



**STRATEGI DESAINER GRAFIS DALAM MENGELOLA KONTEN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM LEMBAGA SENSOR FILM REPUBLIK
INDONESIA**

SKRIPSI

*Ditulis sebagai Syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana (S1) pada Program
Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah*

OLEH:

AFDHAL DINIL HAQ
NIM: 2130302002

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1447 H/2025 M**



**GRAPHIC DESIGNER'S STRATEGY IN MANAGING INSTAGRAM
SOCIAL MEDIA CONTENT OF THE FILM CENSORSHIP BOARD OF
THE REPUBLIC OF INDONESIA**

THESIS

*Written as a requirement for obtaining a Bachelor's Degree (S-1) in
the Islamic Communication and Broadcasting Study Program,
Faculty of Ushuluddin Adab and Dakwah, UIN Mahmud Yunus
Batusangkar.*

AFDHAL DINIL HAQ

Reg.No.: 2130302002

**ISLAMIC COMMUNICATION AND BROADCASTING
STUDY PROGRAM
FACULTY OF USHULUDDIN ADAB AND DAKWAH
MAHMUD YUNUS STATE ISLAMIC UNIVERSITY
BATUSANGKAR
2025/1448**



(الإنستغرام) استراتيجية المصمم الجرافيكي في إدارة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
لهيئة الرقابة على الأفلام في جمهورية إندونيسيا

رسالة علمية

(S1) مُقدِّمة استيفاءً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس
في برنامج الاتصال والإعلام الإسلامي
كلية أصول الدين والأدب والدعوة

إعداد:

أفضل دين الحق

رقم الطالب: ٢١٣٠٣٠٢٠٠٢

برنامج الاتصال والإعلام الإسلامي
كلية أصول الدين والأدب والدعوة
باتوسنغكار "محمود يونس" الجامعة الإسلامية الحكومية
٢٠٢٥ م / ١٤٤٧ هـ

ABSTRAK

Afdhal Dinil Haq. NIM 2130302002, Judul Skripsi: “**Strategi Desainer Grafis Dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia**”. Program Sarjana Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peran desainer grafis dalam mengelola konten media sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari Ketua Subkomisi Media dan Publikasi, Penanggung Jawab Instagram, dan Desainer Grafis LSF RI.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desainer grafis memiliki peran penting dalam menciptakan konten yang menarik dan edukatif, menyampaikan pesan lembaga secara visual, serta menjaga citra kelembagaan. Strategi yang digunakan meliputi pemilihan warna, tipografi, elemen visual, dan penyesuaian dengan karakteristik target audiens. Namun, desainer grafis juga menghadapi tantangan seperti birokrasi perizinan konten, keterbatasan waktu, serta koordinasi antardivisi. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan media sosial lembaga pemerintah sangat bergantung pada kolaborasi lintas divisi dan peran aktif desainer grafis dalam proses komunikasi visual.

Penelitian ini memberikan gambaran tentang pentingnya peran desainer grafis dalam mendukung komunikasi publik di lembaga pemerintah melalui media sosial, khususnya dalam menyampaikan edukasi mengenai sensor dan klasifikasi film.

Kata Kunci: Desainer Grafis, Media Sosial, Instagram, Komunikasi Visual, Lembaga Sensor Film.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Sub Fokus Penelitian	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Definisi Operasional	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Komunikasi Visual.....	11
2. Teori Agenda Setting	13
3. Peran Desainer Grafis	15
4. Media Sosial Instagram.....	17
5. Strategi Desainer	20
6. Hambatan Desainer Grafis	21
7. Lembaga Sensor Film Republik Indonesia	22
B. Penelitian yang Relevan.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Latar dan Waktu Penelitian.....	27
C. Instrumen Penelitian	28
D. Sumber Data.....	29

E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	34
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Hasil Temuan.....	37
1. Temuan Umum.....	37
2. Temuan Khusus.....	46
B. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Implikasi	79
C. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Waktu Penelitian	28
Tabel 4 1 Visi dan Misi LSF RI.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Logo Lembaga Sensor Film Republik Indonesia	37
Gambar 4 2 Struktur Lembaga Sensor Film RI	39
Gambar 4 3 Profil Intagram Lembaga Sensor Film RI	40
Gambar 4 4 Desainer Grafis LSF RI.....	43
Gambar 4 5 BAGAN DARI STRATEGI DESAINER GRAFIS LSF RI.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kerangka Wawancara	
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian.....	
Lampiran 4 Dokumentasi	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pesat media sosial telah mengubah cara organisasi berinteraksi dengan masyarakat. Instagram, Facebook, dan Twitter bukan hanya platform untuk berbagi informasi pribadi; mereka telah berkembang menjadi alat komunikasi strategis untuk lembaga pemerintah. Media sosial menawarkan banyak keuntungan, seperti interaktivitas, kecepatan penyebaran informasi, dan kemudahan untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital (Istighfarin & Istikhomah, 2024).

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk mendidik masyarakat tentang sensor dan klasifikasi film. Instagram sekarang memiliki fitur visual yang membuat komunikasi menjadi lebih menarik dan efektif, seperti carousel, reel, dan cerita. Akibatnya, kehadiran desainer grafis menjadi sangat penting untuk mengelola konten visual yang sesuai dengan fitur media sosial. Desainer konten harus tetap mengikuti tren digital sambil mempertahankan identitas dan nilai perusahaan saat media sosial berkembang (Thifalia & Susanti, 2021).

Media sosial kini tidak hanya sekedar platform hiburan, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang efektif. Berbagai aplikasi seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi, berkomunikasi tanpa batas geografis, serta membentuk komunitas daring. Kemudahan akses dan fitur interaktif yang ditawarkan membuat media sosial semakin diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari individu, perusahaan, hingga instansi pemerintah (Rosilah, 2023).

Dalam era komunikasi digital saat ini, pengelolaan media sosial menjadi aspek penting dalam strategi komunikasi lembaga pemerintahan, termasuk Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Instagram,

sebagai salah satu platform yang populer dan berorientasi visual, dimanfaatkan oleh LSF RI untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif mengenai sensor film dan klasifikasi usia tontonan. Namun, agar pesan tersebut dapat diterima secara efektif oleh masyarakat luas, diperlukan pengelolaan konten yang terstruktur, strategis, dan berkelanjutan.

Mengelola konten Instagram tidak sekadar tentang membuat unggahan rutin, tetapi juga mencakup perencanaan pesan, penyesuaian format visual, konsistensi identitas lembaga, serta pemahaman terhadap karakteristik audiens. Di sinilah peran desainer grafis menjadi krusial, karena mereka tidak hanya bertugas menciptakan elemen visual, tetapi juga memastikan bahwa setiap konten yang dirancang mampu mengkomunikasikan informasi secara jelas dan menarik (Istighfarin & Istikhomah, 2024). Pengelolaan konten Instagram yang baik mendukung efektivitas komunikasi lembaga dan membangun keterlibatan positif dengan publik, sehingga pesan-pesan LSF RI dapat diterima, dipahami, dan direspons secara tepat oleh masyarakat.

Strategi desainer grafis sangat penting dalam mengelola konten media sosial agar pesan LSF RI dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Strategi desainer grafis sangat penting dalam mengelola konten media sosial. Mereka ditugaskan untuk mengubah informasi yang kompleks tentang regulasi dan sensor film menjadi konten visual yang menarik dan mudah diakses. Desainer harus menggunakan strategi kreatif seperti cerita visual, infografis interaktif, dan desain yang estetis namun informatif untuk mengatasi masalah seperti nilai budaya, kurangnya literasi digital, dan keterbatasan infrastruktur (Tafta Zani, 2024).

Desainer grafis yang bertanggung jawab atas konten Instagram LSF RI menghadapi berbagai tantangan. Karena pengelolaan konten harus informatif dan sesuai dengan peraturan, ada beberapa masalah utama yang harus diatasi untuk menjaga komunikasi visual efektif dan sesuai dengan tujuan organisasi. Desainer grafis harus memastikan bahwa setiap konten Instagram LSF RI sesuai dengan identitas visual organisasi, seperti warna, tipografi, logo, dan gaya desain. Konsekuensi ini sangat penting untuk

membangun citra dan kredibilitas LSF RI, dan untuk membuat informasi resmi dari LSF RI lebih mudah diakses oleh audiens. Tanggung jawab ini selaras dengan prinsip ajaran Islam, di mana setiap individu akan diminta pertanggungjawaban atas apa yang ia kerjakan dan sampaikan. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ
أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: *"Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya"*.

Desainer grafis LSF RI harus memastikan bahwa konten Instagram sesuai dengan peraturan sensor film dan komunikasi publik pemerintah. Agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau bertentangan dengan kebijakan yang berlaku, mereka harus menyusun visual dan narasi dengan cermat.

Mengikuti trend media sosial, Untuk memastikan konten tetap menarik bagi audiens tanpa mengurangi pesan yang ingin disampaikan, desainer grafis harus menyesuaikan strategi visual mereka dengan tren Instagram yang terus berkembang, seperti posting carousel, reel, dan infografis interaktif.

Pengguna media sosial sering menganggapnya membosankan untuk menjaga keseimbangan antara konten edukatif dan estetika yang bersifat edukatif. Karena itu, tantangan lain bagi desainer grafis adalah bagaimana mengubah data yang kompleks menjadi desain yang menarik, informatif, dan mudah dipahami. Untuk memastikan bahwa pesan sensor film dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, pemilihan warna, ilustrasi, dan gaya penyajian yang tepat sangat penting.

Perlu diingat bahwa algoritma Instagram memengaruhi bagaimana konten ditampilkan kepada pengguna. Desainer grafis harus mempertimbangkan teknik visual yang dapat meningkatkan interaksi, seperti elemen interaktif, caption yang menarik, dan penggunaan fitur Instagram

lainnya, agar konten dapat diakses oleh lebih banyak orang.

Mengunggah konten Instagram untuk Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) tidak bisa dilakukan sembarangan karena harus melalui proses perizinan yang ketat. Setiap konten harus melewati berbagai tahap persetujuan, mulai dari verifikasi kesesuaian dengan regulasi sensor film, pemeriksaan oleh tim komunikasi, hingga persetujuan dari pihak berwenang sebelum dipublikasikan. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan kebijakan pemerintah, tidak menimbulkan kesalahpahaman, dan tetap menjaga citra lembaga. Namun, prosedur yang panjang dan birokrasi seringkali menjadi tantangan bagi desainer grafis, terutama dalam memenuhi kebutuhan publikasi yang cepat dan responsif terhadap isu-isu terkini (Rahman, H. A., & Saputra, 2022).

Dalam praktik pengelolaan media sosial resmi Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), proses produksi dan publikasi konten visual tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Setiap konten yang akan diunggah ke akun Instagram resmi LSF RI harus melalui prosedur perizinan yang ketat dan berjenjang. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan ke publik telah sesuai dengan visi, misi, serta nilai-nilai kelembagaan LSF RI, sekaligus tidak melanggar regulasi yang berlaku dalam ranah perfilman dan komunikasi publik.

Salah satu prosedur yang harus dilalui adalah mendapatkan persetujuan dari Ketua Subkomisi Apresiasi dan Promosi, yang memiliki wewenang dalam memastikan bahwa konten tersebut sesuai dengan arah program promosi edukatif lembaga. Setelah itu, konten juga harus melalui telaah dari Ketua Subkomisi Publikasi, yang bertanggung jawab atas kesesuaian bahasa, gaya penyampaian, dan relevansi pesan publik dalam konten tersebut. Hal ini menjadi bentuk kontrol kualitas agar konten tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat secara isi dan narasi komunikasi publik.

Tahap terakhir dalam proses perizinan adalah persetujuan dari Ketua LSF RI sebagai penanggung jawab tertinggi. Ketua lembaga memegang otoritas dalam memastikan bahwa seluruh konten yang dipublikasikan mewakili posisi resmi lembaga dan tidak menimbulkan interpretasi keliru di masyarakat. Proses ini kerap memakan waktu karena memerlukan komunikasi lintas divisi dan kadang mengalami revisi berulang sebelum disetujui. Bagi desainer grafis, hal ini menjadi tantangan tersendiri karena harus menyesuaikan kreativitas desain dengan berbagai masukan dari banyak pihak.

Fenomena berjenjangnya sistem perizinan ini menggambarkan pentingnya akurasi dan kehati-hatian dalam komunikasi publik oleh lembaga pemerintah seperti LSF RI. Meskipun sistem ini memperkuat kredibilitas lembaga, namun dari sisi operasional, seringkali berdampak pada keterlambatan unggahan konten dan kurangnya keluwesan dalam mengikuti dinamika tren media sosial yang cepat berubah. Oleh karena itu, peran desainer grafis menjadi tidak hanya sekadar menciptakan desain menarik, tetapi juga harus mampu beradaptasi dengan sistem birokrasi komunikasi, menjembatani pesan edukatif dengan pendekatan visual yang tetap responsif terhadap kebutuhan audiens.

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) dipilih karena perannya yang sangat penting dalam mensosialisasikan kebijakan sensor film kepada masyarakat, terutama di era digital yang penuh dengan arus informasi cepat. Sebagai lembaga pemerintah, LSF RI bertanggung jawab memastikan bahwa tayangan yang beredar sesuai dengan regulasi dan nilai-nilai yang berlaku di Indonesia. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana komunikasi dan edukasi, LSF RI perlu menyajikan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dipahami. Tantangan dalam mengelola konten yang harus sesuai dengan regulasi, sekaligus menarik perhatian audiens, menjadikan LSF RI objek penelitian yang relevan untuk memahami peran strategis desainer grafis dalam membangun komunikasi visual yang efektif bagi lembaga pemerintah.

Melalui penelitian ini, akan dianalisis bagaimana Strategi desainer grafis dalam mengelola konten media sosial Instagram LSF RI,serta bagaimana strategi visual yang diterapkan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan interaksi antara lembaga dan masyarakat. Dengan memahami Strategi desain grafis dalam pengelolaan media sosial, diharapkan LSF RI dapat semakin memaksimalkan Instagram sebagai platform edukasi yang efektif dan menarik bagi masyarakat luas.

Oleh karena itu, pada tahun ini perizinan untuk konten media sosial Instagram LSF akan ditingkatkan sehingga penulis tertarik untuk meneliti skripsi dengan judul **“STRATEGI DESAINER GRAFIS DALAM MENGELOLA KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM LEMBAGA SENSOR FILM REPUBLIK INDONESIA”**.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian difokuskan pada: Strategi desainer grafis dalam mengelola konten media sosial Instagram lembaga sensor film Republik Indonesia.

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian mengenai Strategi desainer grafis dalam mengelola konten media sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), maka dapat dirumuskan beberapa sub fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi desainer grafis dalam menciptakan konten yang menarik dan edukatif?
2. Apa hambatan utama seorang desainer grafis dalam proses desain di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi desainer grafis dalam menciptakan konten yang menarik dan edukatif.
2. Untuk mengetahui hambatan utama seorang desainer grafis dalam proses desain di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul “Strategi Desain Grafis dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia” diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberi wawasan dan referensi akademik mengenai strategi desainer grafis dalam strategi komunikasi visual di media sosial, khususnya dalam konteks lembaga pemerintahan.
- b. Memperkaya kajian ilmiah tentang pengelolaan konten media sosial Instagram oleh institusi pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.
- c. Memberikan kontribusi terhadap ilmu komunikasi visual dan desain grafis dalam media digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan wawasan kepada desainer grafis tentang pentingnya strategi mereka dalam mengelola dan menyajikan informasi secara efektif di media sosial.
- b. Membantu Lembaga Sensor Film Republik Indonesia dalam meningkatkan efektivitas komunikasi visual mereka di Instagram agar lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.
- c. Memberikan rekomendasi strategi desain grafis yang dapat diterapkan oleh lembaga pemerintah dalam mengelola konten media sosial agar lebih informatif dan menarik bagi masyarakat.

3. Manfaat Sosial

- a. Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya sensor film dan klasifikasi usia melalui penyampaian informasi yang lebih menarik dan mudah dipahami.
- b. Mendorong kesadaran masyarakat tentang Strategi media sosial dalam edukasi publik, khususnya terkait regulasi perfilman di Indonesia.
- c. Memberikan inspirasi bagi instansi pemerintah lainnya dalam

mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih interaktif dan edukatif.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat mendukung pengembangan strategi komunikasi visual yang lebih efektif di era digital, khususnya bagi lembaga pemerintahan yang ingin meningkatkan keterlibatan publik melalui media sosial.

4. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian ini berkenaan dengan tujuan yang diinginkan dari temuan penelitian nantinya, yaitu bisa diterbitkan di jurnal ilmiah dan juga menambah khazanah perpustakaan Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.

F. Definisi Operasional

Judul yang penulis maksud di sini adalah *Strategi Desainer Grafis Pada Konten Media Sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia*, untuk lebih mudahnya dalam memahami dan menghindari kesalahpahaman dari judul di atas, maka perlu juga dijelaskan beberapa istilah antara lain:

1. Strategi

Secara umum, strategi adalah rencana menyeluruh yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Strategi bersifat jangka menengah hingga jangka panjang, bersifat dinamis, dan memerlukan evaluasi berkala untuk menyesuaikan dengan perubahan lingkungan.

- a. Menurut Fred R. David (2017) dalam *Strategic Management: Concepts and Cases*, strategi adalah “means by which long-term objectives will be achieved” (cara untuk mencapai tujuan jangka panjang).
- b. Henry Mintzberg (1994) menyebut strategi sebagai “a pattern in a stream of decisions” (pola yang muncul dalam rangkaian keputusan), bukan hanya sekadar rencana tertulis.
- c. Dalam konteks komunikasi, Hafied Cangara (2014) dalam

Perencanaan dan Strategi Komunikasi menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah panduan umum yang menentukan arah, metode, dan pesan agar tujuan komunikasi tercapai secara efektif.

2. Desainer Grafis

Desainer grafis adalah profesional yang mengolah elemen visual seperti gambar, ilustrasi, dan tipografi untuk menyampaikan pesan atau informasi secara efektif melalui berbagai media. Mereka bertanggung jawab untuk mengembangkan konsep dan desain visual yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan klien atau perusahaan, baik untuk media cetak maupun digital. Selain itu, desainer grafis juga memastikan bahwa semua elemen desain selaras dengan identitas merek dan tujuan komunikasi yang diinginkan.

3. Konten

Konten adalah segala bentuk informasi atau materi yang disajikan melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Konten bisa berupa teks, gambar, video, audio, grafik, atau kombinasi dari semuanya yang bertujuan untuk mengedukasi, menghibur, menginformasikan, atau mempengaruhi audiens. Dalam konteks digital, seperti media sosial atau situs web, konten dirancang untuk menarik perhatian, membangun interaksi, dan mencapai tujuan komunikasi tertentu, seperti pemasaran atau penyebaran informasi.

