepat, murah, kapan saja, dimana saja, tentang apa saja dan sebagainya. Teknologi komunikasi online telah dimanfaatkan banyak organisasi pemerintah dengan berbagai stakeholder. Pemanfaatan komunikasi online baik untuk menyampaikan informasi, edukasi, persuasi maupun fitur-fitur pelayanan pelayanan publik. Komunikasi online selain menyediakan kecepatan akses juga kemampuan storage data dalam berbagai bentuk, baik tulisan, suara, gambar, video bahkan perpaduan berbagai bentuk pesan yang dapat digunakan secara terintegrasi selain semakin efektif dan efisien dalam melakukan komunikasi public dan layanan masyarakat.

Organisasi dengan komunikasi online seperti yang dilakukan Lembaga Sensor Film Republik Indonesia yang tidak saja dapat memberikan informasi dan layanan melalui fitur yang digunakan, baik berbagai basis komunikasi online yaitu website, social media atau aplikasi tertentu memberikan ruang semakin besar masyarakat untuk berpartisipasi.

Organisasi Lembaga Sensor Film republic Indonesia tentunya berkomunikasi dengan berbagai stakeholder, yaitu stakeholder Lembaga pemerintah, stakeholder Organisasi swasta dan masyarakat luas. Masyarakat luas dapat didefinisi kembali, berdasarkan pra riset bahwa masyarakat luas dapat berarti masyarakat yang secara sadar mencari informasi, masyarakat yang sadar sebagai follower, masyarakat yang tidak sengaja mengakses dalam berbagai kategori usia dan kebutuhannya dan sebagainya. Abstraksi redefinisi public humas ini akan semakin jelas kategori dan dinamikannya akan tergambar setelah penelitian. Demikian juga public swasta LSF RI memiliki stakeholder yang banyak sekali, yaitu perusahaan importir film, konsumen film, Lembaga Swadaya Masyarakat dan sebagainya.

Pencarian data digital pada LSF RI berupa artikel 3 kali, berita 15 kali, informasi public 5 kali, laporan kinerja 1 kali, perjanjian kinerja 4 kali, rencana strategis 2 kali dan siaran pers 10 kali. Pencarian data digital ini masih tergolong rendah. Masalah inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna social media Instagram LSF serta terpetakan kebutuhan-kebutuhan masyarakat terkait informasi tentang Film khususnya proses dan hasil sensor film.

Acintya Ratna Priwati, Avin Fadilla Helmi (2021:1) mengemukakan pada jurnal “The manifestations of digital literacy in social media among Indonesian youth “

...The results of this study indicate that respondents with high digital literacy levels conduct a process of evaluating truthful information by checking trusted sources of information directly and discussing their findings with significant others. The likelihood and ability to evaluate information correctly is affected by family background, formal education, and negative hoax impact awareness. The study also found that after respondents perform across (double) checks, they will usually forward the information, also known as doing a repost. This

research implies a description of digital literacy behavior carried out by students in Yogyakarta; with this study, digital literacy behavior expects to provide an overview of information technology policymaker.

Berdasarkan pendapat tersebut bahwa digital literacy berkaitan dengan kemampuan untuk mengevaluasi kebenaran informasi yang diperoleh serta dapat digunakan untuk mengantisipasi resiko negative social media dengan control pada diri atau seseorang. Kebutuhan dan motivasi serta penggunaan social media dan memperbincangkannya melalui social media pada orang lain menentukan aktivitas keseharian dan kehidupannya. Demikian juga control apa yang perbincangan antar follower Sosial media LSF tidak hanya ada pada dunia maya, tetapi dapat pada aktivitas pada dunia nyata.

Hague & Payton (2010:19) say : *Components of Digital Literacy, The eight components include creativity, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding, collaboration, find and select information, effective communication, e-safety, and functional skills.*

Digital Literasi Sosial Media LSF oleh pengguna berkaitan dengan kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi online LSF melalui social media, menemukan, mengevaluasi, membuat, dan mengkomunikasikan informasi tersebut dengan berbagai cara dan berbagai konsekuensi, baik secara digital maupun social dalam kehidupan sehari-hari.

Pemanfaatan social media oleh pengguna karena kebutuhan dan keinginan memenuhi kebutuhan berbagai kebutuhan personal penggunaannya. Kepemilikan akses pada teknologi informasi digital secara selektif digunakan secara selektif dari berbagai kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan pengguna menentukan dorongan mengakses isi apa, dengan cara apa, dengan tingkat penggunaan seperti apa serta tingkat kepuasan seperti apa.

