



**LEMBAGA SENSOR FILM**

REPUBLIK INDONESIA

**Laporan Detail Chart Hasil Online Survei  
LSF RI dan Pemahaman  
Gerakan Sensor Mandiri 2018  
Bagi Konsumen dan Produsen Film**



# LEMBAGA SENSOR FILM

REPUBLIK INDONESIA

## Laporan Detail Chart Hasil Online Survei LSF RI dan Pemahaman Gerakan Sensor Mandiri 2018 Bagi Konsumen dan Produsen Film





**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

# Laporan Pendahuluan Hasil Online Survei LSF RI dan Pemahaman Gerakan Sensor Mandiri 2018 #BudayaSensorMandiri

## BAB 1

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini telah memacu munculnya berbagai media baru yang memungkinkan ada interaksi dan penerimaan “nyaris” seketika pesan dan konten dari creator (pembuat konten) kepada pemirsanya.

Media baru tersebut diklasifikasikan sebagai Media Sosial<sup>1</sup>. Media sosial di Indonesia baik di kalangan muda dan dewasa, mengalami kemajuan yang sangat pesat bagi penggunaannya. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.



Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial merupakan bagian dari media komunikasi yang digunakan masyarakat pada zaman modern ini.

Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons. Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA



1. **Proyek kolaborasi** Situs web mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di situs web ini. Contohnya wikipedia.
2. **Blog dan microblog** User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter.
3. **Konten** Para user dari pengguna situs web ini saling meny-share konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain. Contohnya YouTube.
4. **Situs jejaring sosial** Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. contoh facebook.
5. **Virtual game world** Dunia virtual, di mana mengreplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya gim daring.
6. **Virtual social world** Dunia virtual yang di mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya second life.

#### 1.1 Ciri-Ciri Media Sosial

- Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Media sosial di Indonesia memiliki 120 JUTA<sup>2</sup> pengguna yang aktif dalam bermedia sosial, Masyarakat Indonesia saat ini umumnya senang berbagi informasi. Dibarengi dengan perkembangan teknologi digital yang penetrasinya hingga berbagai kalangan, peredaran informasi menjadi kian sulit terbandung.

Tingkat yang cukup tinggi dalam penggunaan media sosial sehingga konten-konten apapun dapat dengan cepat viral seperti misalnya peristiwa-peristiwa unik sampai pada hal yang mungkin tidak terpikirkan akan viral. Media sosial juga merupakan tempat "free speech"dimana netizen dapat menyampaikan dan membagi apa yang terjadi pada mereka atau disekitar mereka. Hal ini merupakan hal yang memiliki dampak **POSITIF** dan **NEGATIF** dalam kaitannya "free speech".

Terkadang netizen dalam penyampaian yang mereka alami atau sekedar berbagi dapat merugikan pihak yang bersangkutan secara tidak langsung. Masih banyak netizen yang kurang "penyaringan" dalam penggunaan kata dan kalimat dalam penyampaian di media sosial, hal ini dapat berubah menjadi yang dampak **NEGATIF** di media sosial.

Penyampaian di media sosial dapat berupa suatu keterangan dalam sebuah status ataupun dalam berkomentar. Dibalik sebuah dampak **NEGATIF** di dunia media sosial, adapun dampak **NEGATIF** yang ditimbulkan dalam berbagi di dunia sosmed. Dalam penggunaan media sosial dibutuhkannya adanya "saringan" atau edukasi untuk memilah kata yang pantas untuk disampaikan oleh netizen.

<sup>2</sup>"SARINGAN" Berupa **SENSOR MANDIRI** ini dibutuhkan bagi netizen karena untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam penggunaan media sosial dan juga tidak merugikan bagi orang lain maupun diri sendiri. Dan juga, dalam penyampaian komentar ataupun keterangan di media sosial, netizen harus berhati-hati dalam penyampaiannya agar terhindar dari hukum yang berlaku di Indonesia.

Hukum yang berlaku di Indonesia bagi penggunaan media sosial adalah tindak pidana penghinaan atau pencemaran nama baik dalam ITE (Pasal 27 ayat 3) merupakan delik aduan, bukan lagi masuk dalam delik umum, sehingga orang yang merasa dirugikan sendiri yang harus melapor. Dan ancaman lainnya dalam pasal 27 tentang pencemaran nama baik turun dari paling lama 6 tahun penjara menjadi 4 tahun penjara dan denda dari Rp 1 miliar menjadi Rp 750 juta.

Media sosial pun, selain digunakan sebagai "free speech" bagi netizen dapat juga sebagai "mata pencaharian" bagi beberapa public figure ataupun kalangan yang biasa disebut "selebram".

Inilah dimana LEMBAGA SENSOR FILM dapat mengambil peran utama dalam melakukan **EDUKASI** dan **MENGAJARKAN** mengenai **SENSOR MANDIRI** kepada netizen Indonesia sehingga kemudian menjadi sebuah budaya baru dalam menonton, melihat, berinteraksi dan membuat konten di media digital.