4. Media Sosial Instagram

Media sosial Instagram adalah platform berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, mengedit, dan membagikan konten visual kepada pengikutnya. Instagram memiliki strategis sebagai platform berbasis visual yang sangat efektif untuk penyampaian pesan edukatif dan informasi. Di Indonesia, pengguna Instagram terus meningkat dari sekitar 88,86 juta pada Februari 2024 menjadi 103 juta pada Januari 2025, menunjukkan tren pertumbuhan signifikan sebesar 16% dalam kurun waktu satu tahun. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan tingginya penetrasi media sosial (lebih dari

sepertiga populasi), tetapi juga menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu saluran utama bagi lembaga seperti LSF RI dalam membangun hubungan digital dan menyampaikan konten visual kepada masyarakat luas.

Demografi pengguna Instagram di Indonesia menunjukkan dominasi generasi produktif kelompok umur 25–34 tahun dan 18–24 tahun yang secara visual sensitif dan aktif mencari konten edukatif dan informatif. Mayoritas pengguna ini adalah perempuan, sekitar 54%, menegaskan pentingnya menyesuaikan pendekatan visual dan tone desain agar lebih inklusif dan menarik berbagai lapisan masyarakat. Data ini memperkuat urgensi strategi desainer grafis dalam menciptakan konten Instagram LSF RI yang efektif dan relevan (Dataloka.id., 2025).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Komunikasi Visual

a. Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual merupakan salah satu bentuk komunikasi yang menyampaikan pesan melalui sarana visual, seperti gambar, simbol, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya. Bentuk komunikasi ini berbeda dengan komunikasi verbal, karena tidak hanya mengandalkan kata-kata atau bahasa lisan, tetapi juga mengandalkan persepsi visual untuk menciptakan makna. Dalam era media sosial yang sangat visual, seperti Instagram, komunikasi visual menjadi salah satu strategi utama dalam menyampaikan pesan kepada audiens secara efektif dan efisien.

Teori komunikasi visual menjelaskan bagaimana pesan visual disampaikan melalui simbol, gambar, warna, dan tipografi yang dapat ditafsirkan oleh audiens dalam konteks sosial tertentu (Lester, 2013). Dalam konteks media sosial, komunikasi visual menjadi elemen dominan karena sifat platform yang sangat bergantung pada tampilan visual untuk menarik perhatian audiens. Desainer grafis memiliki tanggung jawab untuk menciptakan visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga komunikatif dan representatif terhadap pesan institusi. Pada platform seperti Instagram, kekuatan visual menjadi elemen utama untuk membangun citra dan menyampaikan informasi secara efektif kepada publik (Effendy, 2020).

Komunikasi visual tidak dapat dilepaskan dari pemahaman simbolik dan semiotik. Visual yang ditampilkan oleh lembaga pemerintah harus memperhatikan norma budaya, pesan tersirat, serta nilai edukatif yang ingin disampaikan kepada publik. Desainer grafis sebagai komunikator visual perlu memahami karakter audiens agar

mampu memilih bentuk visual yang tepat. Dalam kasus Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), pemanfaatan simbol-simbol negara, warna formal, serta estetika institusional menjadi pertimbangan penting (Haryanto, 2021) Visual yang efektif mampu mengubah sikap, membentuk opini, bahkan membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah.

Lebih jauh, teori ini menekankan bahwa komunikasi visual memiliki fungsi informatif, persuasif, dan edukatif. Hal ini penting terutama dalam komunikasi publik lembaga seperti LSF RI, yang memiliki mandat untuk menyampaikan nilai-nilai sensor, edukasi perfilman, serta budaya tontonan yang sehat. Visual yang diproduksi tidak hanya bertujuan menarik perhatian, tetapi juga harus mampu menyampaikan pesan dengan kejelasan tinggi. Desainer grafis tidak hanya menjadi pelaksana teknis, tetapi juga aktor kunci dalam perancangan strategi komunikasi visual lembaga (Sugiyanto, 2022).

Dengan demikian, teori komunikasi visual menjadi landasan penting dalam memahami strategi desainer grafis dalam merancang konten media sosial. Pemahaman atas elemen visual, persepsi audiens, dan konteks komunikasi publik menjadi krusial dalam mengelola akun Instagram lembaga negara. Pemilihan elemen desain bukan sekadar estetika, tetapi juga memiliki muatan ideologis dan strategis dalam menyampaikan kebijakan serta memperkuat legitimasi lembaga (Wibowo, 2023).

b. Elemen dan Fungsi Komunikasi Visual

Komunikasi visual terdiri atas berbagai elemen utama yang secara kolektif membentuk makna dan persepsi pesan. Elemen-elemen tersebut meliputi:

- 1) **Warna:** Memiliki nilai simbolik dan psikologis tertentu. Misalnya, warna merah dapat menggambarkan keberanian, peringatan, atau semangat; sementara biru melambangkan ketenangan dan kepercayaan.

- 2) Tipografi: Pilihan jenis huruf, ukuran, dan penataan teks dapat memengaruhi kesan profesionalisme, kreativitas, atau keakraban sebuah pesan.
- 3) Gambar/Illustrasi: Mampu menarik perhatian dan menyampaikan pesan yang kompleks dalam waktu singkat.
- 4) Komposisi/Tata Letak (Layout): Mengatur hierarki informasi, menarik alur mata, dan mengarahkan pemahaman audiens terhadap pesan utama.
- 5) Simbol dan Ikonografi: Memberikan representasi visual terhadap ide atau konsep yang lebih luas.

Fungsi utama komunikasi visual adalah untuk:

- 1) Menginformasikan, yakni menyampaikan data atau pesan dengan cara yang mudah dipahami.
- 2) Meyakinkan, yaitu membujuk audiens untuk mempercayai atau mendukung pesan tertentu.
- 3) Meningkatkan ingatan, karena manusia lebih mudah mengingat informasi visual dibandingkan teks.
- 4) Menarik perhatian, yang sangat penting dalam media sosial yang sangat kompetitif secara visual.

2. Teori Agenda Setting

Teori agenda setting dikemukakan oleh McCombs dan Shaw (1972) menekankan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk agenda publik melalui penekanan terhadap isu tertentu. Dalam konteks media sosial institusional, peran ini dimainkan oleh tim pengelola konten, termasuk desainer grafis yang menentukan visualisasi isu yang akan diangkat. Visualisasi isu yang tepat dapat memperkuat perhatian publik terhadap suatu topik, dan dalam kasus LSF RI, ini berkaitan dengan kesadaran masyarakat akan pentingnya penyensoran film dan edukasi tontonan (Heriyadi, 2022).

Penerapan teori ini pada media sosial menunjukkan bahwa narasi visual yang diangkat secara konsisten dapat mempengaruhi persepsi publik

terhadap kredibilitas dan eksistensi lembaga. Strategi visual seperti infografik, poster digital, dan kampanye visual menjadi alat untuk mengarahkan perhatian publik pada isu yang diprioritaskan lembaga. Desainer grafis, dalam hal ini, tidak hanya bertugas memvisualisasikan, tetapi juga memiliki andil dalam membentuk narasi strategis lembaga di ruang publik digital (Yuliana, 2023).

Strategi desainer grafis semakin signifikan ketika media sosial menjadi kanal utama dalam penyebaran agenda lembaga. Dalam hal ini, penyusunan konten tidak hanya berfungsi sebagai informasi, tetapi juga sebagai alat pembentukan opini publik. Konten visual yang dirancang dapat menjadi indikator prioritas lembaga dan mengarahkan opini masyarakat terhadap kebijakan penyensoran, klasifikasi film, serta promosi budaya menonton sehat (Sari, 2021). Oleh karena itu, visual menjadi medium utama dalam mengaktualisasikan fungsi agenda setting di media sosial lembaga pemerintah.

Dalam perkembangan terkini, penerapan teori ini dapat ditemukan dalam berbagai studi di Indonesia. Misalnya, (Silvia, A., Afif, A., & Hanum, 2024) meneliti perubahan dinamika agenda media selama pandemi COVID-19 dan menemukan bahwa media sosial memainkan strategi penting dalam menentukan fokus perhatian publik, bahkan memengaruhi arah kebijakan pemerintah. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam situasi krisis, agenda media dan agenda publik saling berinteraksi secara dinamis, memperkuat konsep agenda setting dalam konteks digital. Sementara itu, (Trifanny, R., Aulia, A., Agustina, R. D., Salsabila, R., & Isnanda, 2024) melalui penelitian mereka mengenai penyebaran peringatan darurat, menegaskan bahwa media sosial institusional tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengarahkan fokus publik terhadap isu-isu genting secara visual dan strategis. Penelitian ini sangat relevan dengan strategi desainer grafis di lembaga pemerintahan, karena mereka berkontribusi dalam menyusun konten visual yang membentuk persepsi publik terhadap isu tertentu.

Dalam konteks media daring, (Kestiyoyuni, 2022) menunjukkan bagaimana pemberitaan digital seperti Detik.com mampu membentuk agenda publik terhadap isu olahraga melalui penonjolan isu selektif dan narasi tertentu, yang membuktikan bahwa agenda setting tidak hanya berlaku pada media konvensional, tetapi juga dalam lanskap digital interaktif.

Dalam penelitian ini, teori Agenda Setting digunakan untuk menjelaskan bagaimana desainer grafis yang mengelola konten Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) turut serta dalam proses seleksi isu visual yang akan disampaikan kepada publik. Melalui desain grafis, visualisasi, dan pengemasan pesan, desainer grafis tidak hanya berperan sebagai komunikator visual, tetapi juga sebagai aktor dalam proses pembentukan agenda publik terkait isu-isu sensor film, klasifikasi tayangan, dan edukasi media. Dengan menyajikan konten yang terstruktur, menarik, dan informatif, para desainer secara tidak langsung mengarahkan perhatian publik kepada isu-isu strategis yang ingin disorot oleh lembaga. Hal ini sesuai dengan prinsip dasar teori Agenda Setting, bahwa media (dalam hal ini media sosial kelembagaan) dapat memengaruhi struktur kognitif audiens terhadap pentingnya suatu isu melalui intensitas dan visualisasi penyajiannya.

3. Desainer Grafis

a. Desainer Grafis

1) Desain

Desain pada hakikatnya adalah proses menciptakan solusi visual yang efektif untuk menyampaikan ide, informasi, atau nilai lewat media komunikasi. Menurut teori komunikasi visual, elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan komposisi harus dipilih secara strategis agar mendukung pesan utama dan menarik perhatian audiens. Dalam konteks media sosial Instagram, desain bukan hanya soal estetika, tetapi juga alat untuk membangun identitas lembaga, meningkatkan keterlibatan audiens, dan

mengarahkan persepsi publik sesuai tujuan komunikasi (waludin, M. I. & Wardhana, 2024)

Proses desain membutuhkan konsistensi visual yang berkelanjutan, sehingga setiap post Instagram dari lembaga terlihat sinkron dan memiliki "suara" merek yang kuat. Prinsip desain seperti keseimbangan visual, kontras, serta hierarki informasi harus dipahami dan diterapkan oleh desainer grafis untuk memudahkan audiens dalam menerima dan memahami pesan secara cepat dan tepat.

2) Grafis

Grafis merujuk pada penyajian informasi secara visual menggunakan elemen seperti ilustrasi, tipografi, warna, dan layout untuk menyampaikan pesan yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami. Dalam konteks media sosial, grafis tidak hanya berfungsi sebagai hiasan visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang strategis, mampu meningkatkan daya tarik konten dan memperkuat pesan yang disampaikan oleh lembaga kepada audiens (Andika Adi Pratama, Abdul Basith, Galih Mandala Putra, 2024).

Desainer grafis bertanggung jawab merancang tampilannya sehingga informasinya “sehat” secara visual artinya mudah dibaca, tersusun rapi, dan estetik. Konsistensi dalam penggunaan elemen-elemen grafis (seperti palet warna, gaya tipografi, dan gaya ilustrasi) menjadi penting agar setiap postingannya saling bersinergi dan membangun identitas visual lembaga. Prinsip-prinsip desain seperti keseimbangan visual, hirarki informasi, dan kontras akan memperjelas pesan inti dan meningkatkan interaksi audiens di Instagram LSF RI.

3) Desain Grafis

Desain grafis adalah praktik komunikasi visual yang memanfaatkan elemen-elemen seperti gambar, tipografi, warna, dan komposisi untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada

audiens. Menurut teori komunikasi visual, desain grafis bukan sekadar estetika, tetapi juga alat strategis untuk memperkuat narasi dan memperjelas informasi secara visual. Dalam konteks media sosial seperti Instagram, desain grafis digunakan untuk menciptakan konten yang informatif, menarik perhatian, dan meningkatkan keterlibatan pengguna (Tjahyadi, S., & Antonio, 2023b).

Desainer grafis memiliki peran sentral dalam merancang estetika konten yang sesuai dengan identitas organisasi. Mereka bertugas menyusun elemen visual yang konsisten seperti palet warna, tipografi, dan layout sehingga tercipta keseragaman brand di setiap postingan. Konsistensi ini penting untuk membangun citra lembaga yang profesional dan dapat dipercaya di mata publik. Melalui penerapan prinsip-prinsip desain seperti keseimbangan, kontras, dan hierarki visual, desainer grafis membantu audiens menangkap pesan inti dengan lebih cepat dan tepat.

4) Desainer Grafis

Seorang desainer grafis adalah komunikator visual yang merancang elemen seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan layout untuk menyampaikan pesan dan emosi tertentu kepada audiens target. Dalam konteks media sosial, desainer grafis tidak hanya menciptakan visual yang estetik, tetapi juga bertugas memastikan konten yang ia produksi mudah dipahami, sesuai nilai lembaga, dan mampu meningkatkan daya tarik serta interaksi (engagement). Strategi ini menuntut keterampilan teknis, kreativitas konseptual, dan pemahaman terhadap psikologi audiens (Tjahyadi, S., & Antonio, 2023)

4. Media Sosial Instagram

a. Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis visual yang dirancang untuk berbagi foto, video, dan story secara real time. Karakteristik utamanya seperti estetika visual, interaksi dua arah (like,

komentar), serta fitur like Instagram Insights menjadikan platform ini sangat efektif untuk membangun hubungan emosional dan informasi dengan audiens. Instagram memungkinkan lembaga untuk menyampaikan pesan secara visual yang kuat dan instan, meningkatkan keterlibatan (engagement), serta memperkuat citra brand melalui konten estetis dan relevan (Ardiansyah Nugraha, Syti Sarah Maesaroh, 2023)

Pengelolaan media sosial Instagram oleh lembaga publik seperti LSF RI membutuhkan pendekatan strategis dalam empat tahap utama: perencanaan program, pembuatan konten, distribusi, dan evaluasi. Model circular SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) menekankan pentingnya menyusun konten yang informatif dan relevan, mengoptimalkan caption dan hashtag, memonitor interaksi, serta mendorong keterlibatan audiens. Pengelolaan yang sistematis dapat membantu lembaga menyampaikan pesan secara efektif, membangun citra, serta meningkatkan hubungan dua arah dengan publik.

b. Pengelolaan Konten Media Sosial instagram

Pengelolaan konten media sosial Instagram untuk lembaga publik seperti Lembaga Sensor Film Republik Indonesia membutuhkan proses yang sistematis dan strategis. Tahapan utama meliputi: perencanaan (plan), di mana tema dan tujuan konten ditetapkan sesuai target audiens dan misi lembaga; pembuatan (create), berupa produksi konten visual yang sejalan dengan identitas brand LSF RI; serta penjadwalan (*schedule*) unggahan dan optimasi caption serta hashtag agar visibilitas konten meningkat. Setelah dipublikasikan, perlu dilakukan monitoring untuk mengukur performa (likes, komentar, share) dan merespons audiens secara proaktif guna membangun interaksi dua arah (Fatharani, Nadine Chaya & Anisa, 2023).

Evaluasi menjadi tahap penting dalam pengelolaan konten untuk memastikan strategi yang dijalankan efektif. Model *Circular SOME* *Share, Optimize, Manage, Engage* menggambarkan pentingnya empat fase dalam pengelolaan konten Instagram: menyebarkan informasi yang

relevan; mengoptimasi penggunaan hashtag, waktu posting, dan caption; mengelola interaksi serta feedback audiens; dan melibatkan komunitas melalui respons yang konstruktif. Pendekatan ini meningkatkan keterlibatan, reputasi lembaga, dan efektivitas komunikasi publik melalui media sosial (Hastrida, 2023).

c. Elemen Visual dalam Pengelolaan Konten

Pengelolaan konten Instagram yang efektif sangat bergantung pada pengaplikasian *elemen visual* seperti tipografi, ilustrasi/fotografi, palet warna, layout, dan simbolisme. Elemen-elemen ini berfungsi sebagai media komunikasi visual yang dapat menyampaikan pesan secara cepat, menarik, dan mudah dipahami. Studi pada akun Instagram Riliv menunjukkan bahwa penggunaan elemen-elemen visual tersebut mampu membentuk engagement tinggi, bahkan mencapai tahap kolaborasi audiens. Hal ini menegaskan pentingnya desain visual dalam menggerakkan interaksi dan respons yang mendalam dari pengguna.

Selain fungsi estetika dan informatif, elemen visual juga berperan strategis dalam menyusun hierarki informasi dan memperkuat identitas brand. Tipografi dan warna yang konsisten membantu audiens mengenali lembaga secara instan, sedangkan ilustrasi atau simbolisme tertentu dapat menggugah emosi dan memperkaya konteks pesan. Penataan layout yang baik memastikan konten tidak hanya enak dilihat, tetapi juga mudah dinavigasi. Karenanya, setiap elemen visual harus ditata secara sistematis untuk menjaga kesinambungan visual antara setiap posting Instagram, sehingga konten yang disajikan oleh LSF RI efektif dalam menyampaikan maksud edukatif dan informatif (Martadi, 2021).

d. Tantangan dalam Pengelolaan Konten Lembaga Pemerintah Pengelolaan Konten Media Sosial oleh Lembaga Pemerintah

Seringkali menghadapi tantangan struktural dan teknis, termasuk keterbatasan sumber daya manusia, perangkat, serta dukungan birokrasi. Budaya organisasi yang belum adaptif terhadap digital

membuat proses persetujuan konten memakan waktu lama, sehingga respon terhadap isu terkini menjadi terlambat. Selain itu, kurangnya pelatihan bagi admin dan desainer grafis dapat menyebabkan konten yang dihasilkan tidak optimal dalam hal strategi visual dan penyampaian informasi (Hastrida, 2023).