Pemenuhan kebutuhan (gratifikasi) informasi digital dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari pengguna. Pengguna pada kategori tertentu memiliki beberapa kesamaan pilihan, kesenangan, dan kebiasaan yang cenderung sama. Penggunaan social media tentang film dari Lembaga sensor film Republik Indonesia diharapkan memenuhi kebutuhan pengguna.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah : (1). Bagaimana gambaran kebutuhan informasi follower social media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia ? (2).Seberapa besar informasi follower social media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia ? Setelah selesai penelitian (tujuan penelitian ini) adalah (1) untuk menggambarkan kebutuhan informasi follower social media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (2) Menjelaskan informasi follower social media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

Pemanfaatan media baru oleh Lembaga Pemerintah, perusahaan dan masyarakat memiliki dinamika semakin meningkat penggunaannya. Kecepatan sehingga efektif dalam menjangkau public yang tersebar diseluruh Indonesia dan semakin efisien karena perkembangan komunikasi online berbasis internet, baik website atau social media dengan platform windows ataupun android saling dapat terintegrasi. Perubahan-perubahan pemanfaatan oleh Lembaga, stakeholder dan masyarakat tidak hanya ditunjukkan dengan volume penggunaan tetapi juga kecepatan akses, bit data, jenis partisipasi dan pola-pola kehumasan online yang dapat dilakukan dapat diketahui setelah penelitian ini.

Komunikasi online adalah proses penyampaian pesan dengan memanfaatkan media internet atau media online. contoh komunikasi online yaitu berkomunikasi melalui chat rooms, e-mail, mengisi formulir online (online forms), forum di sebuah halaman website, pesan instan (instant messaging), menulis komentar (posting comments) di situs web atau blog, serta berinteraksi melalui situs jejaring social atau media sosial.

Menurut McQuails, 2011:3 bahwa media baru adalah media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan berfungsi secara private maupun secara public. McQuail mengidentifikasi lima kategori utama

media baru berdasarkan kesamaan saluran tertentu dan dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks, sebagai berikut:

- a. Media komunikasi antar pribadi (interpersonal communication media), meliputi telepon dan surat elektronik (diutamakan untuk pekerjaan tetapi saat ini semakin personal).
- b. Media permainan interaktif (interactive play media). Media ini terutama berbasis video game, ditambah perlengkapan alat realitas virtual.
- c. Media pencarian informasi (information search media). Ini merupakan kategori yang luas, internet/www merupakan contoh yang paling penting.
- d. Media partisipasi kolektif (collective participatory media). Kategori ini meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman serta untuk mengembangkan pribadi aktif (yang diperantarai dengan komputer). Situs jejaring social termasuk di dalam kelompok ini.
- e. Substitusi media penyiaran (substitution of broadcasting media). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten pada masa lalu biasanya disiarkan atau disebar dengan metode lain yang serupa.

Zaman perkembangan teknologi informasi Lembaga Sensor Film melakukan perubahan cara berkomunikasi tidak saja secara tradisional, tetapi dengan menggunakan media online. Disisi lain bagi pengguna terkait literasi digital dalam mencari dan menggunakan berbagai upaya yang dilakukan oleh \Humas LSF. Literasi digital berhubungan tentang kemampuan individu dalam menggunakan, mencari, dan mengolah ragam informasi yang diperolehnya melalui gawai (gadget). Istilah literasi digital pertama kali diungkapkan oleh seorang ahli bernama Paul Gilster pada tahun 1997 sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Ia mengemukakan bahwa literasi digital merupakan kemampuan menggunakan teknologi dan informasi dari piranti digital secara efektif dan efisien dalam berbagai konteks, seperti akademik, karier, dan kehidupan sehari-hari (Bawden, 2001)

Konsep literasi digital, sejalan dengan terminologi yang dikembangkan oleh UNESCO pada tahun 2011, yaitu merujuk pada serta tidak bisa dilepaskan dari kegiatan literasi, seperti membaca dan menulis, serta matematika yang berkaitan dengan pendidikan. Oleh karena itu, literasi digital merupakan kecakapan (life skills) yang tidak hanya melibatkan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, informasi, dan komunikasi, tetapi juga kemampuan bersosialisasi, kemampuan dalam pembelajaran, dan memiliki sikap, berfikir kritis, kreatif, serta inspiratif sebagai kompetensi digital, (Kemendikbud, 2017:12)