Perlunya dibentuk sebuah **BAROMETER BARU** untuk pengukuran kesuksesan kegiatan program kerja LEMBAGA SENSOR FILM terkait **BUDAYA SENSOR MANDIRI** sehingga terjadi **KESEPAHAMAN** terhadap tingkat pengetahuan netizen Indonesia, pembuatan modul program yang variatif dan interaktif, serta klasifikasi tingkat kesuksesan sebuah pencapaian kerja yang dinamis dan berkelanjutan.

## BAB 2 LANDASAN HUKUM

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 33 TAHUN 2009  
TENTANG  
PERFILMAN  
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang :

- A. bahwa film sebagai karya seni budaya memiliki peran strategis dalam peningkatan ketahanan budaya bangsa dan kesejahteraan masyarakat lahir batin untuk memperkuat ketahanan nasional dan karena itu negara bertanggung jawab memajukan perfilman;
- B. bahwa film sebagai media komunikasi massa merupakan sarana pencerdasan kehidupan bangsa, pengembangan potensi diri, pembinaan akhlak mulia, pemajuan kesejahteraan masyarakat, serta wahana promosi Indonesia di dunia internasional, sehingga film dan perfilman Indonesia perlu dikembangkan dan dilindungi;
- C. bahwa film dalam era globalisasi dapat menjadi alat penetrasi kebudayaan sehingga perlu dijaga dari pengaruh negatif yang tidak sesuai dengan ideologi Pancasila dan jati diri bangsa Indonesia;
- D. bahwa upaya memajukan perfilman Indonesia harus sejalan dengan dinamika masyarakat dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi;
- E. bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman tidak sesuai lagi dengan perkembangan perfilman dan semangat zamannya sehingga perlu dicabut;
- F. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e, perlu membentuk Undang-Undang tentang Perfilman;

Mengingat : Pasal 20, Pasal 21, Pasal 28, Pasal 28F, Pasal 28J, Pasal 31 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3), serta Pasal 32 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Dengan Persetujuan Bersama

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

dan

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : UNDANG-UNDANG TENTANG PERFILMAN.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.
2. Perfilman adalah berbagai hal yang berhubungan dengan film.
3. Budaya bangsa adalah seluruh sistem nilai, gagasan, norma, tindakan, dan hasil karya bangsa Indonesia di seluruh wilayah nusantara dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.
4. Kegiatan perfilman adalah penyelenggaraan perfilman yang langsung berhubungan dengan film dan bersifat nonkomersial.
5. Usaha perfilman adalah penyelenggaraan perfilman yang langsung berhubungan dengan film dan bersifat komersial.
6. Masyarakat adalah warga negara Indonesia nonpemerintah yang mempunyai perhatian dan peranan dalam bidang perfilman.
7. Iklan film adalah bentuk publikasi dan promosi film.
8. Insan perfilman adalah setiap orang yang memiliki potensi dan kompetensi dalam perfilman dan berperan dalam pembuatan film.
9. Sensor film adalah penelitian, penilaian, dan penentuan kelayakan film dan iklan film untuk dipertunjukkan kepada khalayak umum.
10. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan Pemerintahan Negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
11. Pemerintah daerah adalah gubernur, bupati atau walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
12. Menteri adalah menteri yang membidangi urusan kebudayaan.



LEMBAGA SENSOR FILM  
REPUBLIK INDONESIA



## BAB 3

### IDENTITAS KEGIATAN

#### 3.1 Tema Kegiatan

KUESIONER LEMBAGA SENSOR FILM RI DAN PEMAHAMAN GERAKAN SENSOR MANDIRI 2018, Optimalisasi Digital aset dan media untuk Berinteraksi dan mendapatkan Umpan Balik Masyarakat Pengguna Internet di Indonesia sehingga Indikator Kinerja Utama Program ini dapat termonitor dan terukur.

#### 3.2 Tujuan Kegiatan

1. Mengumpulkan Data awal dan Rekam Jejak persepsi netizen Indonesia terhadap program BUDAYA SENSOR MANDIRI dan LEMBAGA SENSOR FILM sebagai institusi pemberi layanan.
2. Menjadi bagian dari Evaluasi Program 2018.
3. Pembentukan 4( Empat) Indikator Keberhasilan Kegiatan Program BUDAYA SENSOR MANDIRI.
4. Sentralisasi Indikator Kinerja Utama [KPI] Program BUDAYA SENSOR MANDIRI ke website LSF.GO.ID dengan mengukur interaksi dan lalu lintas kata kunci.
5. Memformulasikan Program kerja BUDAYA SENSOR MANDIRI yang dinamis dan disesuaikan terhadap tingkatan penerimaan netizen Indonesia di berbagai strata sosial masyarakat Indonesia yang majemuk dan kritis [ Kota Besar - Kota Pendamping - Sub Urban.]