Di sisi lain, terdapat tantangan risiko reputasional dan keamanan informasi. Lembaga seperti LSF RI harus berhati-hati terhadap disinformasi dan penyebaran hoaks yang dapat menurunkan kepercayaan publik. Pengelolaan kebijakan dan teknik moderasi konten menjadi penting agar transparansi, keterbukaan, dan keamanan data dapat ditegakkan. Penggunaan model prinsip STOC (*Sharing Transparency Openness Collaboration*) dinilai mampu membantu pemerintah dalam mengoptimalkan manfaat media sosial sekaligus mengelola risiko tersebut secara sistematis.

5. Strategi Desainer

Strategi merupakan rencana atau pendekatan menyeluruh yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Dalam konteks komunikasi visual dan media sosial, strategi merujuk pada cara-cara sistematis dalam merancang, mengelola, dan menyampaikan konten agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens sasaran (Desia, 2023).

Strategi desainer grafis dalam media sosial mencakup perencanaan yang sistematis dimulai dari riset audiens, pemilihan tema dan gaya visual, hingga evaluasi konten untuk menghasilkan postingan Instagram yang tidak hanya estetik, tetapi juga mendidik audiens. Dengan menerapkan pendekatan seperti *design thinking* yang menjawab kebutuhan pengguna, serta teknik struktur visual seperti tipografi informatif dan ilustrasi edukatif, desainer grafis mampu menyampaikan informasi secara jelas dan menarik sekaligus mendorong interaksi serta pemahaman audiens.

Strategi dalam desain grafis melibatkan perencanaan dan

pelaksanaan yang sistematis guna menciptakan konten visual yang menarik sekaligus komunikatif. Mulai dari memahami audiens dan tujuan pesan, melakukan riset referensi, membentuk visual brief, hingga eksekusi melalui perangkat desain setiap tahap harus dijalani secara iteratif (uji coba, revisi, evaluasi).

Desainer grafis bertugas memastikan elemen visual seperti warna, tipografi, layout, dan ikonografi disusun berdasarkan prinsip keseimbangan, kontras, hierarki, dan konsistensi identitas brand, sehingga desain mampu menarik perhatian dan menyampaikan informasi secara edukatif (Tjahyadi, S., & Antonio, 2023b).

6. Hambatan Desainer Grafis

Desainer grafis menghadapi hambatan baik teknis maupun non-teknis. Hambatan teknis mencakup keterbatasan perangkat lunak, kendala dalam akses bahan grafis, serta ketidaktersediaan alat edit yang memadai. Sedangkan hambatan non-teknis berkisar pada waktu pressurized terkait deadline ketat, perubahan brief mendadak, dan minimnya komunikasi dengan pihak terkait. Hambatan-hambatan ini dapat mengganggu alur kreatif, menurunkan kualitas desain, bahkan menyebabkan stres dan burnout (N. P. A. S. Dewi, 2022).

Desainer grafis di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia menghadapi beberapa hambatan yang dapat mengganggu proses desain. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya alur komunikasi yang efektif antara desainer dan pihak struktural lembaga, seperti bagian humas atau pimpinan subkomisi. Ketika instruksi desain tidak disampaikan secara jelas atau mengalami perubahan mendadak, desainer kesulitan menyesuaikan konsep visual yang telah dirancang (Astuti, F. D., & Rahmawati, 2020).

Selain itu, desainer juga sering mengalami batasan waktu (deadline) yang ketat, terutama dalam momen-momen sensitif seperti kampanye publik atau peringatan nasional, di mana konten harus dipublikasikan tepat waktu. Di sisi lain, birokrasi internal dalam proses

persetujuan desain seringkali membuat revisi menjadi berlarut-larut, memperlambat produktivitas. Hambatan teknis seperti keterbatasan sumber daya grafis, software berlisensi, atau perangkat kerja yang tidak memadai juga bisa menjadi penghambat tersendiri. Semua hambatan ini berpotensi memengaruhi kualitas visual konten yang diunggah ke media sosial Instagram LSF RI.

7. Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) adalah sebuah lembaga pemerintah nonkementerian yang bertanggung jawab dalam mengawasi dan mengendalikan isi film dan iklan film yang akan diedarkan atau dipertunjukkan di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, LSF RI memiliki tugas utama untuk melakukan penyensoran guna memastikan bahwa konten film yang beredar sesuai dengan norma hukum, moral, dan budaya bangsa Indonesia. Proses sensor ini bertujuan untuk melindungi masyarakat, terutama anak-anak dan remaja, dari konten yang dianggap tidak pantas seperti kekerasan berlebihan, pornografi, atau isu-isu sensitif yang dapat memicu keresahan sosial. LSF memanfaatkan media sosial termasuk Instagram untuk memperluas jangkauan edukasi dan membangun citra positif lembaga, sehingga strategi komunikasi visual menjadi sangat penting.

Selain menjalankan fungsi penyensoran, LSF RI juga berperan sebagai lembaga edukatif yang memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang pentingnya penyensoran film dalam menjaga nilai-nilai sosial dan budaya. Melalui berbagai kegiatan sosialisasi dan kampanye, termasuk pemanfaatan media sosial seperti Instagram, LSF RI berupaya membangun kesadaran publik tentang klasifikasi tontonan dan pentingnya selektivitas dalam memilih tayangan yang sesuai untuk berbagai kelompok usia. Dengan pendekatan yang lebih modern dan interaktif melalui media sosial, LSF RI dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda, dan menyampaikan pesan edukatif tentang perfilman

secara efektif dan menarik (Thifalia & Susanti, 2021).

B. Penelitian yang Relevan

Adapun sejumlah penelitian terdahulu yang dinilai relevan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu diantaranya:

1. Penelitian pertama oleh Faisal, A., & Putra, A. P. (2020) berjudul "***Peran Desain Grafis dalam Pemasaran Digital di Media Sosial Instagram pada UMKM***" membahas bagaimana peran desainer grafis dalam membuat konten visual yang menarik di Instagram dapat meningkatkan daya tarik pemasaran digital bagi UMKM. Penelitian ini relevan dengan peran desainer grafis di Lembaga Sensor Film karena keduanya menekankan pentingnya desain visual dalam pengelolaan media sosial. Namun, perbedaannya terletak pada fokus sektor, di mana penelitian ini menitikberatkan pada UMKM yang bertujuan komersial, sementara skripsi Anda lebih berkaitan dengan pengelolaan konten untuk lembaga pemerintah.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti dalam hal peran desainer grafis yang mengelola konten di Instagram. Keduanya menyoroti bagaimana desainer grafis menciptakan visual yang menarik untuk media sosial. Namun, perbedaan utamanya adalah konteks penelitian. Penelitian ini berfokus pada sektor UMKM yang bertujuan untuk pemasaran digital, sementara skripsi Anda berfokus pada pengelolaan konten di lembaga pemerintah, yakni Lembaga Sensor Film. Tujuannya lebih kepada menjaga citra lembaga dan bukan untuk kegiatan pemasaran komersial.

2. Penelitian kedua oleh Mawaddah, N., & Rahmawati, A. (2021) berjudul "***Pengaruh Desain Visual dan Konsistensi Konten di Instagram terhadap Engagement Pengguna***" mengkaji dampak desain visual dan konsistensi konten terhadap keterlibatan (engagement) pengguna di media sosial. Kesamaan dengan penelitian peneliti adalah pada peran penting desainer grafis dalam memastikan konten yang konsisten dan menarik untuk meningkatkan interaksi pengguna. Namun, penelitian ini lebih

berfokus pada efek keterlibatan pengguna, sementara skripsi Anda meneliti peran spesifik desainer grafis dalam lembaga pemerintah.

Penelitian kedua oleh Mawaddah, N. & Rahmawati, A. (2021) yang berjudul "Pengaruh Desain Visual dan Konsistensi Konten di Instagram terhadap Engagement Pengguna" juga memiliki banyak kesamaan dengan penelitian peneliti. Keduanya membahas desain visual di Instagram dan pentingnya konsistensi dalam mengelola konten visual untuk mempengaruhi engagement atau keterlibatan pengguna. Namun, penelitian ini lebih spesifik meneliti bagaimana desain mempengaruhi keterlibatan langsung pengguna, sedangkan skripsi Anda lebih menekankan pada bagaimana desainer grafis mengelola konten untuk sebuah lembaga pemerintah, dengan cakupan yang lebih luas daripada hanya sekedar keterlibatan pengguna.

3. Penelitian oleh Rizqi, F. A., & Nugroho, A. S. (2022) berjudul "*Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial oleh Public Relations di Lembaga Pemerintah: Studi Kasus Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*" memiliki relevansi dengan penelitian peneliti karena membahas pengelolaan konten media sosial oleh lembaga pemerintah. Peran desainer grafis dalam tim public relations mirip dengan penelitian peneliti yang meneliti pengelolaan konten di Lembaga Sensor Film. Namun, perbedaannya adalah pada kerja sama antara desainer grafis dan public relations dalam penelitian ini, sementara penelitian peneliti fokus pada desainer grafis sebagai subjek utama pengelolaan konten.

Penelitian oleh Rizqi, F. A. & Nugroho, A. S. (2022) yang berjudul "Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial oleh Public Relations di Lembaga Pemerintah: Studi Kasus Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif" memiliki persamaan dalam konteksnya yang membahas pengelolaan konten media sosial oleh lembaga pemerintah. Sama seperti dalam penelitian peneliti, desainer grafis memainkan peran penting dalam mengelola tampilan konten visual. Perbedaan yang mencolok adalah penelitian ini mencakup peran gabungan antara tim public relations dan

desainer grafis, sementara penelitian peneliti lebih terfokus pada peran spesifik desainer grafis dalam pengelolaan media sosial tanpa melibatkan departemen lain.

4. Penelitian keempat oleh **Widiyanto, D. (2019)** dengan judul "***Pengaruh Desain Konten Visual terhadap Brand Awareness di Instagram: Studi Kasus pada Lembaga Pendidikan***" menganalisis bagaimana desain visual berperan dalam membangun kesadaran merek (brand awareness) di lembaga pendidikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian peneliti dalam hal memperkuat citra lembaga melalui desain visual di Instagram. Namun, penelitian peneliti lebih fokus pada lembaga pemerintah, sedangkan penelitian ini membahas lembaga pendidikan, yang memiliki tujuan berbeda dalam membangun kesadaran.

Penelitian Widiyanto, D. (2019) berjudul "Pengaruh Desain Konten Visual terhadap Brand Awareness di Instagram: Studi Kasus pada Lembaga Pendidikan" juga membahas peran desain visual dalam membangun kesadaran akan merek atau brand awareness, yang mirip dengan penelitian peneliti dalam hal membangun citra institusi. Meskipun topiknya mirip, penelitian ini berfokus pada lembaga pendidikan yang konteksnya berbeda dengan penelitian peneliti yang meneliti lembaga pemerintah. Fokus penelitian ini adalah pada peningkatan brand awareness, sedangkan penelitian peneliti lebih menyoroti pengelolaan konten secara keseluruhan oleh desainer grafis.

5. Selanjutnya, penelitian oleh Amalia, S., & Wulandari, R. (2023) berjudul "***Peran Desainer Grafis dalam Membentuk Identitas Visual di Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Lembaga Pemerintah Daerah***" membahas peran desainer grafis dalam membentuk identitas visual lembaga pemerintah di Instagram. Ini sangat relevan dengan penelitian peneliti karena sama-sama menyoroti bagaimana desainer grafis menciptakan citra yang kuat di platform media sosial. Namun, konteks penelitian ini adalah lembaga pemerintah daerah, sementara penelitian yang akan peneliti lakukan lebih berfokus pada lembaga pemerintah pusat.

Penelitian oleh Amalia, S. & Wulandari, R. (2023) berjudul "Peran Desainer Grafis dalam Membentuk Identitas Visual di Media Sosial Instagram: Studi Kasus pada Lembaga Pemerintah Daerah" sangat relevan dengan penelitian peneliti karena sama-sama membahas peran desainer grafis dalam mengelola konten media sosial di Instagram untuk lembaga pemerintah. Keduanya fokus pada pengelolaan visual oleh desainer grafis untuk membangun identitas lembaga. Namun, perbedaan yang terlihat adalah penelitian ini berfokus pada lembaga pemerintah daerah, sedangkan penelitian peneliti meneliti lembaga pemerintah pusat, yakni Lembaga Sensor Film.

6. Terakhir, penelitian oleh Naurah Thifalia dan Santi Susanti (2021) dalam jurnal yg di tulis dengan judul "**Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film**" Penelitian ini membahas tentang produksi konten visual dan audiovisual media sosial Lembaga Sensor Film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lembaga Sensor Film telah memproduksi konten visual dan audiovisual yang efektif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sensor film. Konten visual dan audiovisual tersebut antara lain berupa poster, video, dan animasi yang dibagikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan narasumber dari Lembaga Sensor Film, observasi langsung pada produksi konten, dan analisis konten media sosial Lembaga Sensor Film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi konten visual dan audiovisual media sosial Lembaga Sensor Film telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat dan mempromosikan kegiatan sensor film.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.

Penelitian ini menggali bagaimana mereka merasakan, memahami, dan menjalankan perannya melalui wawancara mendalam serta analisis tematik terhadap persepsi, makna, dan tanggung jawab mereka menyampaikan kebijakan sensor film kepada masyarakat. Menurut (Dawami, A. K., & Rifqi, 2021) metode fenomenologi ini bertujuan untuk memahami esensi pengalaman mereka secara holistik, sehingga dapat memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika kerja dan kreativitas dalam desain komunikasi visual.

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Hal ini dipilih karena persoalan yang diteliti mengenai “*Strategi desainer grafis dalam mengelola konten media sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia*” tidak berkaitan dengan angka-angka, melainkan berfokus pada deskripsi yang jelas, sistematis, dan mendalam terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya menggambarkan secara detail strategi, peran, dan tantangan yang dihadapi desainer grafis dalam mengelola konten Instagram LSF RI sesuai dengan fokus penelitian yang dilaksanakan.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menjadikan Lembaga Sensor Film Republik Indonesia sebagai lokasi penelitian. Lembaga ini beralamat Kemendikbud, Komplek, Jl. Jenderal Sudirman, RT.1/RW.3, Senayan,

Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Dalam menjalankan kegiatannya Lembaga Sensor Film Republik Indonesia ini berada di bawah naungan di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek). Penelitian awal ini dilakukan sejalan dengan kegiatan PLB (Praktek Lapangan Bersama) dilaksanakan. Pada tanggal 15 Agustus – 30 oktober 2024.

Tabel 3 1 Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	Waktu Penelitian										
	2024			2025							
	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Observasi Awal	■	■									
Bimbingan Proposal					■	■	■	■			
Seminar Proposal									■		
Revisi Setelah Seminar									■		
Penelitian dan pengumpulan data									■	■	
Pengolahan dan Analisis Data									■	■	
Bimbingan Hasil Penelitian									■	■	
Sidang Munaqasyah											■

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berperan sebagai instrumen penelitian yang memiliki tugas untuk mengumpulkan data, menginterpretasikan data, dan menyusun laporan hasil penelitian. Instrumen penelitian pada dasarnya adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Instrumen tersebut dirancang sesuai dengan tujuan pengukuran

dan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian. Instrumen penelitian disusun untuk tujuan penelitian tertentu yang tidak dapat digunakan untuk penelitian lainnya, sehingga peneliti harus merancang instrumen yang sesuai. Susunan instrumen dalam setiap penelitian tidak selalu sama karena tujuan dan mekanismenya dapat berbeda, tergantung pada teknik penelitian yang digunakan (Purwanto, 2018).

Peneliti kualitatif berfungsi sebagai instrumen manusia yang memiliki peran untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, dan menarik kesimpulan dari seluruh proses tersebut. Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2015).

Sebagai instrumen utama, penulis akan mengumpulkan data, memverifikasi keabsahan data, dan menganalisis data. Dalam proses tersebut, penulis memerlukan bantuan instrumen pendukung, seperti pedoman wawancara, untuk membantu menjalankan kegiatan tersebut, observasi ke lapangan dan dokumentasi berupa gambar atau foto-foto, video dan buku catatan di lapangan.

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek atau lokasi dimana penulis memperoleh data. menurut (Anshori, M., & Iswati, 2019) sumber data dalam penelitian kualitatif dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Oleh sebab itu penulis harus benar-benar berpikir memilih sumber data. Informasi atau data yang akan dikumpulkan juga berkaitan dengan validasi data. Berikut sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

1. Sumber Data Utama (Primer)

Dalam penelitian ini, sumber data utama yang digunakan adalah individu-individu yang memiliki peran penting dalam pengelolaan konten media sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Mereka dipilih karena memiliki pengalaman langsung dan

pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi visual serta proses desain grafis di platform media sosial tersebut. Maka sampel atau sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Ketua Subkomisi Media dan Publikasi: Nusantara Husnul Khatim Mulkan.
- b. Penanggung jawab instagram: Talitha Rahma.
- c. Desainer grafis instagram lembaga sensor film indonesia: Dimas Wicaksono

Sumber data ini dipilih berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan konten media sosial Instagram LSF RI, sehingga dapat memberikan data yang relevan dan mendalam untuk menjawab permasalahan penelitian. (Mungkin ini bisa menjadi califat menarik untuk dijadikan ke dalam pemilihan sumber data utama.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data atau informasi yang sudah ada sebelumnya dan sengaja digunakan penulis untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Sumber data sekunder disebut juga dengan sumber data tambahan. Sumber data sekunder yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu dokumentasi hasil observasi di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia.

Berdasarkan data yang ada lembaga sensor film indonesia hanya aktif mengelola dua akun sosial media, yaitu tik-tok dan instagram. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan pengelolaan konten media sosial Lembaga Sensor Film Indonesia, website, jurnal online, dan konten instagram khususnya pada platform instagram dan Tiktok yang mencakup statistik interaksi, jumlah unggahan, jenis konten, strategi visual, yang digunakannya pada sepanjang tahun 2024.

Sebuah unggahan poster digital bertema “Panduan Film” ini menampilkan kolase berbagai poster film yang digantung dengan penjepit di atas latar belakang karakter dari film, memberikan nuansa editorial yang menarik. Elemen popcorn dan clapperboard di bagian

bawah memperkuat suasana sinematik, sekaligus menyatukan seluruh rangkaian konten dalam satu narasi visual.

Unsur branding Lembaga Sensor Film Republik Indonesia tetap terlihat kuat. Logo institusi ditempatkan di kanan atas setiap slide, menjaga identitas lembaga tanpa mengganggu elemen visual utama. Kemudian pada palet warnanya, palet warna dalam konten ini cukup strategis dan mencerminkan genre dari masing-masing film. Misalnya, latar merah gelap pada *Jabang Mayit* menekankan unsur horor, sementara latar oranye pada *Negeri Fatamorgana* dan *Singsot* memberi kesan hangat dan dramatis. Warna digunakan tidak hanya untuk estetika, tapi juga sebagai pemandu psikologis emosi penonton.