Pengkhasan literasi digital tidak hanya mengacu pada keterampilan melakukan penggunaan dan mengelola berbagai perangkat teknologi informasi dan komunikasi, akan tetapi juga untuk proses "membaca" dan "memahami" sajian isi perangkat teknologi serta proses "menciptakan" dan "menulis" menjadi sebuah pengetahuan baru. Pendapat Martin (2008) ini menunjukkan bahwa literasi digital merupakan keterampilan yang bersifat multi dimensi. Seseorang dapat menguasai literasi digital secara bertahap karena satu jenjang lebih rumit daripada jenjang sebelumnya. Kompetensi digital mensyaratkan literasi komputer dan teknologi. Namun untuk dapat dikatakan memiliki kompetensi literasi digital maka seseorang harus menguasai literasi informasi, visual, media dan komunikasi

Palmgren, Wenner dan Rosengreen (1981 :10) memberikan asumsi dasar penggunaan media oleh khalayak untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu :

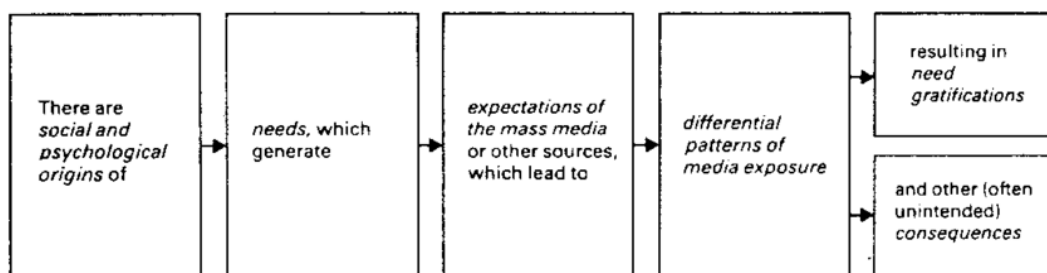
- (1) khalayak itu aktif, maka (2) penggunaan media dipandang sebagai pencapaian tujuan dan (3) terjadi persaingan dengan sumber-sumber pemenuhan lainnya sehingga (4) khalayak berkeinginan menghubungkan kebutuhan dengan pemilikan media, (5) konsumsi media dapat memenuhi sejumlah besar kepuasan, meskipun (6) isi media tidak dapat digunakan untuk memprediksi pola-pola kepuasan secara tepat, karena (7) karakteristik-karakteristik media menyusun tingkatan dimana kebutuhan-kebutuhan mungkin dipuaskan pada waktu yang

berbeda, karena (8) kepuasan yang diperoleh dapat berasal dari isi media, terpaan media dan situasi sosial dimana terpaan terjadi).

(The audience is active, thus (2) much media use can be conceived as goal directed and (3) competing with other sources of need satisfaction, so that when (4) substantial audience initiative links needs to media choice, (5) media consumption can fulfill a wide range of gratification, although (6) media content alone can not be used to predict pattern of gratification accurately because (7) media characteristic structure the degree to which needs may be gratified at different times, and further, because (8) gratifications obtained can have their origins in media content, exposure in and of it self, and/or the social situation in which exposure takes places).

Sedangkan menurut pendapat Wimmer and Dominick (1987 : 381) mengemukakan : Pendekatan penggunaan dan kepuasan telah berkembang sejak tahun 1940 ketika peneliti lebih menekankan pada apa yang dilakukan berbagai bentuk perilaku individu terhadap berbagai bentuk media. Seperti mendengarkan radio atau membaca surat kabar. ...Berelson (1949) menyatakan keuntungan dari surat kabar New York dengan menanyakan mengapa mereka membaca surat kabar. Jawaban dikategorikan dalam lima golongan utama yaitu : membaca untuk memperoleh informasi, membaca untuk prestis sosial, menghilangkan kejenuhan, memenuhi kebutuhan sehari-hari akan informasi, dan membaca untuk memudahkan berhubungan dengan orang lain. (The uses and gratification approach has its roots in the 1940s when researchers became interested in why people engaged in various forms of media behavior, such as radio listening or newspaper reading....Berelson (1949) took advantage of a New York Newspaper strike to ask people why they read the paper. The responses were placed in five major categories : reading for information, reading for social prestige, reading for escape, reading as a tool for daily living, and reading for social context).