## BAB 4

### INDIKATOR KINERJA UTAMA [KPI] YANG TERINTEGRASI, TERMONITOR DAN TERUKUR

4 [Empat] Indikator awal, level dalam menentukan tingkat umpan-balik masyarakat terhadap BUDAYA SENSOR MANDIRI adalah :

- a. LEVEL MENGETAHUI
- b. LEVEL MEMAHAMI
- c. LEVEL MENERAPKAN
- d. LEVEL MENYEBARKAN

Lembaga Sensor Film (LSF) sebagai lembaga yang berada di garda depan dalam kegiatan #BUDAYA SENSOR MANDIRI perlu membuat program kerja yang sesuai dengan perilaku Generasi X dan Y (milennial). Secara kuantitatif dan kualitatif, tiap level dapat dimonitoring progress melalui website LSF.GO.ID

Menurut website, main-street ROI ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu program yakni:

Terjadi "Percapaian" atau Interaksi di website.

Konversi terjadi ketika pengunjung atau pelanggan mengambil tindakan tertentu sebagai hasil dari program integrasi yang terkoneksi dengan platform website digital Anda. Tidak seperti perilaku situs web, konversi lebih terkait langsung dengan keberhasilan sebuah program.

Setiap topik, materi, webseries, video, maupun selebaran yang ditaruh di website akan dipasangkan "unik tracking link" sehingga dapat diketahui keberhasilan tiap program. Adapun persentase keberhasilannya adalah sebagai berikut :

- A. LEVEL MENGETAHUI : CTR 0.01%-0.1%
- B. LEVEL MEMAHAMI : CTR 0.15%-0.4%
- C. LEVEL MENERAPKAN : CTR 0.45%-0.9%
- D. LEVEL MENYEBARKAN : CTR 0.95% - ke atas

The background is a complex digital network of glowing blue and red lines and nodes. It features several data visualization elements, including a line graph with a rising trend, a bar chart, and a pie chart, all rendered in a semi-transparent, glowing style. The overall aesthetic is high-tech and data-driven.

**Reference Data**

**And Success Metrics**

# 1. REFERENSI ACUAN DATA BAPPENAS 2013 dan APJII 2017 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)

Data kota di Indonesia dengan populasi Pengguna Internet terbesar yakni :

- a. Jakarta
- b. Bandung
- c. Tangerang
- d. Bogor
- e. Bekasi
- f. Semarang
- g. Medan
- h. Makassar
- i. Surabaya
- j. Jogjakarta

E- Survei LSF RI dan Pemahaman Gerakan Sensor Mandiri 2018 disebarakan secara mandatori ke 10(sepuluh) kota agar PENGUKURAN SAMPLE SESUAI ISIAN SURVEI.

**Pelaksanaan E-Survei LSF RI dan Periode Online Survei :**

Mulai : 07 Desember 2018

Selesai : 19 Desember 2018

Jumlah Hari : 13 (Tiga Belas) Hari

**Target 5,000 Peserta Survei :**

Pria dan Perempuan usia 13 – 75 tahun

Total populasi Penduduk Pria : 82,049,600

Total populasi Penduduk Perempuan: 92,346,000

## Finished Survey

Total, last 30 days



Referensi data Survei APJII diambil pada tahun 2017 dengan menyebarkan **2,500 Survei** terhadap **143,26Juta** Netizen (Internet Citizen) Indonesia



## 2. REFERENSI SUCCESS METRICS

Dalam menjalankan sebuah digital campaign maka pengukuran kesuksesan dalam sebuah campaign akan mengikuti matrices yang ditetapkan oleh **Google** yang dikenal dengan istilah **“conversion rate”**

Conversion rates are calculated by simply taking the number of conversions and dividing that by the number of total ad clicks that can be tracked to a conversion during the same time period. For example, if you had 50 conversions from 1,000 clicks, your conversion rate would be **5%**, since  $50 \div 1,000 = 5\%$ .



Conversion rate: Definition - Google Ads Help - Google Support

<https://support.google.com/google-ads/answer/2684489?hl=en>

Distribution Point	Conversion Rate	Vs. Average	Comments
Average	2.35%		Unremarkable
Top 25%	5.31%	2x	Awesome
Top 10%	11.45%	5x	<b><u>Unicorns</u></b>

### What is a Good Conversion Rate?

Hint: it's a lot higher than you may think.

Conventional wisdom says that a good **conversion rate** is somewhere around 2% to 5%. If you're sitting at 2%, an improvement to 4% seems like a massive jump. You doubled your conversion rate! Well, congratulations, but you're still stuck in the average performance bucket.

In this analysis, we started with all accounts we can analyze and went back a period of 3 months. We removed those that didn't have **conversion tracking** set up properly, those with low conversion volumes (<10 conversions/month), and low volume accounts (<100 clicks/month), leaving hundreds of accounts for our analysis. We then plotted where the accounts fit in terms of conversion rate.

Menurut penjelasan di atas, rata-rata angka persentase konversi yang baik adalah 2% -5%.

### 3. METRIK UTAMA YANG AKAN DIUKUR PADA E-SURVEI LEMBAGA SENSOR FILM RI 2018

Tahun 2018, LSF RI sudah rutin melakukan sosialisasi program #BUDAYASENSORMANDIRI ke berbagai kota di Indonesia.

Seperti yang kita ketahui bahwa saat ini media tontonan sudah sangat bervariasi dengan berbagai channel pilihan yang beragam, mulai dari media TV regular hingga paidTV, Bioskop, aplikasi Netflix, iflix, Viu, Live streaming, Youtube dan lain-lain.