Font yang digunakan konsisten dan modern, dengan kombinasi font sans-serif yang mencerminkan kesan formal namun tetap ramah visual. Penggunaan kapitalisasi untuk judul memperkuat daya tarik visual. Pemilihan berat (weight) font yang berbeda bold untuk heading dan regular untuk deskripsi memastikan keterbacaan informasi yang optimal.

Hierarki visual dijaga dengan sangat baik melalui penggunaan ukuran font dan warna yang kontras. Judul film menggunakan font besar dan bold berwarna putih, memastikan keterbacaan yang tinggi terhadap latar belakang oranye dan merah gelap. Informasi penting seperti genre, durasi, dan usia rating diberi warna terang agar menonjol. Simbol klasifikasi usia (13+ atau 17+) diletakkan dalam bentuk segitiga hijau atau merah yang mudah dikenali, mendukung prinsip hierarki visual berdasarkan bentuk dan warna.

Pada carouselnya, carousel ini menerapkan pendekatan layout modular yang konsisten, terutama pada slide-slide individual film seperti *Negeri Fatamorgana*, *Singsot*, dan *Jabang Mayit*. Tata letak mengikuti struktur hierarkis vertikal yang memudahkan pembaca dalam memproses informasi dari atas ke bawah. Poster film diletakkan secara konsisten di sisi kiri atas, menjadi titik fokus utama yang menarik perhatian. Struktur informasi seperti nama sutradara, genre, durasi, dan pemain disusun

dengan jarak antar elemen yang cukup baik untuk menjaga keterbacaan.

Terakhir pada captionnya postingan ini menggunakan bahasa informal dan ramah dengan menggunakan sapaan “hai” dan akhiran “ya” dan menggunakan tagar “#MemilahMemilihTontonan yang menjelaskan fungsinya sebagai ajakan edukasi dalam konteks literasi media. Gaya santai namun bertanggung jawab membuatnya cocok untuk media sosial publik lembaga pemerintah yang ingin tampil lebih dekat dengan masyarakat. Terutama generasi muda yang aktif di instagram.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik:

1. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan terhadap perilaku yang memiliki tujuan tertentu untuk dicapai. Perilaku yang diamati bisa bersifat langsung terlihat, terdengar, terhitung, atau terukur. observasi digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data secara langsung terhadap aktivitas dan proses kerja desainer grafis dalam mengelola konten media sosial Instagram di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Observasi dilakukan untuk memahami perilaku, pola kerja, interaksi tim, serta penggunaan media dan perangkat desain dalam aktivitas sehari-hari.

Teknik observasi yang digunakan bersifat non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas desain, namun mengamati secara sistematis proses kreatif dan penyusunan konten dari tahap perencanaan, pembuatan konsep visual, hingga publikasi di media sosial. Data dari observasi dicatat dalam bentuk catatan lapangan dan dokumentasi visual untuk memperkuat hasil wawancara, serta membantu peneliti memahami konteks kerja desainer secara lebih mendalam (Sukmadinata, 2013).

2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data awal sebagai bagian dari studi pendahuluan dan untuk mendapatkan data penelitian.

Menurut (Sugiyono, 2014) mendefinisikan wawancara sebagai suatu pertemuan antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, yang memungkinkan makna tentang suatu topik tertentu dapat dibangun. Dengan wawancara, peneliti dapat memahami hal-hal yang lebih mendalam mengenai partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, yang tidak dapat diperoleh hanya melalui observasi.

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data secara langsung kepada informan yang berperan langsung dalam proses desain konten media sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia. Wawancara digunakan untuk menggali pemahaman, pengalaman, dan persepsi subyektif dari para desainer grafis mengenai peran, strategi, tantangan, serta proses kreatif yang mereka jalani dalam mengelola konten visual.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian, seperti dokumen yang ada di fakultas. Teknik dokumentasi ini bertujuan untuk mengumpulkan data historis, yaitu catatan peristiwa yang telah terjadi. Studi dokumen berfungsi sebagai pelengkap bagi metode observasi dan wawancara yang digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian, dokumentasi memungkinkan untuk memperoleh informasi yang ada pada responden di lokasi penelitian. Hal ini dapat terjadi ketika responden tidak tersedia atau sedang menjalankan kegiatan rutinnnya sehari-hari (Sukardi, 2004).

Dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya penting dari seseorang. Dokumen berbentuk gambar misalnya foto, video, sketsa, dan sebagainya. Tujuan dari dokumentasi ini adalah untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kajian mengenai Tradisi Basarabuik sebagai bahan penelitian. Alat yang digunakan untuk mendokumentasikan objek penelitian adalah handphone. Dalam penelitian ini, peneliti akan berada di

lokasi penelitian dan akan mencatat, memotret, serta memfotokopi arsip atau dokumen yang disimpan oleh setiap informan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengumpulkan dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data tersebut diorganisasikan ke dalam kategori, dijabarkan menjadi unit-unit, disintesis, disusun dalam pola, serta memilih mana yang penting untuk dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh peneliti sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014). Proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga langkah utama, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dapat dipahami secara sempit sebagai proses pengurangan data, namun dalam pengertian yang lebih luas, ini merupakan proses penyempurnaan data. Proses ini mencakup pengurangan data yang tidak relevan atau kurang penting, serta penambahan data yang dirasa masih kurang. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan reduksi data untuk memperoleh informasi yang relevan dan bermakna. Proses ini bertujuan untuk memfokuskan data yang dapat membantu memecahkan masalah, menemukan penemuan, memberikan makna, atau menjawab pertanyaan penelitian. Selanjutnya, data disederhanakan, disusun secara sistematis, dan dijabarkan untuk menggali hal-hal penting terkait hasil temuan dan maknanya.

Pada tahap reduksi data, hanya temuan data yang relevan dengan permasalahan penelitian yang dipertahankan, sementara data yang tidak terkait dengan masalah penelitian akan dihapus. Dengan kata lain, reduksi data digunakan untuk menyaring, mengelompokkan, mengarahkan, dan membuang informasi yang tidak relevan, serta mengorganisir data sehingga memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.

Reduksi data berarti menyaring dan merangkum informasi yang penting, memfokuskan pada hal-hal yang utama, serta mencari tema dan pola yang relevan (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini, peneliti akan

mereduksi data tentang peran desainer grafis dalam mengelola konten media sosial instagram lembaga sensor film republik indonesia.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya (Sugiyono, 2016). Miles dan Huberman menyatakan bahwa "bentuk paling umum untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks naratif," yang memudahkan pemahaman terhadap apa yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, penyajian data bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang diperoleh di lapangan, khususnya terkait dengan peran desainer grafis dalam mengelola konten media sosial instagram lembaga sensor film republik Indonesia.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Penarikan kesimpulan adalah proses merumuskan makna dari hasil penelitian yang disampaikan dengan kalimat singkat, padat, dan mudah dipahami. Proses ini dilakukan dengan cara memeriksa kembali kebenaran kesimpulan yang diambil, terutama terkait dengan relevansi dan konsistensinya terhadap judul, tujuan, dan rumusan masalah penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan sepanjang penelitian, mirip dengan proses reduksi data. Setelah data terkumpul dengan cukup, kesimpulan sementara dapat diambil, dan setelah data lengkap, kesimpulan akhir dapat ditarik.

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, penjaminan keabsahan data sangat penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan realitas yang sebenarnya sebagaimana dipersepsikan oleh para partisipan. Berdasarkan pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini, teknik penjaminan keabsahan data yang digunakan merujuk pada konsep dari Lincoln dan Guba (1985) yang mencakup *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

1. *Credibility* (Kredibilitas)

Teknik ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan pengalaman dan pemahaman informan. Dalam penelitian ini, kredibilitas dijamin melalui Triangulasi Sumber: Menggabungkan data dari berbagai informan, seperti desainer grafis, admin media sosial, dan ketua subkomisi publikasi, untuk melihat konsistensi informasi.

2. *Ransferability* (Keteralihan)

Keteralihan dijaga dengan memberikan deskripsi kontekstual secara rinci mengenai lokasi penelitian (LSF RI), struktur organisasi, tanggung jawab desainer grafis, dan konteks pengelolaan akun Instagram. Hal ini bertujuan agar pembaca dari konteks lain dapat menentukan apakah temuan ini dapat diterapkan di tempat serupa.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Temuan

8. Temuan Umum

a. Gambaran Lokasi Penelitian

- 1) Sejarah Lembaga Sensor Film Republik Indonesia



Gambar 4 1 Logo Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Sejarah sensor film di Indonesia sudah dimulai sejak masa kolonial Belanda dengan diberlakukannya *Ordonansi Film* pada tahun 1916 untuk mengendalikan konten visual yang dianggap membahayakan politik kolonial. Pada masa pendudukan Jepang, sensor diorganisasi melalui *Hodohan Nippon Sidosho*, lembaga propaganda yang dibimbing langsung oleh otoritas Jepang. Setelah kemerdekaan, sensor dilanjutkan melalui Panitia Sensor Pusat (PSP) yang beroperasi pada awal 1950-an. PSP menjadi tonggak penting dalam pengawasan film di masa awal Republik Indonesia .

Pada era Orde Baru (1966–1998), lembaga sensor berkembang menjadi Badan Sensor Film (BSF) lalu berubah menjadi Lembaga Sensor Film (LSF). Periode ini dikenal dengan sensor yang ketat dan menjadi alat kontrol ideologi pemerintah terhadap produksi film bertema politik maupun social

Seiring perkembangan zaman, LSF RI bertransformasi ke arah lembaga edukatif dan komunikatif. Lembaga ini turut

menginisiasi gerakan Sensor Mandiri dan aktif memanfaatkan media sosial seperti TikTok dan Instagram sebagai kanal edukasi publik. Strategi ini efektif meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilah tayangan sesuai klasifikasi usia dan norma budaya.

2) Profil Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) adalah lembaga negara nonstruktural yang memiliki kewenangan untuk melakukan sensor terhadap film dan iklan film sebelum disebarluaskan kepada masyarakat. Tujuan utama dari keberadaan LSF RI adalah untuk melindungi publik dari konten yang bertentangan dengan nilai-nilai budaya, agama, kesusilaan, serta norma hukum yang berlaku di Indonesia. LSF bertindak sebagai garda terdepan dalam menjaga kualitas tayangan publik melalui fungsi penyensoran dan klasifikasi usia penonton sesuai ketentuan perundang-undangan (Thifalia & Susanti, 2021)

Landasan hukum pembentukan LSF RI adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, yang menyebutkan bahwa setiap film yang akan diedarkan wajib memperoleh Surat Tanda Lulus Sensor (STLS) dari LSF RI (UU No. 33 Tahun 2009, Pasal 49). Kewenangan teknis dan administratif lembaga ini diperjelas lagi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2014 tentang Lembaga Sensor Film, yang mengatur struktur, fungsi, dan mekanisme kerja lembaga secara lebih terperinci (Rasuni, Subhan Zein, 2024)

LSF RI bernaung di bawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Keanggotaan lembaga ini terdiri dari tokoh masyarakat, akademisi, budayawan, dan profesional dari berbagai bidang yang dipilih melalui mekanisme seleksi nasional dan bertugas selama satu periode jabatan (lima tahun). Para anggota LSF dibagi ke dalam beberapa komisi dan

subkomisi, salah satunya adalah Subkomisi Media dan Publikasi yang menangani komunikasi publik dan pengelolaan media sosial resmi lembaga.

3) Visi dan Misi Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Tabel 4 1 Visi dan Misi LSF RI

VISI:
Terwujudnya pelayanan prima dibidang penyensoran film dan iklan film
MISI:
a) Memberikan pelayanan tuntas sesuai peraturan dan ketentuan yang berlaku.
b) Meningkatkan profesionalitas dan integritas sumber daya manusia untuk menciptakan pelayanan publik yang berkualitas.
c) Menyelenggarakan layanan cepat, tepat, terjangkau, dan transparan.
d) Mewujudkan inovasi pelayanan publik.
Motto:
“Melayani dan Melindungi dengan Prima (Profesional, Ramah, Interaktif, dan Akuntabel)”

4) Struktur Kenggotaan Lembaga Sensor Film RI



Gambar 4 2 Struktur Lembaga Sensor Film RI

Sumber: Sekretariat Lembaga Sensor Film RI

b. Letak Geografis Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) berlokasi di kawasan pusat pemerintahan nasional, yaitu di Gedung F Lantai 6, Komplek Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek), Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Kecamatan Tanah Abang, Kota Administrasi Jakarta Pusat, Provinsi DKI Jakarta. Lokasi ini terletak di lingkungan perkantoran strategis yang dikelilingi oleh kementerian dan lembaga negara lainnya (Ismail, E., Atmodjo, J. T., & Rahman, 2023)

Secara geografis, kantor pusat LSF RI berada pada koordinat sekitar 6°13'28" Lintang Selatan (LS) dan 106°48'09" Bujur Timur (BT). Lokasinya berada pada ketinggian sekitar 20 meter di atas permukaan laut. Kawasan Senayan, tempat kantor LSF berada, merupakan salah satu wilayah elite administratif dan pusat kegiatan politik, kebudayaan, serta media nasional.

Keberadaan lembaga ini di pusat kota memberikan kemudahan dalam aksesibilitas dan konektivitas, baik antar lembaga negara maupun dengan publik. Posisi strategis ini juga memperkuat fungsi kelembagaan LSF RI dalam menjalankan perannya sebagai pengawas, pengendali, dan edukator dalam bidang perfilman dan media visual di Indonesia.

c. Deskripsi Akun Instagram LSF RI



Gambar 4 3 Profil Intagram Lembaga Sensor Film RI

Sumber: Instagram Lembaga Sensor Film RI

Akun Instagram resmi milik Lembaga Sensor Film Republik Indonesia dapat diakses melalui nama pengguna @lsf_ri. Akun ini dikelola langsung oleh tim internal LSF RI, khususnya oleh Subkomisi Media dan Publikasi, yang bertanggung jawab atas komunikasi visual, edukasi publik, serta citra lembaga melalui platform digital.

Hingga pertengahan tahun 2025, akun ini telah memiliki lebih dari 22.8 rb pengikut, terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, sineas, hingga masyarakat umum yang memiliki perhatian terhadap isu literasi media dan perfilman nasional.

1) Jenis Konten

Konten yang diunggah pada akun Instagram LSF RI bersifat edukatif, informatif, dan komunikatif, antara lain:

- a) Infografis klasifikasi usia film, yang menjelaskan simbol-simbol usia seperti SU, 13+, 17+, dan 21+, serta alasan penyensoran konten tertentu.
- b) Kampanye Budaya Sensor Mandiri, berupa poster dan ilustrasi edukatif tentang pentingnya memilah tontonan berdasarkan usia dan nilai-nilai budaya.
- c) Konten tematik mingguan, seperti Senin segmen cermin LSF, Selasa segmen kenal LSF, Rabu, segmen film klasik, Kamis segmen movie quotes, Jumat panduan film, Sabtu segmen kuis, dan Minggu segmen meme yang memadukan desain grafis dan pesan literasi media.
- d) Dokumentasi kegiatan lembaga, seperti seminar, workshop, dan pertemuan dengan komunitas film serta konten berbasis peringatan hari nasional.

Konten-konten ini dirancang secara visual oleh desainer grafis internal dan dikembangkan melalui proses koordinasi bersama tim editor naskah, analis media sosial, dan subkomisi terkait.

2) Tujuan Pengelolaan

Tujuan utama pengelolaan akun Instagram ini meliputi:

- a) Meningkatkan literasi media masyarakat, khususnya tentang klasifikasi usia dan pentingnya menonton film secara bertanggung jawab.
- b) Membangun citra lembaga yang lebih inklusif, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan media digital.
- c) Menjangkau generasi muda, yang merupakan mayoritas pengguna media sosial, dengan cara yang kreatif, relevan, dan edukatif.
- d) Menjadi kanal komunikasi publik, tempat masyarakat dapat mengakses informasi terkini, memberikan masukan, atau merespons isu terkait film dan sensor di Indonesia.

Akun Instagram ini menjadi salah satu media transformasi LSF RI dari lembaga sensor yang identik dengan pelarangan menjadi lembaga yang bersifat edukatif dan komunikatif di era digital.

d. Deskripsi Peran Desainer Grafis

Desainer grafis Instagram LSF RI memiliki peran penting dalam menyusun konten yang informatif, edukatif, dan menarik. Mereka bekerja sama dengan tim komunikasi untuk menentukan topik utama seperti regulasi perfilman, hasil sensor, serta promosi nilai-nilai sensor dan film nasional. Pesan-pesan ini diwujudkan dalam bentuk visual yang sesuai dengan karakter Instagram, seperti infografis, ilustrasi, dan tata letak menarik dengan warna yang serasi. Setelah perencanaan disusun, desainer grafis bertanggung jawab atas eksekusi visual konten berupa poster, materi edukatif, dan stories interaktif. Proses kreatif ini meliputi pemilihan font, warna, ikon, ilustrasi, serta pengeditan gambar atau video yang mendukung narasi agar pesan kompleks dapat tersampaikan secara efektif kepada publik.



Gambar 4 4 Desainer Grafis LSF RI

Dalam tahap pengembangan konten, desainer grafis fokus pada visual yang edukatif dan komunikatif dengan mengubah informasi kompleks seperti regulasi film, hasil sensor, dan nilai-nilai sensor menjadi desain yang mudah dipahami. Hal ini diwujudkan melalui infografis, ilustrasi, stories interaktif, karusel informatif, hingga reels pendek yang menjelaskan proses sensor secara ringan. Setiap elemen gambar, video, maupun animasi dirancang secara presisi agar tetap jelas dan menarik, sekaligus membentuk citra lembaga yang transparan dan komunikatif. Dengan strategi ini, desainer grafis berperan sebagai jembatan penting antara informasi pemerintah dan masyarakat melalui visual persuasif.

Optimalisasi konten juga menjadi fokus penting, termasuk memahami algoritma Instagram, penggunaan hashtag, lokasi, dan call to action. Desainer grafis aktif memantau tren media sosial, misalnya memanfaatkan reels untuk cuplikan edukasi singkat atau live session untuk sesi tanya jawab interaktif. Upaya ini sangat bergantung pada kolaborasi lintas divisi, seperti tim komunikasi, humas, serta analisis data untuk memastikan akurasi informasi, efektivitas visualisasi, dan peningkatan engagement. Melalui pertemuan rutin dan brainstorming,

konten yang dihasilkan dapat strategis, informatif, dan berdampak tinggi bagi publik.