Blumler and Katz (1974) in Johanna Fawkes and Anne Gregory (2000:120) dikemukakan "*The uses and gratifications model*" :



Gambar 1. The uses and gratifications model

Model Uses and Gratification dikemukakan bahwa khalayak aktif menggunakan media massa dan karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan.berdasar pada kerangka pemikiran sebagai berikut :

1. Sumber-sumber sosial psikologis, dari
2. Kebutuhan-kebutuhan, yang menimbulkan...
3. Harapan-harapan, tentang...
4. Media massa atau sumber-sumber lain, yang mengarah pada...
5. Pola-pola yang berbeda dalam menerima terpaan media atau keterlibatan dalam aktifitas lain
6. Pemuasan kebutuhan
7. Konsekuensi-konsekuensi lain yang tidak diinginkan.

Mc Quail, Blumer, Brown (1972) dalam Severin and Tankard (1997:332) mengkategorikan “kebutuhan dan gratifikasi khalayak” adalah :

1. *Diversion (escape from routine and problem* (lepas dari rutinitas dan masalah sehari-hari), pemenuhan kebutuhan emosi; santai, senang, hiburan dsb)
2. *Personal relationship* (informasi dari media sebagai bahan untuk sosialisasi dengan orang lain)
3. *Personal identity or individual Psychology* (mencari penguatan atau penegasan identitas diri, memperoleh pengetahuan, pengertian, dan mempelajari realitas yang ada)
4. *Surveillance* (informasi tentang sesuatu hal, yang mungkin dibutuhkan pada suatu waktu tertentu olehnya)

Pemuasan kebutuhan yang diterorisasikan Elihu Katz (1972) , Mc Quail, Blumer, Brown (1972) dan sebagainya tentunya sudah bergeser dari sisi tataran pengguna karena perbedaan generasi. Generasi X dan generasi Y dan milenial memiliki literasi digital yang berbeda, keinginan dan imajinasi yang sangat berbeda. Konsep pemenuhan kebutuhan informasi dari “pendekatan tradisional” penggunaan media massa masih dapat digunakan walaupun karakteristik kebutuhan dan pemuasannya semakin tidak pasti dan semakin luas.

Maharani (2023:178) mememukakan penggunaan social media :

The use of Instagram social media as a means of information for the younger generation on the @folkative Instagram account has been effective in conveying information. This is based on the results of the questionnaire that has been obtained and it can also be concluded that the @folkative instagram account has communication effectiveness. Based on the results of the measurement of the highest effectiveness value, 40 respondents agreed that the @folkative instagram account post came from a clear source.

The effectiveness of communication according to Andre Hardjana who said that the effectiveness of communication can be measured by several indicators including the recipient of the message, message content, communication media, format, message source, and timeliness. so if it is associated with this research, where the six points are a measuring tool for researchers in conducting research. The results of this study explain that the @folkative Instagram account is a very effective medium in conveying information to the younger generation.

Media baru berbasis internet telah melahirkan kajian-kajian terbaru semakin luasnya aktivitas pengguna isi medias online dengan konsep interaktivitas antara komunikator-komunikasi, komunikasi dengan komunikasi pada lalu lintas digital yang semakin bisa real time.

Seperti yang dikemukakan Ruggiero (2000:15) sebagai berikut :

Interactivity significantly strengthens the core U&G notion of active user because it has been defined as “the degree to which participants in the communication process have control over, and can exchange roles in their mutual discourse” (Williams, Rice,&Rogers, 1988, p. 10). Communication literature reflects six user-oriented dimensions of interactivity that should be useful for the U&G approach: threats (Markus, 1994), benefits (S. Ang & Cummings, 1994), sociability (Fulk, Flanagin, Kalman, Monge,&Ryan, 1996), isolation (Dorsher, 1996), involvement (Trevino & Webster, 1992), and inconvenience (Stolz, 1995; Thomas, 1995). Additionally, Ha and James (1998) cited five dimensions of interactivity: playfulness, choice, connectedness, information collection, and reciprocal communication.

Interaktiviti dalam social media memungkinkan seseorang untuk menerima, mengirimkan, menyimpan, mengambil dan menyebarkan informasi sesuai keinginannya. Posisi komunikator komunikasi seperti yang dahulu didefinisikan semakin ditentukan oleh apa yang dilakukan pada media online tersebut. Kendali pengguna media online lebih, pada menu dan isi yang semakin selektif. Pengguna semakin lebih leluasa dalam menggunakan isi pesan online. Antar komunikator semakin tidak saling kenal, apalagi sengan adanya akun-akun yang tidak diketahui identitasnya, Interpersonal yang saling berkomunikasi atas pesan di social

media dapat menentukan apa yang dibahas. Hasil bahasan bisa tetap inline pada topik isi atau bahkan melebar pada aspek diluar isi bahkan poengalaman-pengalaman personal.