Oleh karena itu, sangat tepat dilakukan E-SURVEI secara berkala untuk meraih dan mengukur respons para konsumen dan penikmat film terkait #BUDAYASENSORMANDIRI agar LSF RI dapat lebih cepat memberi feedback dan membentuk program kerja yang sesuai target dan masyarakat Indonesia pada khususnya.

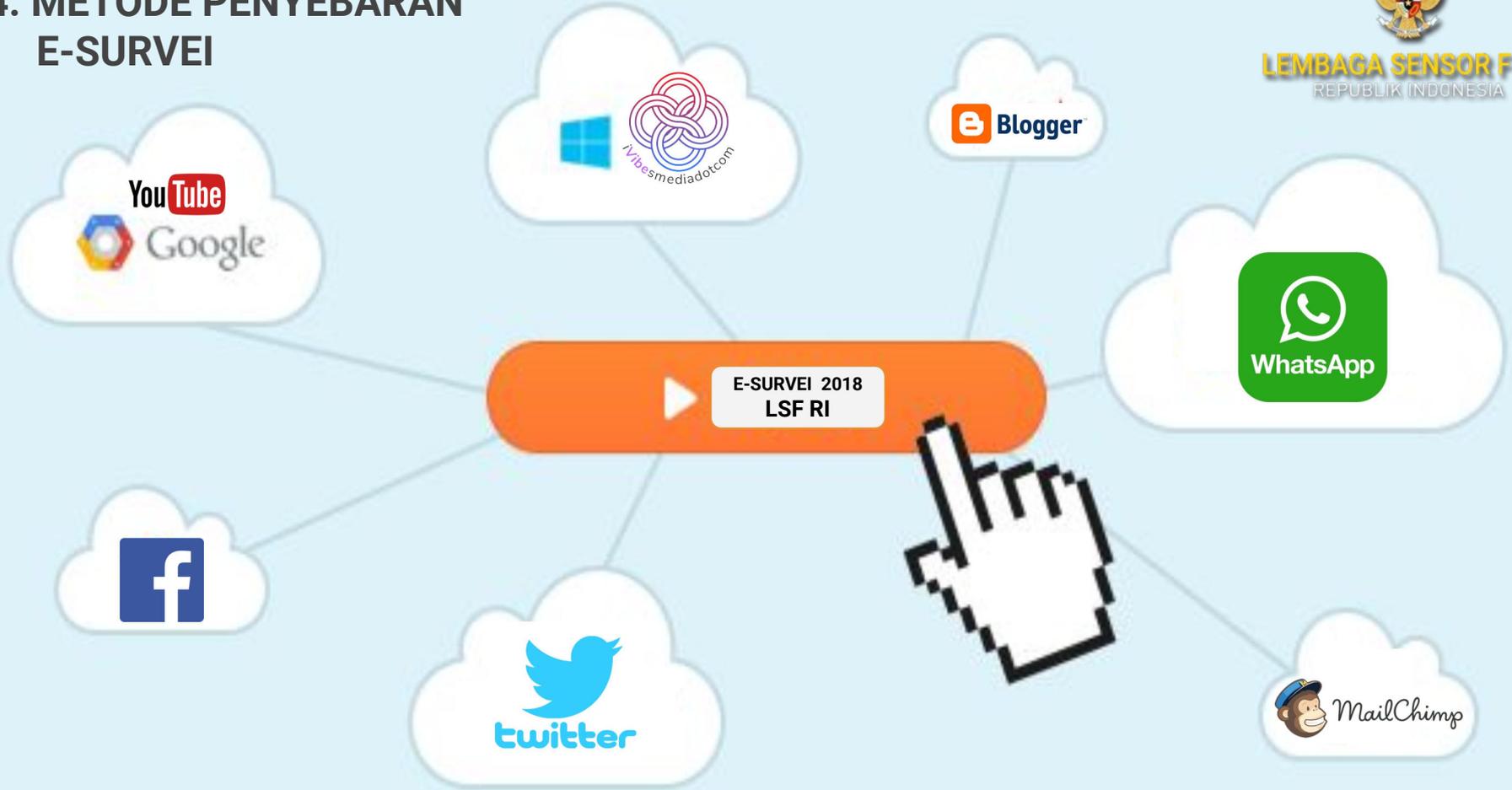
Berikut metrik utama yang akan diukur :

1. Persentase dan Jumlah Responden (Konsumen & Produsen) yang mengenal LSF RI dan pernah mengikuti sosialisasi #BudayaSensorMandiri
2. Persentase dan Jumlah Responden (Konsumen & Produsen) yang mengenal LSF RI, tidak pernah mengikuti sosialisasi namun pernah membaca via website/postingan blog/dari teman.
3. irisan point 1 dan 2 TANPA area JAKARTA