Selain menciptakan desain yang menarik, desainer grafis juga menjaga citra positif LSF RI dengan menampilkan visual yang mencerminkan nilai integritas, profesionalisme, dan objektivitas lembaga. Mereka menjadi penyaring visual yang memastikan konten sesuai kode etik, peka terhadap isu sensitif, serta menghindari kesalahpahaman publik. Strategi visual adaptif juga diterapkan untuk merespons isu aktual seputar perfilman dan sensor, termasuk menyusun konten edukatif yang menenangkan dan netral saat terjadi perdebatan publik. Dengan fleksibilitas ini, LSF RI tetap relevan dan komunikatif di tengah dinamika media sosial.

Menghadapi tantangan masa depan, desainer grafis dituntut terus berinovasi dalam teknik desain, penggunaan tools, serta pemanfaatan data analitik untuk memprediksi tren konten. Mereka mengatasi kendala teknis seperti perubahan algoritma Instagram dan merespons feedback audiens secara adaptif. Setiap konten, seperti infografis klasifikasi film atau sosialisasi kebijakan baru, dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya sensor dan peran LSF RI. Dengan eksperimen format visual baru dan strategi adaptif, desainer grafis memastikan Instagram LSF RI menjadi kanal utama edukasi publik sekaligus ruang dialog konstruktif tentang perfilman dan sensor di masa depan.

e. Data Profil Informan

Penelitian ini melibatkan tiga informan kunci yang masing-masing memiliki peran strategis dalam proses perencanaan, produksi, dan publikasi konten visual pada akun Instagram resmi Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Berikut adalah uraian singkat mengenai latar belakang masing-masing informan:

1) Informan Ketua Subkomisi Media dan Publikasi LSF RI

Nusantara Husnul Khatim Mulkan menjabat sebagai Ketua

Subkomisi Media dan Publikasi di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia. Dalam kapasitasnya, beliau memiliki otoritas dalam melakukan pengawasan, verifikasi, serta memberikan persetujuan akhir terhadap konten visual yang akan diunggah ke media sosial resmi lembaga. Nusantara berperan dalam menjaga agar seluruh narasi visual yang diproduksi sejalan dengan arah kebijakan komunikasi publik LSF RI serta mencerminkan citra dan misi lembaga. Sebagai pemangku kebijakan di divisi media, keterlibatannya memastikan bahwa proses pengelolaan konten berjalan sesuai dengan prosedur dan nilai institusional.

2) Informan Admin Media Sosial LSF RI

Talitha Rahma berperan sebagai penanggung jawab akun Instagram LSF RI. Ia mengoordinasikan berbagai aktivitas pengelolaan konten, mulai dari penjadwalan unggahan, kurasi materi, hingga menjembatani komunikasi antara desainer grafis dan tim struktural lembaga. Talitha memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan sesuai dengan arah pesan lembaga dan mampu menjangkau audiens dengan efektif. Dalam praktiknya, ia juga terlibat dalam merespons komentar dan pesan dari publik, serta mengevaluasi performa konten melalui fitur insight Instagram.

3) Informan Desainer Grafis Instagram LSF RI

Dimas Wicaksono merupakan desainer grafis yang bertanggung jawab langsung dalam pengelolaan visual konten Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Dalam tugasnya, Fajar memegang peran penting dalam menciptakan desain grafis yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai edukatif dan identitas visual kelembagaan. Ia terlibat dalam seluruh proses kreatif mulai dari perencanaan konsep visual, pemilihan elemen grafis, hingga finalisasi konten untuk dipublikasikan. Pengalamannya dalam menerjemahkan pesan kelembagaan ke dalam bentuk visual membuat perannya sangat

strategis dalam menjaga kualitas komunikasi publik LSF RI di media sosial.

9. Temuan Khusus

Telah dilakukan wawancara untuk mendapatkan hasil penelitian mengenai Peran Desainer Grafis Dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia. Adapun temuan dari hasil penelitian dirumuskan sebagai berikut :

a. Strategi Desainer Grafis dalam Menciptakan Konten yang Menarik dan Edukatif



Gambar 4 5 BAGAN DARI STRATEGI DESAINER GRAFIS LSF RI

Dalam teori *SOME* (*Share, Optimize, Manage, dan Engage*) yang dikembangkan oleh (Luttrell, 2022), yang menekankan pentingnya strategi pengelolaan media sosial secara menyeluruh dan terintegrasi. Pada tahap *Share*, desainer grafis di LSF RI menetapkan jenis konten yang akan dibagikan berdasarkan agenda edukasi lembaga, seperti infografik terkait klasifikasi film atau kebijakan sensor. Tahap *Optimize* terlihat dari pemanfaatan fitur Instagram seperti *carousel*, *reels*, dan *caption* yang mengedukasi, serta penggunaan elemen desain yang konsisten dan adaptif terhadap algoritma platform. Selanjutnya, pada

tahap *Manage*, desainer turut memantau performa konten melalui jumlah impresi, like, komentar, dan insight lainnya sebagai dasar evaluasi desain berikutnya. Adapun pada tahap *Engage*, dilakukan upaya untuk meningkatkan interaksi publik melalui konten interaktif, seperti kuis edukatif atau desain responsif terhadap pertanyaan masyarakat di kolom komentar.

Selanjutnya, untuk memahami bagaimana persepsi audiens terbentuk terhadap desain konten yang disajikan, digunakan pendekatan dari *Channel Expansion Theory*. Teori ini menyatakan bahwa persepsi seseorang terhadap kekayaan media (*media richness*) terbentuk melalui pengalaman audiens dengan saluran komunikasi tersebut (Carlson, P. J., & Zmud, 1999). Dalam konteks ini, konsistensi dan kualitas desain grafis yang disajikan oleh LSF RI di Instagram membentuk pengalaman visual yang dapat meningkatkan efektivitas pesan edukatif. Desain yang familiar, narasi yang mudah dipahami, serta visual yang menarik berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara lembaga dan audiens digital.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas desainer grafis di akun Instagram resmi Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), ditemukan bahwa proses penciptaan konten dilakukan melalui beberapa tahapan strategis. Strategi ini melibatkan perencanaan tema bulanan, pemilihan visual yang sesuai dengan nilai edukasi lembaga, serta adaptasi terhadap tren desain media sosial yang sedang berkembang. Konten yang dihasilkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dikemas secara visual menarik dengan mempertimbangkan gaya bahasa yang komunikatif dan elemen desain yang konsisten.

1) Informan 1 Ketua Subkomisi Media dan Publikasi

Dalam konteks pengelolaan konten media sosial Instagram oleh Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), strategi desainer grafis memegang peranan kunci dalam memastikan bahwa

pesan-pesan edukatif yang ingin disampaikan dapat diterima secara efektif oleh publik. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan Ketua Subkomisi Media dan Publikasi LSF RI, ditemukan bahwa strategi visual yang diterapkan tidak hanya menitikberatkan pada aspek estetika semata, tetapi lebih jauh diarahkan untuk menyederhanakan pesan kebijakan yang kompleks agar mudah dipahami oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda.

Seperti yang dijelaskan oleh informan:

"Strateginya tidak hanya soal estetika, tapi juga tentang bagaimana visual bisa 'bercerita'. Kami sering menggunakan infografis, ilustrasi yang ringan, bahkan konten karusel edukatif supaya publik, terutama anak muda, bisa lebih mudah memahami."

Hal ini mencerminkan penerapan Teori Komunikasi Visual oleh Paul Martin Lester, yang menyatakan bahwa gambar dan visual memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan secara langsung dan emosional, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi (Lester, 2013). Desainer grafis dalam hal ini tidak sekadar bertugas untuk mempercantik tampilan, tetapi juga bertindak sebagai penghubung makna antara lembaga dan publik, melalui pemilihan elemen visual yang kontekstual.

Pendekatan visual yang digunakan bersifat naratif dan edukatif. Pihak LSF RI secara aktif memanfaatkan infografis, ilustrasi ringan, serta format karusel untuk memfasilitasi pemahaman publik, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan visual digital. Hal ini menunjukkan bahwa desain grafis bukan sekadar eksekusi teknis, melainkan hasil dari proses kolaboratif antara tim desain dan pihak substansi sejak tahap awal perencanaan konten. Desainer diajak terlibat secara aktif dalam memahami pesan-pesan yang ingin disampaikan agar hasil visual lebih kontekstual, relevan, dan memiliki nilai edukatif yang kuat.

Dari observasi terhadap konten Instagram LSF RI, terlihat bahwa desainer memanfaatkan template grafis yang konsisten, palet

warna yang merepresentasikan citra lembaga, serta tipografi yang mudah dibaca. Konten-konten yang dikemas dalam format karusel, infografis, dan ilustrasi ringan terbukti efektif dalam menyampaikan isu-isu edukatif seperti klasifikasi usia film atau pentingnya sensor budaya, sekaligus tetap menarik secara visual. Pemilihan format ini juga menyesuaikan dengan kebiasaan konsumsi informasi di media sosial, yang menuntut kejelasan pesan dalam waktu singkat.

Menariknya, dalam proses kreatif tersebut, keterlibatan desainer grafis tidak bersifat satu arah. Mereka dilibatkan sejak tahap awal perencanaan konten, yang memungkinkan pemahaman menyeluruh terhadap pesan substansial. Hal ini sejalan dengan pendekatan Teori Peran (Biddle, 1986), di mana desainer memainkan peran interdisipliner dalam tim komunikasi, tidak hanya sebagai pelaksana visual, tetapi juga sebagai komunikator kebijakan yang memahami konteks sosial dan institusional dari setiap konten yang diproduksi.

Dalam praktiknya, tim desain menghadapi sejumlah tantangan struktural, terutama terkait dengan lingkungan birokrasi yang memiliki alur persetujuan konten cukup panjang. Meski demikian, tantangan tersebut direspons dengan penguatan strategi manajemen waktu dan kerja tim. Salah satu langkah konkret adalah penerapan kalender konten serta sistem template desain untuk menjaga konsistensi visual sekaligus mempercepat proses produksi. Pendekatan ini tidak hanya efisien secara waktu, tetapi juga membantu menjaga identitas visual LSF RI di tengah keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi. Sebagaimana dijelaskan oleh informan:

“Di lingkungan birokrasi seperti LSF RI, kecepatan bukan hal yang mudah dicapai karena semua konten harus melewati proses validasi... Tapi kami menyiapkan template visual yang bisa langsung digunakan oleh desainer saat ada informasi mendesak.”

Strategi antisipatif seperti pembuatan template dan kalender

konten merupakan langkah adaptif yang mencerminkan kemampuan tim dalam menyiasati kendala sistem. Dalam konteks ini, teori Agenda Setting oleh McCombs dan Shaw (1972) juga menjadi relevan, karena strategi visual yang dilakukan berkontribusi dalam membentuk prioritas isu yang dipahami oleh publik, dengan menyesuaikan antara urgensi konten dan gaya komunikasi visual yang tepat.

Evaluasi konten dilakukan secara berkala, biasanya setiap bulan, untuk meninjau performa dari berbagai sisi, termasuk data analitik digital serta umpan balik internal dan eksternal. Komentar dari warganet di Instagram kerap dijadikan indikator awal keberhasilan konten, terutama dalam memicu dialog atau menimbulkan respons.

Informan menyebutkan:

"Kami duduk bersama mereka untuk membahas desain mana yang berhasil menarik atensi sekaligus menyampaikan makna... Visual yang sederhana tapi terstruktur dengan baik bisa jauh lebih efektif."

Dari sini dapat disimpulkan bahwa strategi desain grafis yang dilakukan oleh LSF RI berorientasi pada keselarasan antara bentuk dan makna, dengan tetap mempertimbangkan efisiensi waktu, respons publik, serta identitas kelembagaan. Kombinasi antara komunikasi visual yang komunikatif, strategi kolaboratif lintas divisi, dan kesadaran akan konteks digital, menjadikan peran desainer grafis sebagai aktor kunci dalam membangun narasi edukatif yang efektif di media sosial.

Dalam evaluasi ini, peran desainer grafis sangat sentral. Mereka turut dilibatkan dalam sesi refleksi untuk menelaah desain mana yang efektif dari sisi penyampaian makna maupun daya tarik visual. Menurut Ketua Subkomisi, visual yang terlalu ramai justru bisa membingungkan audiens, sementara desain yang sederhana dan terstruktur sering kali lebih berhasil menyampaikan pesan.

Konsistensi juga menjadi poin penting dalam menjaga identitas lembaga di tengah keterbatasan sumber daya. Penggunaan template dan perencanaan yang matang memungkinkan hasil evaluasi ditindaklanjuti secara konkret, bukan sekadar dicatat tanpa aksi.

Secara keseluruhan, hasil wawancara dengan ketua sub Media dan Publikasi komisi menunjukkan bahwa desainer grafis di LSF RI bukan sekadar pelaksana teknis, melainkan mitra strategis dalam proses komunikasi publik. Melalui pendekatan visual yang partisipatif, edukatif, dan adaptif, mereka berhasil menjembatani antara kebijakan negara dan pemahaman publik dengan cara yang humanis dan relevan dengan budaya digital masa kini.

2) Informan 2 Penanggung jawab Instagram LSF RI

Strategi desainer grafis dalam menciptakan konten Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) berangkat dari kebutuhan untuk mengubah pesan-pesan regulatif dan edukatif yang kompleks menjadi materi visual yang komunikatif, relevan, dan mudah diterima oleh audiens media sosial yang beragam. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi peneliti terhadap proses produksi konten, ditemukan bahwa strategi desain yang diterapkan bersifat kolaboratif, adaptif, dan terstruktur dengan mempertimbangkan audiens target dan nilai kelembagaan.

a) Strategi Visual yang Informatif dan Adaptif

Strategi konten yang dijalankan LSF RI berfokus pada keseimbangan antara nilai edukatif dan daya tarik visual, dengan mempertimbangkan keragaman audiens mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga praktisi perfilman dan masyarakat umum. Proses dimulai dari penentuan tema mingguan atau bulanan yang kemudian dituangkan ke dalam kalender konten. Dalam penyusunannya, tim melakukan diskusi intensif termasuk dengan desainer grafis untuk menentukan format konten yang paling

tepat, seperti carousel, infografis statis, atau video pendek (reels).

Admin Instagram LSF RI menjelaskan:

“Secara umum, strategi kami selalu mengedepankan keseimbangan antara nilai edukatif dan daya tarik visual... kami mencoba menyampaikan pesan lembaga dengan cara yang ringan tapi tetap berisi.”

Hal ini menunjukkan bahwa strategi desain tidak hanya mengedepankan estetika semata, namun juga mengandung nilai edukatif yang selaras dengan identitas lembaga. Pendekatan ini sejalan dengan Teori Komunikasi Visual (Lester, 2000), yang menyatakan bahwa visual merupakan sarana efektif dalam menyampaikan pesan kompleks melalui simbol, warna, dan elemen-elemen grafis yang bisa menimbulkan makna secara instan dan emosional.

b) Kolaborasi Antar Divisi sebagai Kunci Keberhasilan

Dalam proses perancangan konten, terdapat pola kerja kolaboratif antara admin, tim substansi, dan desainer grafis. Kolaborasi ini dilakukan dalam bentuk diskusi ide awal, penyesuaian visual terhadap pesan substansi, dan revisi berdasarkan hasil evaluasi. Admin menyampaikan:

“Kolaborasi saya dengan desainer grafis itu cukup intens... Kami juga sering berdiskusi langsung, bahkan revisi bersama... keberhasilan konten nggak lepas dari kekompakan kami dalam menyatukan pesan dan visual.”

Kolaborasi dengan desainer grafis dilakukan secara intens dan dinamis. Admin biasanya menyiapkan ide awal yang memuat pesan inti, karakter audiens, dan gaya komunikasi yang diinginkan. Dari situ, desainer mulai merancang visual berdasarkan arahan tersebut. Namun, tidak jarang terjadi perbedaan interpretasi antara visualisasi dan substansi. Admin mengambil peran sebagai penghubung antara tim substansi dan tim desain untuk menelaraskan arah konten.

Temuan ini menguatkan relevansi Teori Peran (Biddle, 1986) yang melihat bahwa peran desainer dalam lembaga tidak

terbatas pada kemampuan teknis, tetapi juga mencakup peran komunikatif dalam menjembatani berbagai kepentingan antar divisi. Desainer grafis di LSF RI berfungsi sebagai aktor mediasi antara isi pesan yang bersifat formal dengan kebutuhan penyampaian yang menarik di ruang publik digital.

c) Format dan Gaya Visual yang Disesuaikan dengan Audiens
Observasi terhadap akun Instagram LSF RI menunjukkan

Adanya konsistensi gaya visual dengan tetap memberikan variasi pada format konten. Untuk isu serius seperti klasifikasi film, dipilih palet warna formal dan infografis yang terstruktur. Sementara pada momen edukatif atau kampanye publik seperti Sensor Mandiri, digunakan pendekatan visual yang ringan dan bersahabat.

Strategi ini bertujuan agar konten tetap “relatable” namun tidak menghilangkan nilai kelembagaan. Admin menyampaikan:

“Kami kombinasikan tone warna yang formal dengan elemen grafis yang menarik... agar konten tetap relevan dengan karakter lembaga, namun tetap engaging di mata publik.”

Strategi ini berkaitan erat dengan Teori Agenda Setting (McCombs & Shaw, 1972), yang menjelaskan bahwa media tidak hanya memberitakan, tetapi juga membentuk persepsi publik tentang pentingnya suatu isu. Dengan menghadirkan visual yang kontekstual dan menarik, LSF RI tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mempengaruhi cara audiens memahami pentingnya sensor film dan klasifikasi usia dalam konteks budaya dan edukasi.

d) Tantangan: Birokrasi dan Proses Validasi

Meskipun strategi telah dirancang sedemikian rupa, Dalam proses produksi konten, tantangan terbesar justru bukan berasal dari aspek teknis desain, melainkan dari alur birokrasi yang panjang dan kompleks. Setelah desain diselesaikan, konten masih

harus melalui serangkaian validasi dari berbagai pihak, termasuk tim substansi hingga pimpinan lembaga. Dalam beberapa kasus, revisi mendadak diperlukan karena gaya visual atau bahasa yang digunakan dianggap kurang sesuai dengan standar komunikasi institusi.

“Tantangan paling sering muncul bukan dari sisi teknis desainnya, tapi dari proses birokrasi yang cukup panjang... Kami harus gerak cepat untuk revisi di waktu yang sempit.”

Situasi ini menjadi lebih menantang ketika substansi pesan yang hendak disampaikan cukup kompleks dan sulit disederhanakan secara visual. Dalam kondisi seperti ini, admin dan desainer bekerja sama secara intensif untuk menemukan bentuk penyajian yang tetap edukatif, komunikatif, dan menarik, khususnya bagi generasi muda. Hal tersebut menuntut kecermatan dalam menyatukan unsur substansi, estetika, dan prosedur formal dalam satu kerangka kerja yang harmonis.