Lebih lanjut dikemukakan Ruggiero (2000:29) sebagai berikut :

Theoretically and practically, for U&G scholars, however, the basic questions remain the same. Why do people become involved in one particular type of mediated communication or another, and what gratifications do they receive from it? Although we are likely to continue using traditional tools and typologies to answer these questions, we must also be prepared to expand our current theoretical models of U&G to include concepts such as interactivity, demassification, hypertextuality, asynchronicity, and interpersonal aspects of mediated communication. Then, if we are able to situate a "modernized" U&G theory within this new media ecology, in an evolving psychological, sociological, and cultural context, we should be able to anticipate a highly serviceable theory for the 21st century.

Berdasarkan permasalahan hipotesis teoritis adalah ada pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

METODE

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survai, karena data yang akan dikumpulkan dari responden sebagian besar mempergunakan kuesioner. Pada penelitian ini survai dibatasi pada pengertian survai sampel yang ditanyakan/ dikumpulkan dari sebagian populasi untuk mewakili seluruh unit populasi (Masri Singarimbun, 2003:3).

Populasi dalam penelitian ini adalah follower social media LSF yang "tidak diketahui kerangka samplingnya", maka untuk menentukan besarnya sampel, apabila jumlah populasi belum (tidak) diketahui menggunakan rumus " iterasi " dalam Nirwana SK Sitepu (1994:108-16). Dengan menentukan besarnya $\alpha = 0,35$, taraf nyata 5% dan kuasa Uji 95 %, maka ukuran sampel sebesar : 100 orang.

Operasionalisasi konsep literasi digital meliputi dimensi menemukan dan menyeleksi informasi, kreativitas, berfikir kritis, kemampuan mengevaluasi, pemahaman social, komunikasi, keamanan online, ketrampilan dan kolaborasi. Operasionalisasi konsep kepuasan informasi diukur dari dimensi kognitif needs, personal integration needs, social integration needs, dan tention and relaxs.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup dan terbuka sesuai opsionalisasi konsep. Kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pertanyaan merupakan jawaban yang mempunyai arti dalam menguji hipotesis (M. Nazir, 1988 : 248).

Penilaian atas jawaban untuk kuesioner yang diajukan, dirancang dengan menggunakan Skala Likert (dalam Daniel J. Mueller, 1986 : 9-12), sebagai berikut : SS = sangat setuju, S = setuju; R = ragu-ragu TS = tidak setuju; STS = sangat tidak setuju.

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dengan dibantu google form, dan data-data digital online dari LSF digunakan untuk menajamkan temuan penelitian. Uji validitas digunakan rumus korelasi spearmanbrown, dan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus korelasi Pearson product moment. Item yang tidak valid direvisi untuk meningkatkan pemahaman responden. Analisis data dilakukan dengan melakukan uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

Menurut Wiratna Sujarweni (2015, p. 31) uji normalitas untuk mengetahui apakah keduanya terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, uji normalitas pun dapat dilakukan secara satu arah. Apabila uji normalitas sudah dilakukan, pengambilan kesimpulan akan mengikuti nilai signifikansi yang sudah ditetapkan. Jika nilai signifikansi lebih dari 0.05, variabel dapat dikatakan terdistribusi dengan normal.

Akan tetapi jika sebaliknya, nilai signifikansi kurang dari 0.05, variabel dikatakan tidak terdistribusi dengan normal.

Analisis data dengan Path analisis dengan syarat data sekurang-kurangnya interval. Maka untuk menaikkan data skala ordinal dari Likert dengan menggunakan Teknik Succesive Interval dengan bantuan software succ97 addin excel. Alalisis jalur atau lebih dikenal dengan Path Analisis, Sewall Wright (1934) Al Rasyid (1998) dalam Niewana SK Sitepu Al Rasyid (1998 : 7-10).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye yang dilakukan LSF secara daring maupun tatap muka langsung semenjak 2021 yaitu Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM) yaitu kesadaran masyarakat untuk memilah dan memilih tontonan sesuai klasifikasi usia dan materi yang berguna (baik) untuk berbagai kebutuhannya. Selain hal tersebut yaitu sensor mandiri pada isi tayangan pada jaringan teknologi informasi yang masih bebas menggugah berbagai film dan iklan yang melewati batas-batas negara tanpa memandang batas usia. Sensor mandiri salah satu cara untuk mendewasakan masyarakat melalui kemampuan literasi digital.