# 4. METODE PENYEBARAN E-SURVEI



LEMBAGA SENSOR FILM  
REPUBLIK INDONESIA



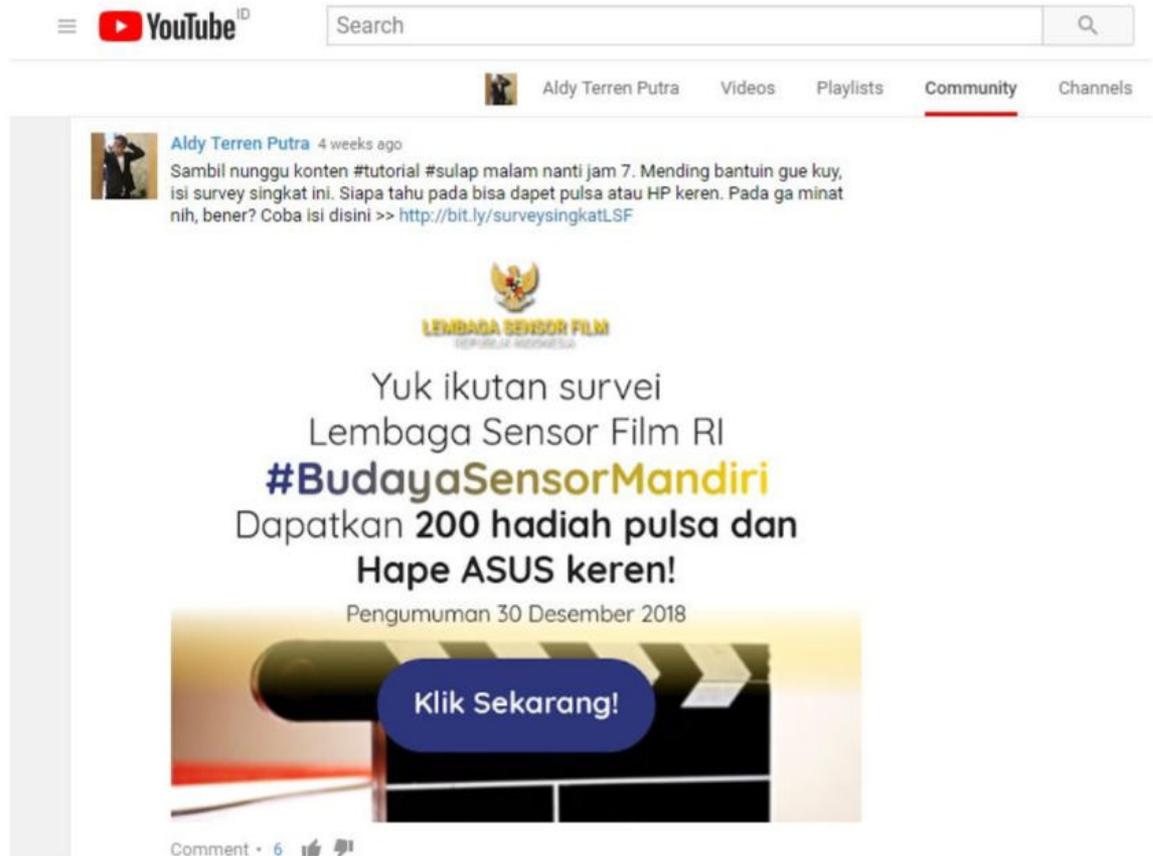
Media Channel							
	Email Blast by Mailchimp	Youtube Ads by GOOGLE	Twitter influencer promo	Blogger Influencer promo	Whatsapps / Line/ Referral Code	FB Channel Fanpage Promo	Website Banner ads homepage ivibesmedia.com
<b>Week 1 (3days) 07-09 Des</b>	Persiapan materi  listing data 5,000 calon responden yang tinggal di 10 kota sesuai data APJII 2017  (Blast email)	persiapan materi	persiapan materi	persiapan materi  share promo via twitter influencer promo	persiapan materi	persiapan materi	persiapan materi
<b>Week 2 (7days) 10-16 Des</b>	89 (membuka email dari ivibes)	1,000,000 imp	1,000,000 imp	1,212 imp	3 group wa	1 FB fanpage ivibes community	website ivibesmedia.com  1,000,000 impr
<b>Week 3 (3days) 17-19 Des</b>	34 responses	1,000,000 impr	1,000,000 impr	0	0		
<b>RESULT</b>	<b>34</b>	<b>501</b>	<b>481</b>	<b>3,000</b>	<b>3</b>	<b>604</b>	<b>470</b>

# 5. Bukti Tayang Media Channel

## a. Email blast by Mailchimp



## b. Youtube ads by Google



The image shows a screenshot of a YouTube community post. At the top, the YouTube logo and a search bar are visible. The user profile for 'Aldy Terren Putra' is shown, along with navigation tabs for 'Videos', 'Playlists', 'Community' (which is highlighted), and 'Channels'. The post itself is from 'Aldy Terren Putra' and was posted '4 weeks ago'. The text of the post reads: 'Sambil nunggu konten #tutorial #sulap malam nanti jam 7. Mending bantuin gue kuy, isi survey singkat ini. Siapa tahu pada bisa dapet pulsa atau HP keren. Pada ga minat nih, bener? Coba isi disini >> <http://bit.ly/surveysingkatLSF>'. Below the text is a large graphic advertisement. The graphic features the logo of 'LEMBAGA SENSOR FILM REPUBLIK INDONESIA' at the top. The main text in the graphic says: 'Yuk ikutan survei Lembaga Sensor Film RI #BudayaSensorMandiri Dapatkan 200 hadiah pulsa dan Hape ASUS keren! Pengumuman 30 Desember 2018'. At the bottom of the graphic is a blue button with the text 'Klik Sekarang!'. Below the graphic, the post has '6' comments and icons for likes and shares.