Tantangan ini juga berdampak pada strategi visual yang harus dibuat lebih fleksibel melalui template desain yang telah disetujui sebelumnya, serta penguatan komunikasi antar tim. Strategi antisipatif seperti ini menunjukkan kemampuan adaptif tim desain dalam menghadapi kompleksitas birokrasi, tanpa kehilangan makna pesan yang ingin disampaikan kepada publik.

3) Informan 3 Desainer grafis Instagram LSF RI

Strategi yang diterapkan oleh desainer grafis LSF RI dalam menciptakan konten Instagram berfokus pada dua aspek utama: daya tarik visual dan nilai edukatif pesan. Desainer memahami bahwa Instagram adalah platform yang sangat visual, sehingga tampilan grafis harus mampu menarik perhatian dalam hitungan detik. Namun, di sisi lain, konten yang diunggah membawa misi edukasi publik terkait regulasi dan klasifikasi film, yang menuntut

penyampaian pesan secara jelas, informatif, dan tetap sesuai kaidah lembaga.

Tahap awal strategi dimulai dari pemahaman terhadap pesan inti yang ingin disampaikan. Informan menjelaskan,

"Sebelum mulai desain, saya pastikan dulu poin utama dari pesan yang mau disampaikan. Misalnya, kalau temanya tentang klasifikasi usia, saya pikirkan bagaimana visualnya bisa mudah dipahami oleh semua kalangan, termasuk anak muda."

Langkah berikutnya adalah pemilihan elemen visual yang tepat. Pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak bukan hanya soal estetika, tetapi juga soal fungsi komunikasi. Desainer mengungkapkan,

"Warna biasanya saya pilih yang cerah atau kontras supaya orang cepat notice. Tipografi yang terlalu rumit dihindari, karena tujuan kita supaya orang cepat mengerti. Ilustrasi juga sering dipakai kalau pesannya agak teknis."

Selain itu, strategi penentuan tema dan konsep visual dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi momen dan isu terkini. Konten untuk hari-hari besar perfilman, peringatan nasional, atau kampanye tertentu biasanya mendapat sentuhan desain yang lebih kreatif dan kontekstual. Informan memaparkan,

"Kalau ada momen tertentu seperti Hari Film Nasional, biasanya saya kombinasikan elemen visual yang khas film dengan pesan LSF, jadi audiens merasa kontennya spesial dan relevan."

Integrasi antara nilai estetika dan substansi edukasi menjadi tantangan tersendiri. Untuk menghindari kesan kaku dari pesan regulatif, desainer mengandalkan *storytelling visual*. Hal ini memungkinkan informasi yang kompleks diubah menjadi ilustrasi yang akrab bagi masyarakat. Sebagaimana disampaikan oleh informan,

"Kalau semua langsung teks regulasi, orang nggak akan mau baca. Jadi saya buat misalnya ilustrasi keluarga lagi nonton film, terus disisipkan pesan tentang klasifikasi usia. Jadi pesannya nyampe tanpa terasa menggurui."

Faktor waktu juga berperan penting dalam strategi ini. Konten yang terkait isu aktual memerlukan respons cepat, sehingga desainer harus memadatkan proses desain tanpa mengorbankan kualitas. Informan menjelaskan,

"Kalau ada isu yang lagi rame, saya biasanya langsung koordinasi sama tim, terus bikin desain yang tetap sesuai guideline tapi bisa cepat di-publish. Tantangannya di situ, cepat tapi tetap rapi dan sesuai branding."

Konsistensi terhadap pedoman branding LSF RI menjadi panduan utama agar setiap konten memiliki identitas visual yang seragam. Meskipun ada ruang untuk kreativitas, batasan ini memastikan bahwa citra lembaga tetap terjaga. Seperti diungkapkan informan,

"Kita punya guideline warna, logo, dan tone visual yang harus dipakai. Kreativitas tetap ada, tapi nggak boleh keluar dari itu supaya brand LSF tetap konsisten."

Dari uraian tersebut, dapat dilihat bahwa strategi desainer grafis LSF RI adalah kombinasi antara riset pesan, pemilihan elemen visual yang tepat, penyesuaian konsep dengan momen aktual, storytelling visual, respons cepat terhadap isu, dan konsistensi branding. Pendekatan ini memungkinkan konten Instagram LSF RI tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam mengedukasi masyarakat.

b. Hambatan Utama Seorang Desainer Grafis dalam Proses Desain di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Dalam menjalankan perannya sebagai perancang komunikasi visual di lingkungan lembaga pemerintah, desainer grafis di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) dihadapkan pada berbagai hambatan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural dan komunikasi internal. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, peneliti mengelompokkan hambatan-hambatan ini ke dalam beberapa kategori tematik: hambatan teknis, kendala birokrasi, keterbatasan sumber daya manusia, dan

miskomunikasi dalam briefing konten.

1) Informan 1 Ketua Subkomisi Media dan Publikasi

a) Hambatan Teknis dan Infrastruktur

Dalam konteks kerja di lembaga pemerintah seperti Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), desainer grafis menghadapi sejumlah hambatan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga struktural dan prosedural. Informasi yang diperoleh dari wawancara dengan Ketua Subkomisi Media dan Publikasi mengungkapkan bahwa salah satu hambatan utama adalah keterbatasan perangkat dan infrastruktur kerja yang masih belum ideal. Perangkat keras seperti laptop yang digunakan oleh desainer sering kali mengalami gangguan teknis karena beban kerja desain yang berat, terutama saat mengolah visual dengan resolusi tinggi atau ketika menggunakan aplikasi desain berbasis rendering yang kompleks. Situasi ini kerap memaksa desainer menunda proses produksi atau menyesuaikan kembali jadwal unggahan. Ia menjelaskan,

“Ketika laptop mereka harus dirawat karena terlalu sering dipakai rendering atau ketika aplikasi desain error saat mendekati deadline... ini situasi yang sering terjadi, apalagi di instansi pemerintah yang belum semua infrastrukturnya ideal”.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun kreativitas menjadi inti dari kerja desainer, namun aspek teknis seperti performa perangkat keras dan lunak sangat menentukan kelancaran kerja. Hambatan semacam ini, jika dibiarkan berlarut, dapat menurunkan kualitas konten dan memperlambat respons lembaga terhadap isu aktual di media sosial. Dalam konteks Teori Komunikasi Visual Paul Martin Lester, hambatan teknis ini mengganggu proses penyampaian pesan secara efektif karena visual sebagai sarana utama komunikasi tidak dapat diproduksi secara optimal.

b) Birokrasi dan Proses Validasi Berjenjang

Selain persoalan teknis, Faktor birokrasi juga menjadi tantangan tersendiri. Setiap konten yang hendak dipublikasikan harus melewati serangkaian proses validasi dan persetujuan dari berbagai tingkatan, mulai dari tim humas hingga ketua subkomisi dan bahkan pihak sensor jika materi kontennya dianggap sensitif. Proses ini menuntut kehati-hatian tinggi dan waktu yang tidak sedikit, sehingga dalam situasi yang membutuhkan respons cepat terhadap isu publik, desainer sering dihadapkan pada dilema antara kecepatan dan kepatuhan terhadap regulasi Lembaga. Ketua subkomisi menjelaskan,

“Sering kali desain sudah siap, tapi harus menunggu persetujuan dari beberapa pihak, dan itu menghambat timeline publikasi terutama untuk konten yang sifatnya mendesak”.

Situasi ini mencerminkan realitas bahwa di lembaga pemerintah, efisiensi sering kali dikompromikan demi kepatuhan terhadap prosedur. Dalam perspektif Teori Agenda Setting, keterlambatan publikasi konten menyebabkan kegagalan lembaga dalam menyisipkan isu prioritasnya ke dalam ruang diskusi publik secara tepat waktu. Dengan kata lain, jika konten edukatif tidak segera diterbitkan ketika isu sedang hangat, maka LSF RI kehilangan momentum untuk memengaruhi opini publik.

c) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu hambatan signifikan dalam proses desain konten di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM), khususnya dalam bidang kreatif dan komunikasi visual. Informan dari pihak desainer grafis menyampaikan bahwa jumlah personel yang terlibat langsung dalam produksi konten masih sangat terbatas, sehingga satu orang desainer sering kali harus merangkap berbagai peran dalam siklus produksi, mulai dari perencanaan

konsep, eksekusi visual, hingga revisi dan koordinasi lintas divisi. Seperti yang dijelaskan informan,

“Keterbatasan SDM jadi tantangan tersendiri, tapi kami belajar bekerja lebih lincah... bukan hanya soal cepat tayang, tapi bagaimana memastikan pesan tetap utuh dan tidak kehilangan makna edukatifnya”.

Keterbatasan ini berimbas langsung pada efektivitas peran desainer grafis sebagaimana digambarkan dalam Teori Peran (Role Theory) oleh Biddle. Ketika ekspektasi peran yang diemban (role expectations) tidak sebanding dengan kapasitas sumber daya yang tersedia, maka terjadi ketegangan peran (role strain) yang dapat mempengaruhi motivasi dan kinerja desainer grafis.

d) Miskomunikasi dalam Penyampaian Brief

Salah satu hambatan yang kerap dihadapi desainer grafis dalam proses produksi konten di LSF RI adalah terjadinya miskomunikasi dalam penyampaian brief atau arahan kerja dari pihak pimpinan maupun divisi terkait. Proses penyampaian gagasan atau pesan yang hendak divisualisasikan sering kali belum disertai dengan penjelasan yang rinci dan konkret, sehingga membuka peluang terjadinya perbedaan interpretasi antara pemilik pesan pimpinan/subkomisi dengan tim kreatif yang mengeksekusinya. Ketua subkomisi menjelaskan,

“Kadang ada perbedaan interpretasi antara arahan konseptual dari pimpinan dengan hasil visual yang dirancang oleh tim desain. Misalnya, pesan soal edukasi sensor justru kadang tertutupi oleh gaya visual yang terlalu dekoratif”.

Ketua Subkomisi Media dan Publikasi juga mengakui bahwa miskomunikasi merupakan bagian dari dinamika kerja yang sering terjadi, terutama ketika pertemuan koordinasi tidak sempat dilakukan secara langsung. Ia menekankan pentingnya membangun budaya komunikasi yang terbuka dan reflektif di antara seluruh tim, agar setiap masukan dan koreksi dapat dipahami sebagai proses pembelajaran bersama, bukan sebagai

bentuk kegagalan individu.

Hal ini menandakan pentingnya komunikasi dua arah yang intens dan terbuka agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterjemahkan secara akurat dalam visual. Dalam kerangka Teori Komunikasi Visual, masalah interpretasi pesan adalah bagian dari tantangan semiotik, yaitu bagaimana makna yang dimaksudkan bisa diterima secara tepat oleh pembuat maupun penerima pesan. Sementara itu, dalam Teori Peran, miskomunikasi ini dapat dilihat sebagai bentuk konflik peran (*role conflict*) ketika tidak ada keselarasan antara ekspektasi lembaga dan eksekusi desainer.

Dengan demikian, hambatan dalam bentuk miskomunikasi ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis desain, tetapi juga mencerminkan perlunya peningkatan kapasitas komunikasi lintas fungsi dalam struktur organisasi. Penanganan miskomunikasi secara strategis dan kolaboratif akan memperkuat efektivitas kerja tim, sekaligus menjamin kualitas output visual yang merepresentasikan pesan lembaga secara akurat dan profesional.

2) Informan 2 Penanggung jawab Instagram LSF RI.

Dalam praktik pengelolaan konten media sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), desainer grafis memainkan peran penting dalam menerjemahkan pesan kebijakan menjadi komunikasi visual yang informatif dan menarik. Namun, peran ini tidak terlepas dari sejumlah hambatan yang memengaruhi efektivitas kerja desain dan produktivitas publikasi konten. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan dari pihak internal LSF RI, hambatan-hambatan ini dapat dikategorikan ke dalam empat tema utama: (1) birokrasi dan prosedur yang kompleks, (2) kesenjangan interpretasi pesan dan visual, (3) keterbatasan teknis dan SDM, serta (4) ketegangan antara kreativitas dan formalitas institusional.

a) Prosedur Birokratis yang Kompleks

Hambatan paling sering dan mencolok yang dihadapi oleh tim desain adalah prosedur birokrasi yang panjang dan berlapis dalam proses validasi konten sebelum publikasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Admin Instagram LSF RI,

“Tantangan paling sering muncul justru bukan dari sisi teknis desainnya, tapi dari proses birokrasi yang cukup panjang... Setelah desain selesai, kami masih harus melewati beberapa tahap validasi mulai dari tim substansi, kadang ke pimpinan, baru bisa tayang”.

Prosedur yang panjang ini kerap menyebabkan keterlambatan dalam publikasi konten, terutama jika konten tersebut berkaitan dengan isu publik yang memerlukan respons cepat. Dalam konteks *Teori Agenda Setting*, keterlambatan publikasi semacam ini dapat menyebabkan kegagalan lembaga dalam menyisipkan pesan penting ke dalam ruang wacana publik pada waktu yang strategis. LSF RI, sebagai institusi negara yang mengedepankan edukasi publik, berisiko kehilangan momentum dalam membentuk persepsi khalayak jika informasi tidak segera dirilis.

b) Kesenjangan Interpretasi antara Substansi dan Visual

Hambatan kedua yang dominan adalah adanya kesenjangan interpretatif antara pihak substansi, admin media, dan tim desain grafis. Hal ini terjadi karena desainer tidak hanya bertugas mengeksekusi, tetapi juga harus mampu menerjemahkan pesan yang terkadang kompleks ke dalam format visual yang efektif dan mudah dipahami. Admin Instagram LSF RI menjelaskan,

“Kadang interpretasi visual bisa berbeda dari yang dimaksud substansi... Misalnya, desain sudah siap tayang, tapi diminta revisi karena dianggap terlalu santai untuk standar komunikasi lembaga”.

Permasalahan ini berkaitan erat dengan *Teori Komunikasi Visual*, di mana makna dalam desain bersifat simbolik dan dapat dipersepsi secara beragam. Ketidaksinkronan antara pesan verbal

dari tim substansi dan pesan visual dari desainer dapat menyebabkan distorsi makna. Oleh karena itu, proses komunikasi dua arah dan penyesuaian antar tim menjadi penting untuk meminimalkan miskomunikasi.

c) Keterbatasan Teknis dan Sumber Daya Manusia

Di sisi lain, faktor teknis seperti keterbatasan perangkat kerja dan jumlah personel juga menjadi hambatan serius dalam proses desain. Perangkat yang tidak memadai serta beban kerja yang tinggi pada tim desain dapat menyebabkan keterlambatan pengerjaan konten. Hal ini juga disinggung dalam wawancara dengan Ketua Subkomisi Media dan Publikasi,

“Kadang kami harus menyesuaikan ulang jadwal unggahan karena file desain belum final atau masih revisi karena komunikasi antar divisi yang terlambat”.

Hambatan ini dapat dikaji melalui *Teori Peran* (Role Theory). Ketika seorang desainer grafis dihadapkan pada ekspektasi kerja yang tinggi namun tidak diimbangi dengan dukungan teknis dan struktural, maka akan muncul yang disebut *role strain* atau ketegangan peran. Hal ini berdampak pada penurunan efektivitas kerja dan bahkan potensi burnout dalam jangka panjang.

d) Ketegangan antara Kreativitas dan Formalitas Lembaga
Tantangan berikutnya yang dihadapi oleh desainer grafis

LSF RI adalah adanya ketegangan antara kebutuhan untuk menciptakan desain yang kreatif dan tuntutan formalitas komunikasi institusional. Dalam konteks lembaga pemerintah, komunikasi visual harus tetap mematuhi nilai-nilai institusi dan tidak boleh terlalu “santai” atau informal. Admin Instagram LSF RI menjelaskan,

“Tim desain ingin berekspresi lebih bebas dan kreatif, sementara di sisi lain, kami terikat pada citra lembaga yang formal dan birokratis... Tantangan utamanya adalah

menjaga agar konten tetap menarik, tanpa melanggar batas-batas institusional”.

Situasi ini menunjukkan adanya dilema peran yang harus dihadapi oleh desainer grafis dalam ruang birokrasi. Dalam *Teori Peran*, ini disebut sebagai *role conflict*, yaitu ketika peran kreatif yang melekat pada profesi desainer bertabrakan dengan peran administratif yang dibutuhkan oleh lembaga. Akibatnya, proses kreatif menjadi terhambat, atau sebaliknya, nilai institusi menjadi dikompromikan jika desain terlalu bebas.

3) Informan 3 Desainer grafis Instagram LSF RI

Dalam mengelola konten media sosial Instagram di lingkungan Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), desainer grafis memainkan peran strategis sebagai jembatan visual antara pesan lembaga dengan khalayak publik. Namun, peran tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan dan hambatan yang bersifat struktural, teknis, hingga komunikasi lintas divisi. Berdasarkan hasil wawancara dengan desainer grafis LSF RI, admin media sosial, dan Ketua Subkomisi Media dan Publikasi, terdapat beberapa kategori hambatan utama yang dihadapi dalam proses desain.

a) Hambatan Birokrasi dan Proses Persetujuan yang Berlapis

Salah satu tantangan utama yang dihadapi desainer grafis dalam pengelolaan konten Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) adalah hambatan birokrasi dan proses persetujuan konten yang berlapis. Dalam lingkungan lembaga pemerintah yang menjunjung tinggi akurasi dan kepatuhan terhadap regulasi, setiap konten visual yang akan dipublikasikan harus melewati tahapan validasi yang ketat dan melibatkan berbagai tingkat otoritas. Proses ini, meskipun penting dari aspek tata kelola, sering kali memperlambat ritme kerja tim desain, khususnya saat menghadapi isu publik yang membutuhkan respons cepat dan tepat waktu. Ia menyampaikan,

“Saya pernah alami revisi hanya karena pemilihan gambar dianggap terlalu provokatif meski maksudnya edukatif”. Hal ini menyebabkan keterlambatan tayangnya konten yang seharusnya merespons momen publik secara cepat.

Dari sudut pandang *Teori Agenda Setting*, keterlambatan ini mengakibatkan institusi kehilangan peluang untuk menyisipkan isu edukatif ke dalam diskursus publik secara tepat waktu. Ketika isu sedang hangat, tetapi konten visual baru dapat ditayangkan setelah momentum berlalu, maka peran institusi sebagai pengatur agenda publik menjadi tidak optimal.