Dua point diatas anampak pada Laporan Kinerja (2023:5) bahwa: Ketentuan mengenai penyensoran film dan iklan film yang tayang di jaringan teknologi informatika sampai saat ini masih belum ada, sehingga masih ada jaringan teknologi Informatika yang masih dengan bebas menayangkan film dan iklan film tanpa adanya STLS dan akses tontonan yang tidak memandang usia penonton.

Peran Strategis LSF berdasarkan Laporan Kinerja (2023:6) adalah: 1. LSF sebagai Pengklasifikasian Film Sebagai peneliti, penilai, dan penentu kelayakan film dan iklan film untuk dipertunjukkan kepada khalayak umum, LSF memiliki kriteria penyensoran dengan prinsip prinsip memberikan perlindungan kepada masyarakat dari pengaruh negatif film dan iklan film. Serta memberikan edukasi mengenai penyensoran kepada pemangku kepentingan perfilman. 2. LSF sebagai Pendorong Literasi Digital LSF memasyarakatkan penggolongan usia penonton film dan kriteria sensor film. Dengan Gerakan Nasional Budaya Sensor Mandiri (GNBSM) yang telah dicanangkan pada tahun 2022, LSF lebih gencar dalam upayanya memberikan literasi Tontonan kepada masyarakat.

Instagram Lembaga Sensor Film sebagai bagian dari social media LSF yaitu organisasi website, chanal Youtube, FaceBook, tik tok, WhatsApp serta Instagram. Media soial ini dalam kontek penelitian ini yaitu berbagai informasi tentang kinerja penyensoran Film dan Iklan, Kebijakan tentang sersor Film, dan literasi digital terkait Gerakan sensor mandiri seperti apa yang dibutuhkan dan pemenuhannya melalui berbagai informasi melalui media Instagram LSF.



Gambar 2. Fitur social media LSF pada website

Hasil penelitian menunjukkan kebutuhan informasi tentang sensor film, berdasarkan kuesioner yang diperoleh dari sampel yang berjumlah 105 responden follower akun Instagram LSF yang diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Usia Responden: Usia antara 19 – 28 tahun Nampak paling banyak yaitu 94,29% dan usia 30 – 36 tahun sebanyak 5,71%. Hal ini menunjukkan minat pada film, baik informasi dan kebutuhan hiburan untuk nonton film dan sebagainya banyak dari golongan usia ini. Empat kelompok usia 19 – 22 tahun paling menonjol proporsinya, hal ini menunjukkan akses Instagram LSF lebih pada golongan ini, sebanyak.

Tabel 1. Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Proporsi (%)
1	19 Tahun	31	29,524
2	20 Tahun	15	14,286
3	21 Tahun	27	25,714
4	22 Tahun	12	11,429
5	23 Tahun	5	4,762
6	24 Tahun	5	4,762
7	28 Tahun	4	3,810
8	30 Tahun	3	2,857
9	36 Tahun	3	2,857
		105	100

2. Jenis Kelamin: Follower IG LSF RI Perempuan sebanyak 84 responden atau (80%) dan laki-laki sebanyak 21 responden atau sebanyak 20%. Informasi ini belum tentu dapat menggambarkan semua follower IG LSF, secara riil dapat digunakan software untuk menganalisis jenis kelamin semua follower. Berdasarkan data ini minimal, pemerhati film lebih besar Perempuan dibandingkan laki-laki.

Tabel 2. Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Proporsi (%)
1	Perempuan	84	80,000
2	Laki-laki	21	20,000
	Jumlah	105	100

3. Berdasarkan kebiasaan aksen responden pada akun IG LSF terbanyak yaitu 1-3 kali per bulan sebanyak 68 responden (64,76%), mengakses >3 – 6 kali sebanyak 16 responden (15,24%), mengakses >6 – 9 kali sebanyak 6 responden (5,71%), mengakses >9 – 12 kali sebanyak 3 responden (2,86%), mengakses >12 kali sebanyak 6 responden (5,71%).
4. Berdasarkan jawaban pertanyaan terbuka, pengetahuan yang diperoleh dari Instagram LSF adalah ; “pengetahuan dan hiburan yang didapat tentang “Pengetahuan lembaga dan Bidang kerja LSF, sensor film, iklan digital, tata cara aduan, resensi film, Kelayakan film dan iklan publik, prestasi film, layanan sahabat sensor mandiri, peran LSF, review film, film terbaru, bahan percicaraan dengan teman, jenis film, film baru, film yang laris, informasi Film baru sudah lolos sensor, link youtube dan Tik Tok film dan ulasan, tempat nonton film dan pengalaman nonton dari sesama follower, berbagi info dari sesama follower, dan link saluran film gratis dari sesama follower IG LSF”.