YouTube

Search

Aldy Terren Putra Videos Playlists **Community** Channels

**Aldy Terren Putra** 4 weeks ago

Sambil nunggu konten #tutorial #sulap malam nanti jam 7. Mending bantuin gue kuy, isi survey singkat ini. Siapa tahu pada bisa dapet pulsa atau HP keren. Pada ga minat nih, bener? Coba isi disini >> <http://bit.ly/surveysingkatLSF>

**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

Yuk ikutan survei  
Lembaga Sensor Film RI  
**#BudayaSensorMandiri**  
Dapatkan **200 hadiah pulsa dan**  
**Hape ASUS keren!**  
Pengumuman 30 Desember 2018

**Klik Sekarang!**

Comment • 6

## c. Twitter Influencer Promo

### Tweet Activity



**Mubarika Darmayanti** @MubaRika\_D  
Yuk ikutan survei untuk Kreator dan Penikmat FILM, input Anda akan berarti bagi Lembaga Sensor Film RI <https://bit.ly/2E9LMrZ>  
<pic.twitter.com/oLnfdvpScg>

Impressions	1,212
Total engagements	985
Media engagements	481
Link clicks	481
Likes	1

Reach a bigger audience  
Get more engagements by promoting this Tweet!

**Get started**



**Mubarika Darmayanti**  
@MubaRika\_D

Yuk ikutan survei untuk Kreator dan Penikmat FILM, input Anda akan berarti bagi Lembaga Sensor Film RI [bit.ly/2E9LMrZ](https://bit.ly/2E9LMrZ)

Translate Tweet



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

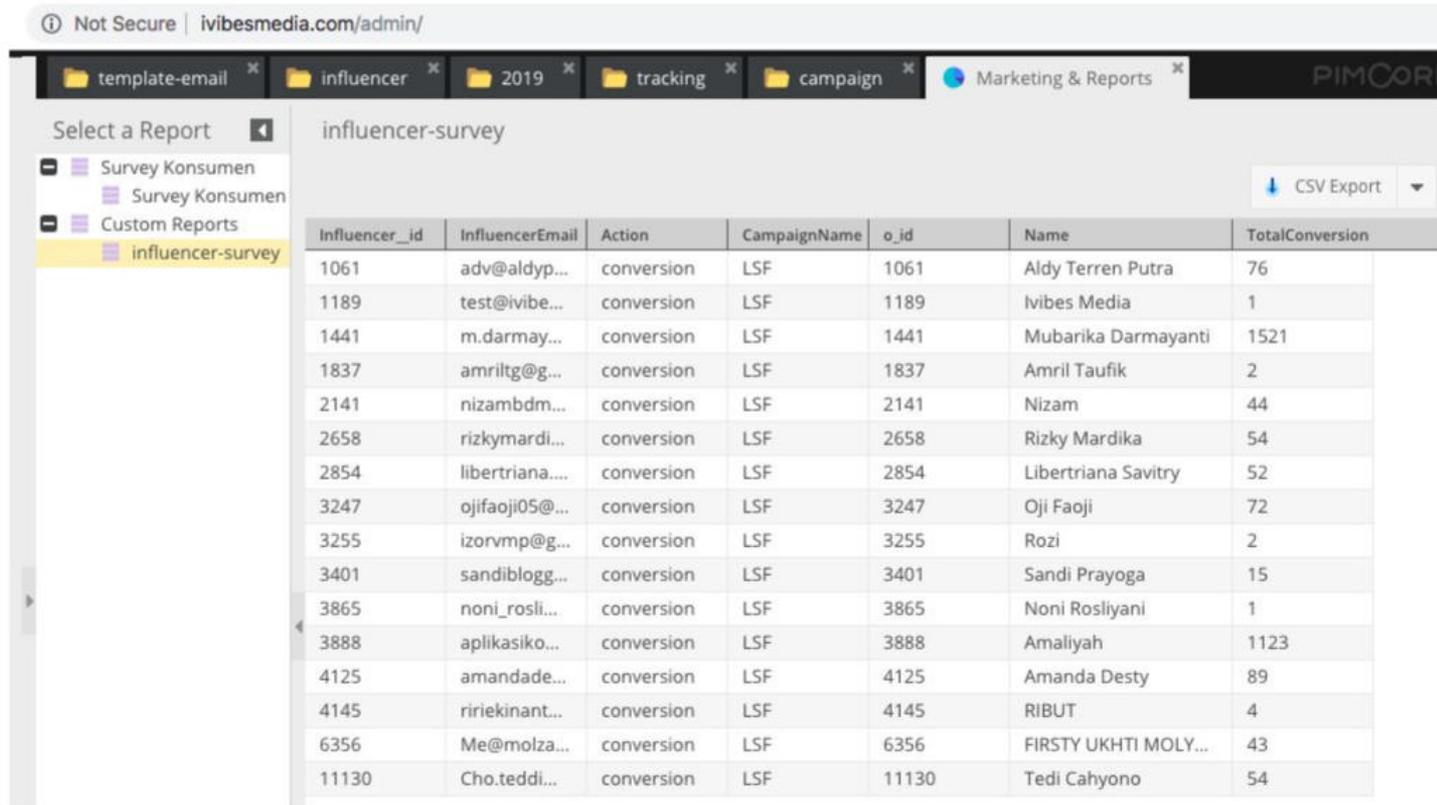
## LSF RI dan Budaya Sensor Mandiri 2018