Meski demikian, hambatan birokrasi yang bersifat struktural tetap tidak dapat dielakkan sepenuhnya. Dalam wawancara, desainer mengakui bahwa mereka perlu mengembangkan ketahanan mental, fleksibilitas, dan kemampuan adaptasi yang tinggi. Mereka harus siap menerima masukan dari berbagai pihak, merevisi berkali-kali, serta menjaga profesionalisme meski proses kerja kerap terganggu oleh prosedur yang panjang. Hambatan birokrasi ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis produksi, tetapi juga secara langsung memengaruhi ruang eksplorasi kreatif serta kecepatan tim dalam membangun komunikasi visual yang relevan dengan isu publik.

Dengan demikian, hambatan birokrasi dan proses persetujuan berlapis merupakan bagian integral dari tantangan institusional yang dihadapi oleh desainer grafis di lembaga pemerintah. Hal ini menegaskan bahwa kerja kreatif dalam birokrasi memerlukan pendekatan yang tidak hanya inovatif dari sisi visual, tetapi juga strategis dalam memahami dan mengelola dinamika organisasi.

b) Ketegangan antara Kreativitas dan Batasan Institusional

Dalam konteks kerja kreatif di lingkungan birokrasi pemerintah seperti Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), desainer grafis dihadapkan pada tantangan inheren

berupa ketegangan antara kebutuhan untuk menghadirkan konten yang kreatif dan menarik di satu sisi, dan keterikatan pada batasan institusional yang ketat di sisi lainnya. Ketegangan ini muncul sebagai dinamika yang terus-menerus, mengingat karakter platform media sosial yang menuntut inovasi visual dan pendekatan komunikatif yang segar, sementara institusi sebagai lembaga negara harus tetap menjaga wibawa, kehati-hatian, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai resmi. Desainer menyampaikan,

“Kebebasan kreatif saya memang ada, tapi harus tetap mengikuti pedoman branding LSF... pernah juga ilustrasi yang saya buat dianggap terlalu ekspresif, jadi harus disederhanakan”.

Hal ini sejalan dengan *Teori Peran* (Biddle) yang menyatakan bahwa dalam konteks institusional, seseorang dapat mengalami *role conflict* ketika ekspektasi terhadap peran kreatif berbenturan dengan norma-norma struktural lembaga. Ketegangan ini memaksa desainer untuk beradaptasi dan menyeimbangkan dua kutub ekstrem: nilai estetika dan nilai institusional.

Dengan demikian, ketegangan antara kreativitas dan batasan institusional merupakan kenyataan yang tidak bisa dihindari dalam kerja desain di lingkungan pemerintahan. Namun justru di dalam ketegangan itulah desainer ditantang untuk tidak sekadar menghasilkan karya visual yang menarik, tetapi juga memiliki sensitivitas terhadap nilai lembaga, norma publik, dan dinamika komunikasi digital. Proses ini memperlihatkan bahwa kreativitas dalam birokrasi bukan berarti tanpa kebebasan, melainkan kreativitas yang bertanggung jawab dan kontekstual.

c) Kendala Teknis dan Keterbatasan Infrastruktur

Dalam pelaksanaan tugasnya sebagai desainer grafis di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI), informan mengungkapkan bahwa salah satu hambatan paling nyata dan

berulang adalah kendala teknis dan keterbatasan infrastruktur pendukung kerja kreatif. Meskipun fungsi visual sangat strategis dalam membangun komunikasi publik melalui media sosial, dukungan peralatan dan teknologi yang tersedia belum sepenuhnya mampu mengimbangi beban kerja dan tuntutan performa desain yang semakin kompleks.

Secara spesifik, informan menjelaskan bahwa perangkat keras yang digunakan, seperti laptop kerja, sering kali mengalami keterbatasan performa, terutama ketika harus menjalankan aplikasi desain berat atau mengolah file berukuran besar. Proses rendering desain berbasis ilustrasi detail atau animasi ringan bisa membuat perangkat menjadi lambat atau bahkan crash. Hal ini tidak hanya mengganggu ritme kerja, tetapi juga berisiko menyebabkan keterlambatan produksi konten, terutama jika konten tersebut memiliki tenggat waktu yang ketat atau bersifat responsif terhadap isu aktual. Ia menyatakan,

“Kadang laptop atau software yang tersedia nggak mendukung kalau saya mau bikin desain yang agak berat... jadi ruang kreatifnya jadi lebih sempit karena harus mikir efisiensi”.

Dalam kerangka *Teori Komunikasi Visual* (Lester), desain visual bukan sekadar persoalan estetika, melainkan fungsi komunikatif yang sangat bergantung pada dukungan teknis. Ketika keterbatasan alat menghambat kemampuan menyampaikan pesan secara visual, maka efektivitas komunikasi pun terganggu.

Dalam situasi seperti ini, desainer dituntut untuk lebih adaptif dan kreatif dalam mengelola sumber daya yang ada. Misalnya, dengan memanfaatkan template desain yang telah dibuat sebelumnya, mengoptimalkan aset visual internal, dan memprioritaskan desain yang ringkas namun komunikatif. Meskipun tidak ideal, strategi ini menjadi solusi pragmatis untuk menjaga kontinuitas produksi konten di tengah keterbatasan

teknis yang belum sepenuhnya teratasi.

Dengan demikian, kendala teknis dan keterbatasan infrastruktur menjadi tantangan mendasar dalam proses desain di LSF RI. Hambatan ini tidak hanya berpengaruh pada kecepatan produksi dan kualitas desain, tetapi juga menguji kemampuan desainer untuk tetap produktif dan inovatif dalam situasi kerja yang serba terbatas. Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur desain seharusnya menjadi bagian dari strategi jangka panjang dalam memperkuat kapasitas komunikasi digital lembaga pemerintah.

d) Kolaborasi yang Tidak Selalu Sinkron

Kolaborasi antar divisi merupakan elemen penting dalam proses produksi konten di lingkungan birokrasi pemerintahan seperti Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI). Dalam praktiknya, keberhasilan komunikasi visual yang dipublikasikan melalui akun Instagram lembaga sangat bergantung pada sinergi antara desainer grafis, tim Humas, Subkomisi Media, serta pihak-pihak lain yang berwenang dalam persetujuan konten. Namun demikian, hasil wawancara dengan informan desainer mengungkap bahwa kolaborasi lintas divisi tersebut tidak selalu berjalan sinkron, dan sering kali menjadi sumber hambatan tersendiri dalam proses desain.

Ketidaksinkronan ini muncul dalam berbagai bentuk. Salah satunya adalah perbedaan kecepatan kerja dan ekspektasi antar divisi. Misalnya, desainer membutuhkan arahan yang jelas dan tepat waktu dari tim Humas untuk mulai merancang visual. Namun, dalam beberapa kasus, arahan atau brief baru diberikan secara mendadak atau tidak cukup rinci. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam proses desain karena desainer harus menebak-nebak maksud pesan, atau bahkan mengulang pekerjaan setelah terjadi koreksi substansi. Ketika informasi dasar tidak

selaras, hasil desain pun berisiko tidak sesuai dengan pesan institusi yang diharapkan.. Ia menuturkan,

“Konsep awal dari Humas cukup bagus dari sisi substansi, tapi gaya penyampaiannya masih kaku... saya sarankan agar kontennya dibuat dalam format carousel, pakai ilustrasi yang lebih ringan... awalnya ada perdebatan juga”.

Fenomena ini mencerminkan adanya hambatan dalam menyatukan perspektif visual dan substansi. Menurut *Teori Komunikasi Visual*, perbedaan persepsi terhadap pesan dapat menimbulkan makna yang tidak utuh jika tidak dikelola melalui komunikasi dua arah yang efektif.

Meski demikian, desainer dan pihak Subkomisi Media terus berupaya memperbaiki pola kerja kolaboratif. Salah satu langkah yang *dilakukan* adalah membentuk grup koordinasi digital agar proses komunikasi bisa berlangsung lebih cepat dan responsif tanpa harus menunggu pertemuan formal. Informan juga mendorong pentingnya diskusi sejak awal dalam proses perencanaan konten, agar setiap divisi memahami arah pesan dan gaya visual yang diinginkan. Dengan demikian, desainer tidak hanya menjadi pelaksana teknis, tetapi bagian dari tim komunikasi strategis yang dapat memberi masukan substansial.

Dengan kata lain, kolaborasi yang tidak selalu sinkron menggambarkan realitas kerja dalam birokrasi yang kompleks dan lintas fungsi. Ketidakseimbangan dalam ritme kerja, ketidakjelasan peran, serta perbedaan persepsi terhadap tujuan visualisasi menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, membangun komunikasi yang lebih terbuka, terstruktur, dan berbasis kesepakatan menjadi syarat mutlak untuk mendukung proses produksi konten yang efektif, akurat, dan adaptif di era komunikasi digital.

e) Keterbatasan Waktu untuk Merespons Isu Aktual

Media sosial, khususnya Instagram, menuntut instansi

pemerintah seperti Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) untuk bersikap responsif terhadap isu-isu aktual yang muncul di tengah masyarakat. Dalam konteks ini, desainer grafis memegang peran penting dalam menciptakan konten visual yang tidak hanya menarik dan komunikatif, tetapi juga cepat dalam menanggapi momentum informasi yang berkembang. Namun demikian, hasil wawancara mengungkap bahwa keterbatasan waktu menjadi salah satu hambatan signifikan yang kerap dihadapi dalam produksi konten responsif.

Informan menjelaskan bahwa ketika terjadi peristiwa atau isu yang berkaitan langsung dengan tugas dan fungsi LSF RI seperti perdebatan publik mengenai klasifikasi usia film, kasus pembajakan, atau wacana penyensoran konten lembaga perlu memberikan edukasi atau klarifikasi secara cepat melalui media sosial. Sayangnya, realitas kerja birokrasi yang penuh tahapan membuat desainer grafis tidak selalu dapat mengeksekusi visual dengan segera. Proses validasi konten yang harus melewati berbagai lapisan persetujuan, serta keterbatasan waktu dari tim lain dalam memberikan brief atau substansi, menyebabkan konten sering kali terlambat tayang dan kehilangan momentum. Ia menyampaikan,

“Tantangannya lebih ke waktu dan tenaga, karena kadang harus kerja cepat di luar jam biasa. Tapi saya pribadi suka tantangan kayak gini, karena bisa lebih spontan dan kreatif”.

Tuntutan kecepatan ini harus diimbangi dengan tetap menjaga kualitas dan akurasi desain. Dalam perspektif *Teori Agenda Setting*, kemampuan institusi dalam merespons isu tepat waktu menjadi faktor penting untuk memengaruhi wacana publik. Keterlambatan akibat hambatan internal berisiko menurunkan efektivitas agenda lembaga.

Namun demikian, keterbatasan waktu tetap menjadi

kendala struktural yang tidak mudah diatasi sepenuhnya. Ketika publik menuntut kecepatan, sementara lembaga dibatasi oleh prosedur kehati-hatian, maka posisi desainer grafis berada dalam tekanan antara kecepatan produksi dan akurasi institusional. Mereka harus berpikir cepat, bertindak cepat, namun tetap mempertahankan kualitas visual dan kesesuaian dengan karakter lembaga.

Dengan demikian, keterbatasan waktu dalam merespons isu aktual tidak hanya menjadi tantangan teknis, tetapi juga mencerminkan ketegangan antara logika media sosial yang cepat dan logika birokrasi yang berhati-hati. Hal ini menuntut desainer grafis di lembaga pemerintah untuk memiliki kepekaan terhadap waktu, kemampuan mengelola stres, serta keterampilan beradaptasi dalam kondisi darurat informasi. Ke depan, pengembangan sistem perencanaan konten berbasis isu, penambahan personel kreatif, dan digitalisasi proses persetujuan menjadi langkah strategis yang patut dipertimbangkan untuk menjawab tantangan ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, telah diketahui hal terkait dengan peran desainer grafis dalam mengelola konten media sosial instagram lembaga sensor film republik indonesia hasil temua tersebut dikelompokkan berdasarkan sub fokus yaitu:

1. Strategi Desainer Grafis dalam Menciptakan Konten yang Menarik Dan Edukatif

Berdasarkan hasil wawancara dengan desainer grafis Instagram LSF RI, Ketua Subkomisi Media dan Publikasi, serta penanggung jawab media sosial, ditemukan bahwa strategi utama desainer grafis berpusat pada kombinasi daya tarik visual dan nilai edukatif yang selaras dengan citra kelembagaan. Strategi ini dilandasi oleh pemahaman bahwa audiens media

sosial, khususnya generasi muda, lebih responsif terhadap konten yang memadukan unsur estetika, informasi, dan relevansi.

Dari perspektif Teori Komunikasi Visual (Lester, 2011), desainer memanfaatkan elemen-elemen seperti warna, tipografi, layout, dan ilustrasi untuk menciptakan pesan visual yang komunikatif. Misalnya, penggunaan warna pastel untuk konten edukasi ringan bertujuan menciptakan kesan bersahabat, sementara palet warna netral digunakan untuk konten regulatif agar terkesan resmi. Pemilihan tipografi juga mempertimbangkan keterbacaan di layar ponsel, menyesuaikan dengan platform Instagram.

Strategi desain LSF RI diawali dengan analisis pesan inti yang ingin disampaikan. Desainer mengidentifikasi informasi utama, lalu mengolahnya menjadi konsep visual yang mampu menarik perhatian audiens dalam 3–5 detik pertama, sesuai prinsip *attention-first*. Hal ini sejalan dengan penelitian Kartika & Putra (2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan pesan edukatif di media sosial sangat bergantung pada kekuatan visual di detik awal interaksi pengguna.

Dalam kerangka Agenda Setting Theory (McCombs & Shaw, 1972), desainer berperan sebagai penentu prioritas informasi melalui visualisasi pesan. Mereka memilih isu-isu yang dianggap penting untuk disampaikan, lalu membungkusnya dalam format carousel, infografis, atau video singkat. Strategi ini memungkinkan lembaga untuk mengarahkan perhatian publik pada topik tertentu, seperti literasi sensor atau klasifikasi usia film.

Pemanfaatan format konten yang beragam menjadi strategi kunci. Carousel digunakan untuk konten yang memerlukan penjelasan bertahap, infografis untuk data ringkas, dan video singkat untuk isu yang memerlukan pendekatan naratif. Observasi menunjukkan bahwa penggunaan format yang variatif meningkatkan *engagement rate*, karena audiens tidak merasa jenuh dengan gaya penyajian yang monoton.

Teori Peran (Biddle, 1986) membantu menjelaskan bagaimana desainer menginternalisasi perannya tidak hanya sebagai teknisi visual,

tetapi juga sebagai *visual storyteller*. Peran ini menuntut desainer untuk memahami audiens, menginterpretasi kebijakan lembaga, dan mengubahnya menjadi pesan visual yang relevan secara sosial. Hal ini terlihat ketika desainer menyesuaikan gaya ilustrasi menjadi lebih ringan untuk menarik audiens remaja.

Strategi adaptasi terhadap tren visual juga menjadi bagian penting. Desainer rutin memantau perkembangan desain grafis di media sosial, lalu mengadaptasinya sesuai koridor institusional. Misalnya, penggunaan elemen ilustrasi *flat design* yang sedang tren dipadukan dengan ikonografi khas LSF RI. Pendekatan ini konsisten dengan temuan Pramono (2021) yang menyatakan bahwa adaptasi tren visual dapat meningkatkan relevansi konten institusi di mata audiens digital.

Penggunaan bahasa visual yang ringan, meski mengangkat topik serius, juga menjadi strategi efektif. Dalam konten tentang klasifikasi usia film, misalnya, pesan disampaikan dengan ilustrasi karakter kartun dan kalimat singkat yang mudah dicerna. Strategi ini sesuai prinsip *dual coding theory* yang menyatakan bahwa kombinasi teks singkat dan visual kuat meningkatkan daya ingat audiens.

Untuk menjaga konsistensi, desainer menerapkan pedoman branding yang memuat panduan warna, tipografi, logo, dan gaya visual. Konsistensi ini penting dalam komunikasi visual untuk membangun identitas lembaga. Penelitian Nugraha & Lestari (2020) menunjukkan bahwa konsistensi identitas visual meningkatkan kredibilitas organisasi di media sosial.

Dalam konteks agenda setting, strategi ini memperkuat framing isu yang diangkat. Konten yang dikemas dengan konsistensi visual memudahkan audiens mengenali sumber pesan dan mengasosiasikannya dengan LSF RI. Hal ini memberi keuntungan strategis dalam membangun otoritas lembaga di ruang digital.

Observasi juga menemukan bahwa desainer memanfaatkan data analitik Instagram untuk mengevaluasi efektivitas strategi. Metrik seperti *reach*, *engagement rate*, dan *share count* digunakan untuk menilai konten

yang paling diminati audiens. Informasi ini menjadi dasar pengambilan keputusan kreatif di konten berikutnya, sejalan dengan penelitian Rachmawati (2021) yang menekankan pentingnya desain berbasis data.

Strategi lain adalah pembuatan template desain untuk mempercepat produksi konten, khususnya pada situasi yang memerlukan respons cepat terhadap isu aktual. Template ini memungkinkan desainer menyesuaikan pesan tanpa mengubah struktur visual, sehingga menjaga konsistensi sekaligus efisiensi waktu.

Hambatan birokrasi yang berlapis diatasi dengan membangun koordinasi informal dengan tim humas dan subkomisi media. Strategi komunikasi lintas divisi ini mempercepat proses validasi konten dalam situasi mendesak. Pendekatan ini membuktikan bahwa peran desainer tidak hanya berada di ranah kreatif, tetapi juga strategis dalam manajemen komunikasi internal.

Secara kritis, strategi desainer grafis di LSF RI menunjukkan adanya sinergi antara kreativitas, data, dan kepatuhan institusional. Tantangan muncul ketika kreativitas harus dibatasi oleh regulasi dan proses birokrasi, namun desainer mampu menemukan solusi adaptif seperti memanfaatkan tren, menyederhanakan pesan, dan memperkuat identitas visual.

Dengan demikian, pola utama yang muncul adalah: (1) orientasi pada kombinasi estetika dan edukasi, (2) adaptasi terhadap tren visual, (3) diversifikasi format konten, (4) konsistensi identitas visual, dan (5) penggunaan data untuk pengambilan keputusan kreatif. Strategi ini tidak hanya memenuhi tuntutan komunikasi visual modern, tetapi juga mendukung agenda lembaga dalam membentuk persepsi publik dan menjalankan peran strategisnya di ruang digital.

2. Hambatan Utama Seorang Desainer Grafis dalam Proses Desain di Lembaga Sensor Film Republik Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan yakni desainer grafis Instagram LSF RI, Ketua Subkomisi Media dan Publikasi, serta

penanggung jawab media sosial teridentifikasi bahwa hambatan utama desainer grafis di lingkungan LSF RI bukan hanya masalah teknis, tetapi juga struktural dan kultural. Hambatan ini meliputi keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur kerja yang kurang memadai, alur birokrasi yang panjang, miskomunikasi dalam penyampaian brief, serta ketegangan antara kreativitas dan batasan institusional.