5. Sosial media lainnya yang digunakan selain Instagram LSF RI yaitu Tik Tok LSF, Youtube LSF dan Website LSF.
6. Berdasarkan analisis variable penelitian bahwa Pengaruh Literasi Digital Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Hiburan Follower Sosial Media LSF RI sebesar 0,202 atau 20,2%. Selengkapnya disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.450 ^a	.202	.195	2633910527,822590000

a. Predictors: (Constant), X

Sedangkan persamaan regresi, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2748802794,628	592741672,601		4,637	,000
X	,415	,081	,450	5,111	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan analisis SPSS, Persamaan regresi disusun sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.748.802.794,628 + 0,415 X$$

Jika X =0 , maka Y = 2.748.802.794,628

Jika X = 10, maka Y = 2.748.802.794,628 + 4,15 = 2.748.802.798,778

Derajat perubahan literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan sebesar 0,415 (4,15%), positif, artinya pemenuhan kebutuhan hiburan akan meningkat apabila literasi digital meningkat. Berdasarkan uji hipotesis :

Ho = Tidak ada pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

H1 = Ada pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

Hasil analisis Anova sebagai berikut :

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	181230437812551000000,000	1	181230437812551000000,000	26,123	.000 ^b
Residual	714560920863190000000,000	103	6937484668574660000,000		
Total	895791358675741000000,000	104			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Gambar 3. Hasil Analisis Anova

Berdasarkan uji F bahwa nilai signifikansi F Uji F, jika F < 0,05 signifikan, artinya H0 ditolak dan H1 diterima; Ada pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

Diskusi (Pembahasan). Komunikasi secara online melalui media sosial yang digunakan oleh Lembaga Sensor film bahwa jenisnya yaitu website, instagram, youtube dan Tik Tok yang banyak digunakan oleh responden. Penelitian pada penggunaan instagram diperoleh hasil bahwa Informasi pada akun Instagram sebagai bahan informasi pada sosial media lainnya yaitu youtube, website dan Tik Tok serta sumber-sumber sosial media lainnya dan pada kehidupan nyata, yaitu tentang tempat nonton bioskop, ulasan film, dan pengalaman menonton serta link-link kebutuhan hiburan. Instagram LSF bisa sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman tentang hiburan yang ada pada Instagram, sumber-sumber sosial media lainnya misalnya netflix, dan youtube.

Antar follower dapat memberikan informasi baik apa yang disampaikan pada IG LSF maupun pengalaman-pengalaman lucu pada saat nonton film. Ada dua jenis bahasan antar follower, yaitu bahasan inline dengan Isi IG LSF dan bahasan berdasarkan pandangan follower dan bahasan yang menyimpang dari isi IG LSF.

Kategori manfaat yang diperoleh oleh responden yaitu pengetahuan, pengalaman dan wawasan tentang bidang kerja LSF Film, jenis Film dan Iklan yang harus lolos sensor, lolos sensor dan seterusnya dan bahan untuk mendapatkan hiburan pada sosial media lainnya maupun pada kehidupan nyata yaitu jenis film, batasan usia, waktu tayang dan tempat tayang film.

Pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sebesar 20,2%, positif dan signifikan, artinya pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia dipengaruhi oleh digital literasi follower IG LSF. Kemampuan menemukan dan menyeleksi informasi, kreativitas, berfikir kritis, kemampuan mengevaluasi, pemahaman social, komunikasi, keamanan online, ketrampilan dan kolaborasi atau singkatnya Digital Literasi Follower menentukan kebutuhan pengetahuan tentang hiburan, kebutuhan sosial dengan hiburan, kesenangan akan jenis hiburan film dan sumbernya, kebutuhan integral personal dan sosial akan hiburan dari berbagai sumber dan kebutuhan pelepasan atau rilek melalui berbagai jenis hiburan dari IG LSF dan informasi-informasi hiburan lanjutan dari informasi di LSF dan Pembicaraan antar Follower IG LSF serta bahan interaksi sosial dimediasi media-media komunikasi online lainnya.