Dear Responden, Terima kasih telah bergabung dalam kuesioner e-survey ini. Waktu pengisiannya kisaran 2-3 menit. Masukan dan input Anda sangat berharga bagi kami! Raih kesempatan mendapatkan **undian 200 e-pulsa senilai 25Ribu dan 1 handphone ASUS yang keren!** Segera klik pilihan survey Anda di bawah ini.

[Klik di sini bila Anda PRODUSEN film dan konten](#)   [Klik di sini bila Anda KONSUMEN dan penikmat film](#)

8:20 PM - 8 Dec 2018

## d. Blogger Influencer Promo



Not Secure | ivibesmedia.com/admin/

template-email x influencer x 2019 x tracking x campaign x Marketing & Reports x PIMCORE

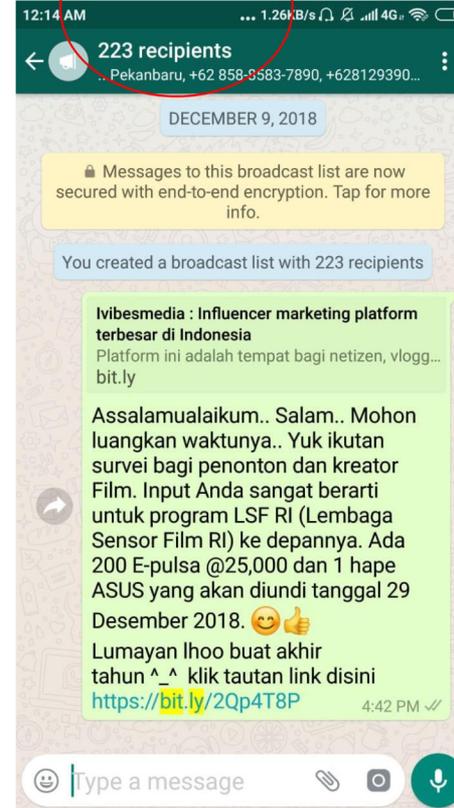
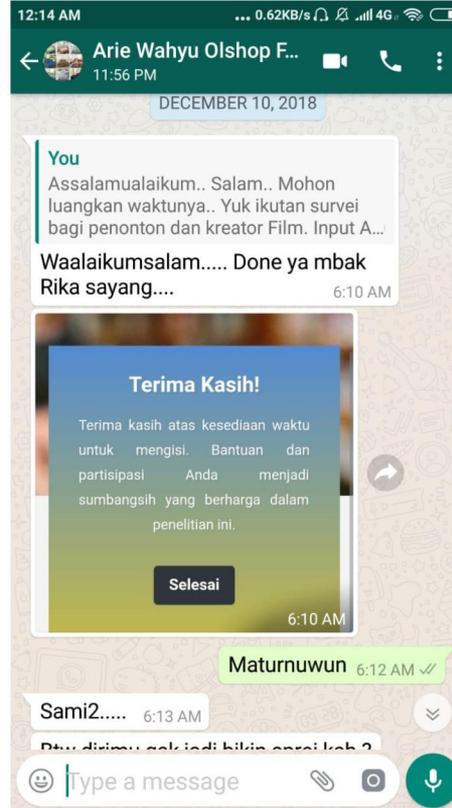
Select a Report ◀

- Survey Konsumen
  - Survey Konsumen
- Custom Reports
  - influencer-survey**

influencer-survey ↓ CSV Export ▼

Influencer_id	InfluencerEmail	Action	CampaignName	o_id	Name	TotalConversion
1061	adv@aldyp...	conversion	LSF	1061	Aldy Terren Putra	76
1189	test@ivibe...	conversion	LSF	1189	Ivibes Media	1
1441	m.darmay...	conversion	LSF	1441	Mubarika Darmayanti	1521
1837	amriltg@g...	conversion	LSF	1837	Amril Taufik	2
2141	nizambdm...	conversion	LSF	2141	Nizam	44
2658	rizkymardi...	conversion	LSF	2658	Rizky Mardika	54
2854	libertriana....	conversion	LSF	2854	Libertriana Savitry	52
3247	ojifaoji05@...	conversion	LSF	3247	Oji Faoji	72
3255	izorvmp@g...	conversion	LSF	3255	Rozi	2
3401	sandiblogg...	conversion	LSF	3401	Sandi Prayoga	15
3865	noni_rosli...	conversion	LSF	3865	Noni Rosliyani	1
3888	aplikasiko...	conversion	LSF	3888	Amaliyah	1123
4125	amandade...	conversion	LSF	4125	Amanda Desty	89
4145	ririekinant...	conversion	LSF	4145	RIBUT	4
6356	Me@molza...	conversion	LSF	6356	FIRSTY UKHTI MOLY...	43
11130	Cho.teddi...	conversion	LSF	11130	Tedi Cahyono	54