Dari perspektif Teori Peran (Biddle, 1986), hambatan tersebut merefleksikan adanya *role conflict* dan *role overload*. Desainer di LSF RI tidak hanya menjalankan peran teknis sebagai pembuat desain, tetapi juga harus mengemban peran strategis sebagai komunikator visual yang paham substansi pesan, penafsir kebijakan, sekaligus pengelola citra lembaga. Peran ganda ini memunculkan beban kerja yang tinggi, apalagi ketika didukung dengan tim kreatif yang jumlahnya terbatas.

Hambatan pertama yang menonjol adalah keterbatasan sumber daya manusia. Dari hasil wawancara terungkap bahwa sebagian besar tanggung jawab desain media sosial ditangani oleh satu desainer. Kondisi ini menciptakan *role overload* karena satu orang harus mengelola berbagai jenis konten, dari desain rutin hingga konten responsif untuk isu aktual. Penelitian Arifin & Lestari (2020) juga menemukan fenomena serupa di lembaga pemerintah daerah, di mana keterbatasan SDM kreatif berpengaruh langsung terhadap kualitas dan konsistensi konten.

Hambatan kedua adalah kendala teknis dan keterbatasan infrastruktur. Perangkat keras dan perangkat lunak desain yang digunakan sering kali tidak mendukung proses kreatif secara optimal. Dalam Teori Komunikasi Visual (Lester, 2011), kualitas visual berperan penting dalam membentuk persepsi audiens. Ketika sarana teknis terbatas, kualitas visual yang dihasilkan berisiko tidak maksimal, sehingga mengurangi daya tarik pesan yang disampaikan.

Hambatan ketiga adalah miskomunikasi dalam penyampaian brief. Hasil wawancara menunjukkan bahwa koordinasi antara tim humas dan desainer kadang dilakukan secara informal, misalnya melalui percakapan

singkat di aplikasi pesan tanpa dokumentasi yang jelas. Akibatnya, desainer sering kali menerima informasi yang tidak lengkap atau berubah di tengah proses produksi, sehingga memicu revisi berulang dan membuang waktu. Penelitian Zainuddin & Nuryanti (2022) juga menyoroti bahwa miskomunikasi antar tim kreatif dan redaksi di institusi publik mengakibatkan inkonsistensi pesan visual.

Hambatan keempat berkaitan dengan birokrasi dan proses persetujuan yang berlapis. Setiap desain yang sudah selesai harus melewati tahapan validasi dari berbagai pihak, mulai dari tim media, subkomisi, hingga pihak hukum jika konten dianggap sensitif. Dari sudut pandang Agenda Setting Theory (McCombs & Shaw, 1972), keterlambatan ini dapat melemahkan kemampuan lembaga dalam memengaruhi opini publik secara tepat waktu, terutama saat merespons isu yang sedang menjadi perhatian masyarakat.

Hambatan kelima adalah ketegangan antara kreativitas dan batasan institusional. Desainer sering kali memiliki ide visual yang segar dan atraktif, namun harus menyesuaikannya dengan aturan branding, bahasa, dan citra resmi lembaga. Dalam Teori Peran, kondisi ini disebut *intrarole conflict*, yaitu benturan antara ekspektasi kreatif dan norma kelembagaan. Penelitian Sari & Wijaya (2021) menunjukkan bahwa keterbatasan ruang kreativitas dalam organisasi publik sering kali menghambat inovasi visual.

Hambatan-hambatan tersebut saling berinteraksi dan memperlambat proses produksi konten. Misalnya, keterbatasan SDM memperpanjang waktu pengerjaan, miskomunikasi menambah jumlah revisi, dan birokrasi membuat konten kehilangan momentum untuk dipublikasikan. Dalam ekosistem media sosial yang serba cepat, hambatan-hambatan ini berdampak langsung pada efektivitas komunikasi visual lembaga.

Hasil observasi penulis juga menguatkan temuan bahwa hambatan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sistemik. Kalender editorial yang disusun sering kali harus diubah karena perubahan prioritas dari pihak manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa desainer bekerja dalam

lingkungan komunikasi yang dinamis, namun kurang memiliki fleksibilitas prosedural untuk merespons perubahan secara cepat.

Dalam kerangka Komunikasi Visual, hambatan-hambatan tersebut memengaruhi kualitas estetika dan keterbacaan konten. Visual yang dikerjakan dalam waktu terbatas dengan revisi berulang berisiko kehilangan koherensi desain dan kesesuaian dengan strategi visual lembaga. Padahal, konsistensi visual merupakan salah satu faktor utama yang membangun citra positif lembaga di mata publik.

Dari perspektif Agenda Setting, hambatan birokrasi dan keterlambatan produksi mengurangi peluang LSF RI untuk menjadi sumber informasi pertama terkait isu film dan sensor. Ketika publik sudah lebih dahulu mendapatkan informasi dari sumber lain, posisi lembaga sebagai pengarah opini publik melemah. Hal ini membuktikan bahwa kendala internal dapat berpengaruh langsung pada peran strategis lembaga di ruang publik digital.

Dari sudut pandang Teori Peran, hambatan-hambatan tersebut juga memunculkan *role strain*, yaitu tekanan yang muncul ketika tuntutan pekerjaan melebihi kapasitas sumber daya yang tersedia. Tekanan ini dapat berdampak pada motivasi kerja, kualitas hasil desain, dan efektivitas kolaborasi lintas divisi. Desainer harus mampu beradaptasi dengan keterbatasan sambil tetap memenuhi ekspektasi dari berbagai pihak.

□ Penelitian sebelumnya oleh Ramadhani (2022) pada komunikasi digital instansi pemerintah menunjukkan bahwa hambatan-hambatan struktural seperti ini dapat diatasi melalui dua strategi: (1) penguatan tim kreatif dengan SDM tambahan, dan (2) digitalisasi proses persetujuan konten. Temuan tersebut relevan dengan situasi di LSF RI, di mana hambatan cenderung muncul karena keterbatasan tim dan panjangnya jalur birokrasi.

Dengan mengaitkan hasil penelitian ini dengan teori dan studi terdahulu, dapat disimpulkan bahwa hambatan utama desainer grafis di LSF RI tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil interaksi antara

faktor teknis, struktural, dan peran sosial. Solusi yang diperlukan juga harus bersifat holistik, mencakup penyediaan infrastruktur, perbaikan sistem komunikasi internal, dan reformasi alur persetujuan.

Secara kritis, hambatan-hambatan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan kecepatan komunikasi di era digital dengan mekanisme kerja institusi pemerintah yang cenderung konservatif. Mengatasi hambatan ini berarti tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja desainer, tetapi juga memperkuat kapasitas LSF RI dalam menjalankan fungsi komunikasi publiknya sesuai prinsip komunikasi visual, agenda setting, dan peran strategis di ruang digital.

BAB V

PENUTUP

B. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Strategi Desainer Grafis dalam Mengelola Konten Media Sosial Instagram Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI)*, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Strategi utama desainer grafis dalam menciptakan konten Instagram LSF RI meliputi pemilihan warna, tipografi, ilustrasi, serta tata letak yang konsisten dengan identitas kelembagaan. Selain itu, strategi disesuaikan dengan tren visual terkini agar konten lebih relevan, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

Penerapan strategi visual dilakukan dengan menggabungkan unsur estetika dan nilai edukasi. Konten tidak hanya dirancang untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk menyampaikan pesan mengenai sensor dan klasifikasi film secara jelas, informatif, dan komunikatif.

Kolaborasi lintas divisi mendukung keberhasilan strategi desain grafis. Proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten dilakukan melalui koordinasi dengan tim media, penanggung jawab publikasi, dan pihak birokrasi internal untuk memastikan kesesuaian dengan regulasi dan tujuan kelembagaan.

Hambatan yang dihadapi meliputi proses birokrasi yang panjang, keterbatasan waktu produksi, serta penyesuaian dengan dinamika tren media sosial. Meski demikian, desainer grafis berupaya mengatasinya dengan fleksibilitas desain, penyesuaian strategi berdasarkan data analitik, serta pemanfaatan kreativitas untuk menjaga daya tarik konten.

Evaluasi efektivitas strategi dilakukan melalui tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) seperti jumlah suka, komentar, dan interaksi publik. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi visual yang diterapkan cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya sensor dan klasifikasi film.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi desainer grafis berperan penting dalam mendukung komunikasi publik LSF RI melalui Instagram, khususnya dalam mengemas pesan edukasi menjadi konten visual yang menarik, informatif, serta relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

C. Implikasi

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan kajian komunikasi visual institusional, khususnya dalam konteks lembaga pemerintah. Secara teoritis, temuan ini memperkaya pemahaman mengenai peran desainer grafis sebagai aktor komunikasi dalam sistem birokrasi, yang tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada efektivitas dan tanggung jawab komunikasi publik.

Secara praktis, hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa desainer grafis seharusnya diberikan ruang partisipatif yang lebih luas dalam proses perencanaan komunikasi institusional. Pelibatan sejak awal dalam proses kreatif, perumusan pesan, dan perencanaan editorial akan meningkatkan kualitas visual sekaligus mempercepat distribusi pesan. Hal ini krusial dalam menghadapi dinamika media sosial yang menuntut kecepatan dan responsivitas tinggi.

Implikasi lainnya adalah pentingnya penyediaan infrastruktur pendukung yang memadai. Kinerja desainer grafis sangat bergantung pada kualitas perangkat keras dan lunak, akses terhadap aset desain, serta sistem kolaborasi digital yang efisien. Dengan infrastruktur yang kuat, produktivitas dan kreativitas tim desain dapat ditingkatkan secara signifikan.

Lebih jauh, penelitian ini menyoroti pentingnya reformasi alur kerja internal lembaga, khususnya dalam proses persetujuan dan revisi konten. Proses yang terlalu panjang dan tidak sinkron antardivisi menjadi kendala utama dalam merespons isu aktual. Oleh karena itu, diperlukan sistem kerja yang fleksibel dan berbasis kolaborasi untuk mengoptimalkan peran komunikasi visual dalam mendukung agenda kelembagaan.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi di atas, penulis mengajukan beberapa saran untuk pihak-pihak terkait, sebagai berikut:

1. Bagi LSF RI, disarankan untuk menyusun sistem kerja desain yang lebih kolaboratif dan terstruktur. Pelibatan desainer sejak awal, penyederhanaan alur persetujuan konten, serta pembentukan tim kreatif lintas divisi dapat memperkuat efektivitas komunikasi lembaga melalui media sosial.
2. Bagi tim desainer grafis, penting untuk terus mengembangkan kompetensi dalam desain berbasis data dan storytelling visual. Dengan memahami pola interaksi pengguna dan prinsip agenda setting, desainer dapat menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga berdampak dalam membentuk opini publik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mengukur dampak visual terhadap persepsi audiens. Selain itu, kajian serupa juga dapat diterapkan pada lembaga pemerintah lainnya guna memperluas pemetaan peran desain grafis dalam komunikasi publik institusional.
4. Bagi institusi pendidikan, disarankan untuk menyusun kurikulum komunikasi visual yang mengintegrasikan kompetensi teknis desain dengan pemahaman manajemen komunikasi lembaga. Dengan demikian, lulusan tidak hanya mahir secara teknis, tetapi juga mampu beradaptasi dalam sistem kerja birokratis dan bertanggung jawab terhadap pesan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aizah, A. R. (2018). Bahasa Indonesia dalam Karya Sastra: Peran dan Fungsinya sebagai Pembentuk Identitas Nasional. *Jurnal Pena Indonesia*, 4(1), 1-15.
- Andika Adi Pratama, Abdul Basith, Galih Mandala Putra, A. W. (2024). Perancangan Graphic Standard Manual Media Sosial pada Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon. *Jurnal Grafis*, Vol. 3, No. 1.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif (Edisi 1). *Surabaya: Airlangga University Press*.
- Ardiansyah Nugraha, Syti Sarah Maesaroh, & A. N. (2023). “Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Engagement Media Sosial Instagram @sukabumi. *Jurnal Mirai Management*.
- Astuti, F. D., & Rahmawati, N. D. (2020). Komunikasi Visual dan Tantangan Desainer dalam Media Sosial Pemerintahan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 12(1), 45–55.
- Biddle, B. J. (1979). *Expectations, identities, and behaviors*. New York: Academic.
- Biddle, B. J. (1986). Recent Developments in Role Theory. *Annual Review of Sociology*, 12, 67–92.
- Carlson, P. J., & Zmud, R. W. (1999). Channel Expansion Theory and the Experiential Nature of Media Richness Perceptions. *Academy of Management Journal*, 42(2), 153–170.
- Dataloka.id. (2025). Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia. *Januari 2023–Januari 2025*.
- Dawami, A. K., & Rifqi, M. (2021). Fenomenologi Desain: Pengungkapan Pengalaman Desainer dalam Desain Komunikasi Visual. *Human Narratives*, 2(2), 108–120.
- Desia, A. (2023). . Analisis Desain Konten Instagram sebagai Strategi Promosi @dkv.budiluhur. *Kartala Visual Studies*, Vol. 2, No. 1.
- Dewi, N. P. A. S. (2022). Hambatan Desainer Grafis dalam Produksi Konten Instagram di Mata Indonesia News. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 6(2),

101–110.

- Dewi, T. R. (2023). Konflik Peran Desainer Grafis di Institusi Pemerintah: Antara Kreativitas dan Regulasi. *Jurnal Administrasi Komunikasi*, 10(1), 28–39.
- Effendy, O. U. (2020). Komunikasi Visual di Era Digital: Peran Desain Grafis dalam Membangun Citra Media Sosial Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)*, 5(2), 87–98.
- Fatharani, Nadine Chaya & Anisa, R. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Ldiktiwilayah4 oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV. *Urnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 2, No. 8.
- Haryanto, B. (2021). NDesain Komunikasi Visual sebagai Alat Edukasi Publik: Studi pada Media Sosial Kementerian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 55–66.
- Hastrida, A. (2023). Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Tinjauan Literatur Budaya Organisasi dan Risiko Teknologi. *Jurnal Pengkajian Komunikasi Dan Opini Publik, Universitas Indonesia*.
- Heriyadi, H. (2022). Peran Teori dalam Studi Komunikasi: Kajian Agenda Setting dan Implementasinya di Media Sosial. *Tasamuh: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 11–23.
- Ismail, E., Atmodjo, J. T., & Rahman, A. H. (2023). Literasi Digital Pengguna Sosial Media Lembaga Sensor Film Indonesia. *MediaKom: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 13(2).
- Istighfarin, A., & Istikhomah, F. (2024). Pengelolaan Akun Instagram Resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Sebagai Media Pemberitaan Pemerintahan Kab. Madiun. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.2208>
- Kestiyoyuni, H. (2022). Identifikasi Agenda Setting dalam Produksi Berita Detik.com “PSSI luruskan tudingan Shin Tae-Young soal tak booking lapangan”. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 6(2), 81–92.
- Lesmana, M. A., Faridi, S. N., Daud, R. F., & Mutohari, A. S. (2023). “Perancangan Desain Grafis untuk Konten Media Sosial Mutiara 88

- sebagai Media Promosi.” *Jurnal Grafis*, 5(1), 45-56.
- Lester, P. M. (2013). *Visual Communication: Images with Messages* (6th ed.). Boston: Wadsworth Publishing.
- Luttrell, R. (2022). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (4 (ed.)). Rowman & Littlefield.
- Martadi, N. F. H. & M. (2021). Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv dalam Membentuk Customer Engagement. *Jurnal Desain Komunikasi Visual (BARIK)*, Vol. 2, No. 2.
- Maulana, A. (2022). Peran dan Tantangan Desainer Grafis dalam Sistem Komunikasi Lembaga Publik. *Jurnal Media Dan Komunikasi Islam*, 6(2), 55–64.
- Purwanto, P. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. Jakarta: STAI Al-Aqidah Press.
- Putri, A. K. (2021). Dinamika Peran Desainer Grafis dalam Komunikasi Pemerintah di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah*, 8(1), 77–88.
- Rahman, H. A., & Saputra, F. (2022). Tantangan Desainer Grafis dalam Era Digital: Analisis Pengelolaan Konten Media Sosial LSF RI. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 10(2), 77-89.
- Rasuni, Subhan Zein, & S. (2024). *Sejarah Hukum Lembaga Sensor Film Indonesia Berusia 105 Tahun*. 8(1), 178–185.
- Rosilah, R. (2023). Pengelolaan Konten Instagram di Indonesia Power. *Jurnal Riset Komunikasi Terapan*, 5(2), 150–165.
- Sari, N. D. (2021). Infografik sebagai Alat Agenda Setting di Media Sosial Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Pemerintahan*, 6(2), 72–83.
- Silvia, A., Afif, A., & Hanum, R. S. (2024). Agenda-Setting: Perubahan Dinamika Agenda serta Pengaruh terhadap Persepsi & Kebijakan Selama Covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 21629–21645.
- Sugiyanto, R. (2022). No Title Strategi Komunikasi Visual dalam Meningkatkan Awareness Publik pada Lembaga Pemerintah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 22–33.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 22)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Susanto, M. (2020). peran Profesional Desainer Grafis dalam Organisasi Pemerintahan: Antara Fungsi Visual dan Komunikasi Strategis. *Jurnal Desain Dan Komunikasi Visual*, 3(1), 45–56.
- Tafta Zani, R. (2024). Peran Desainer Grafis untuk Meningkatkan Efektivitas Komunikasi pada Media Sosial di PT Yesdok Indonesia dalam Bentuk Buku Karya Ilmiah. *Jurnal Teknologi Rekayasa Multimedia*, 2(1), 45-58.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual Dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39–55. <https://doi.org/10.34010/common.v5i1.4799>
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023a). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539.
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023b). Pengaruh Desain Grafis Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Generasi Z di Kota Batam. *Jurnal Riset Komunikasi*. *Jurnal Riset Komunikasi*, 6(1), 12–24.
- Trifanny, R., Aulia, A., Agustina, R. D., Salsabila, R., & Isnanda, R. M. (2024). Peran Media sebagai Agenda Setting pada Penyebaran Peringatan Darurat. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(12), 122–132.
- Waludin, M. I. & Wardhana, S. S. M. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @P3SMANDIRI dalam Meningkatkan Brand

Awareness. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, Vol. 9, No. 2.

Wibowo, A. (2023). No Title Visualisasi Pesan Publik di Instagram: Studi Komunikasi Visual Pemerintah Kota. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(1), 44–53.

Yuliana, R. (2023). Media Sosial Pemerintah dan Agenda Setting: Narasi, Visual, dan Interaksi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 9(2), 97–109.

