

**STRATEGI KOMUNIKASI TIM PUBLIKASI SUBKOMISI MEDIA BARU
DALAM MEMPERBAIKI CITRA LEMBAGA SENSOR FILM RI
(Studi pada Akun Instagram @lsf_ri)**

Yunisa Adiestiya

Abstrak

Sejak Lembaga Sensor Film RI didirikan tahun 1916 dikenal sebagai lembaga ‘tukang potong film, tukang gunting film, perannya dalam menyensor sebuah film tidak ada gunanya’ yang berdampak buruk pada citra LSF menjadi kurang baik atau cenderung negatif. Hal ini mengartikan masih banyak publik atau masyarakat yang belum paham tugas dan peran LSF. Memperbaiki citra negatif yang dimiliki lembaga sangat penting karena akan mempengaruhi eksistensi dan kepercayaan publik. Dengan riset dan penyusunan strategi komunikasi akan lebih memudahkan dalam melakukan langkah yang diambil untuk memperbaiki citra lembaga. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tim Publikasi Subkomisi Media Baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini dengan metode penyampaian pesan dari aspek bentuk isinya, yaitu : aspek edukatif dan informatif dalam memperbaiki citra Lembaga Sensor Film RI melalui media sosial Instagram @lsf_ri didukung dengan visual yang menarik dan isi konten terkait perfilman, penyensoran, dan LSF untuk mengedukasi serta memenuhi kebutuhan informasi publik. Rekapitulasi berita sebagian besar mengenai kegiatan LSF (webinar, kunjungan, *press conference*, dan kegiatan positif lainnya).

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Citra, Media Sosial, dan Instagram.

**COMMUNICATION STRATEGY OF PUBLICATION TEAM NEW MEDIA
SUBCOMMISSION IN IMPROVING IMAGE LEMBAGA SENSOR FILM RI**

(Study on Instagram Account @lsf_ri)

Yunisa Adiestiya

Abstract

Since Lembaga Sensor Film RI established in 1916, it has been known as 'film cutter, the role as censoring film is useless' which has bad impact for LSF's corporate image that tends to be negatives. This means public or many people do not understand about duties and role of LSF. Improving the negative image of the institution is very important because it will affect the existence and trust of the public. With research and developing a communication strategy will make it easier to choose the step in improving corporate image. The purpose of this study was to find out about how communication strategy that used by Publication Team New Media Sub-commission. This study used a qualitative descriptive method. The result is with a message delivery method on content aspect, educative and informative in improving image of Lembaga Sensor Film RI through social media Instagram @lsf_ri supported by attractive visuals and related content to film, censorship, and LSF for educate and fulfill public information needs. Most of the news recapitulation is about LSF activities (webinars, visits, press conferences, and other positive activities).

Keywords: *Communication Strategy, Image, Social Media, Instagram.*