PENUTUP

Simpulan. Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi ditarik simpulan sebagai berikut :

- 1) pengetahuan yang diperoleh dari instagram LSF adalah ; “pengetahuan dan hiburan yang didapat tentang “Pengetahuan lembaga dan Bidang kerja LSF, sensor film, iklan digital, tata cara aduan, resensi film, Kelayakan film dan iklan publik, prestasi film, layanan sahabat sensor mandiri, peran LSF, review film, film terbaru, bahan pembicaraan dengan teman, jenis film, film baru, film yang laris, informasi Film baru sudah lolos sensor, link youtube dan Tik Tok film dan ulasan, tempat nonton film dan pengalaman nonton dari sesama follower, berbagi info dari sesama follower, dan link saluran film gratis dari sesama follower IG LSF”.
- 2) Pengaruh literasi digital terhadap pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sebesar 20,2%, positif dan signifikan, artinya pemenuhan kebutuhan informasi hiburan Follower sosial media Lembaga Sensor Film Republik Indonesia dipengaruhi oleh digital literasi follower IG LSF.
- 3) Instagram LSF RI sebagai media informasi untuk informasi seputar Film dan Iklan social media LSF RI yaitu website, Tik Tok dan Youtube.
- 4) Instagram LSF RI memediasi antar follower untuk bertukar informasi tentang isi social

media LSF RI, pengetahuan dan pengalaman follower serta memediasi antar follower untuk memperoleh hiburan secara online dan pada konteks social kehidupan nyata untuk pertemanan, memenuhi kebutuhan tontonan film dan kebutuhan lainnya.

Saran-saran. Pengetahuan yang diperoleh follower sudah sejalan dengan peran dan tujuan LSF RI sebagai bagian Lembaga Pemerintah yang menangi Film dan Iklan. Pemahaman dan pengalaman terkait sensor mandiri sejalan dengan literasi digital. Isi Instagram dan media social lainnya yang digunakan dapat untuk memperluas pengetahuan yang diperoleh melalui IG LSF RI dan literasi digital untuk mencari, memilih, menggunakan, melakukan sensor mandiri isi social media dan media-media online lainnya. Isi Instagram LSF RI dapat dengan nada yang mendorong bertambahnya follower laki-laki dan social media Whatapp, facebook, belum ada yang menggunakan.

DAFTAR RUJUKAN

- Dhevina I, 2018, e_ Government : Inovasi dalam strategi Komunikasi, https://www.setneg.go.id/baca/index/e_government_inovasi_dalam_strategi_komunikasi
- Acintya R Priwati, Avin FH, 2021, The manifestations of digital literacy in social media among Indonesian youth.
- Hague C., Payton S, 2010, Digital literacy across the curriculum. FutureLab, https://www.researchgate.net/publication/328513105_Reflections_from_the_Field_Creating_an_Elementary_Living_Learning_Makerspace
- McQuail, D. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail, Salemba Humanika
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn II, J. 1980, Relations between gratifications sought and obtained: a study of television news. *Communication Research*.
- Roger D. W, Joseph R.D, 2011, Mass Media Research
- Johanna F, Anne G, 2000, The uses and gratifications model, https://www.researchgate.net/figure/The-uses-and-gratifications-model_fig4_240259567
- Wemer J.S, Jaames W.T, 1997, Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media.
- Maharani, Nisa A, 2023, THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM @FOLKATIVE SOCIAL MEDIA AS A MEANS OF INFORMATION FOR THE YOUNG GENERATION, November 2023 <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/viskom/article/view/17573/7827>
- Ruggiero, T/ E. 2000, Uses and Gratifications Theory in the 21st Century, MASS COMMUNICATION & SOCIETY, https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Masri, S, 2003, Metode Penelitian Survey, LP3ES
- Nirwana SK S, 1994. Analisis Jalur, Bandung
- Nazir, (1988), Metode Penelitian, Jakarta
- Wiratna Sujarweni, V, 2015, Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, Jogjakarta
- Sahid R, 2024, Panduan Lengkap Uji Analisis Regresi Linier Sederhana dengan SPSS, <https://www.spssindonesia.com/2017/03/uji-analisis-regresi-linear-sederhana.html>