## 5. Whatapp /Line/ Referral Code



## 6. FB Fanpage Promo

← → ↻ 📄 https://web.facebook.com/rizky.mardika.5 ☆ 📏 🗑️ 🔄 🌐 🌱 ⋮

**f** Rizky Mardika 🔍

Rizky Mardika Linimasa ▾ Terbaru ▾

🗑️ Kelola Postingan 📄 Tampilan Daftar 🗪 Tampilan Kisi

👤 **Rizky Mardika** membagikan kiriman. 14 Desember 2018 pukul 11:48 📷 ⋮

**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

Yuk ikutan survei  
Lembaga Sensor Film RI  
**#BudayaSensorMandiri**  
Dapatkan **200 hadiah pulsa dan Hape ASUS keren!**  
Pengumuman 30 Desember 2018

**Klik Sekarang!**

**Aidy Terren Putra** ▸ Warung Blogger  
10 Desember 2018 pukul 14:59  
[Share, Bukan Update Blog]  
...  
Hola, teman-teman semuanya. Apa kabar? Hayo, ada yang udah tahu tentang lembaga yang satu ini apa belum? Hehe... Boleh kuy, dibant...  
Lihat Selengkapnya

**Teman** 865 Cari Teman

**Zulfikar Iqbal**  
6 kiriman baru ▸

**Jordan Han Tri Cahyo**  
3 kiriman baru ▸

**Ryan Ian Ian**  
1 kiriman baru ▸

Obrolan (Mati) 🗒️ 🗑️ ⚙️

# 7. Website homepage promo ivibesmedia.com

8:53 ... TELKO 4G Indosat Oor 75%

ivibesmedia.com

## Running Campaign

Don't Miss It

Earn profits and success with iVibesmedia from campaign currently running

**Selamat!**  
Latifah Desti Lustikasari  
mendapatkan ASUS Zenfone Live

E-Survei Lembaga Sensor Film RI dan Pemahaman Gerakan Sensor Mandiri 2018

Not Secure | ivibesmedia.com

Apps Proposal Templates Pimcore Plugin Server and Web P... Digital Assets Allianz Indonesia [...] Allianz Indonesia [...] Allianz Indonesia [...] Learn Material Other Bookmarks

**IVIBESMEDIA.COM**  
INDONESIAN ACQUISITION NETWORK

Register

Login

## Running Campaign

Don't Miss It

Earn profits and success with iVibesmedia from campaign currently running

**LEMBAGA SENSOR FILM RI**  
Yuk ikutan survei  
Lembaga Sensor Film RI  
**#BudayaSensorMandiri**  
Dapatkan **200 hadiah pulsa dan Hape ASUS keren!**  
Pengumuman 30 Desember 2018

**Klik Sekarang!**

**FUNDtastic**  
Kini FUNDtastic Hadir dengan Tampilan...

## Why join with us?

Statistic have been recorded for iVibesmedia



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIC INDONESIA



# 1.1 Presentase Responden PRODUSEN vs KONSUMEN



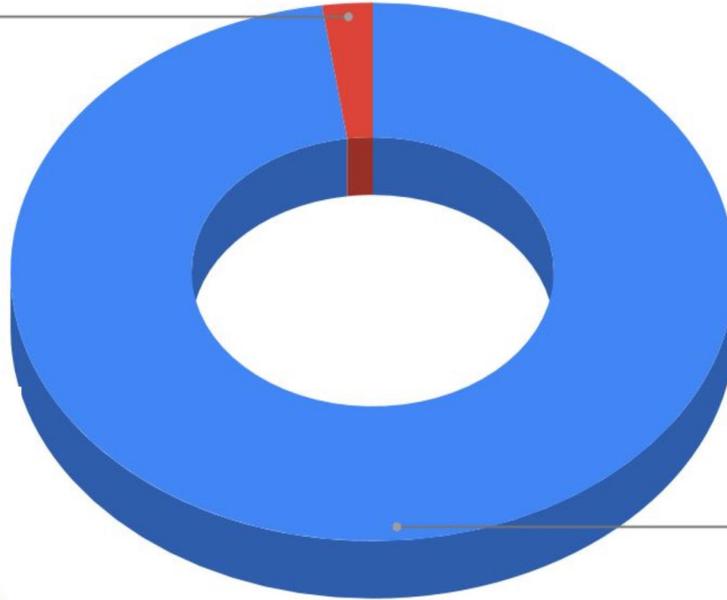
**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

PRODUSEN = 103

2,2%

Total Responden  
Produsen Film/  
Pembuat Konten

 **103**  
**Orang**



KONSUMEN = 4990

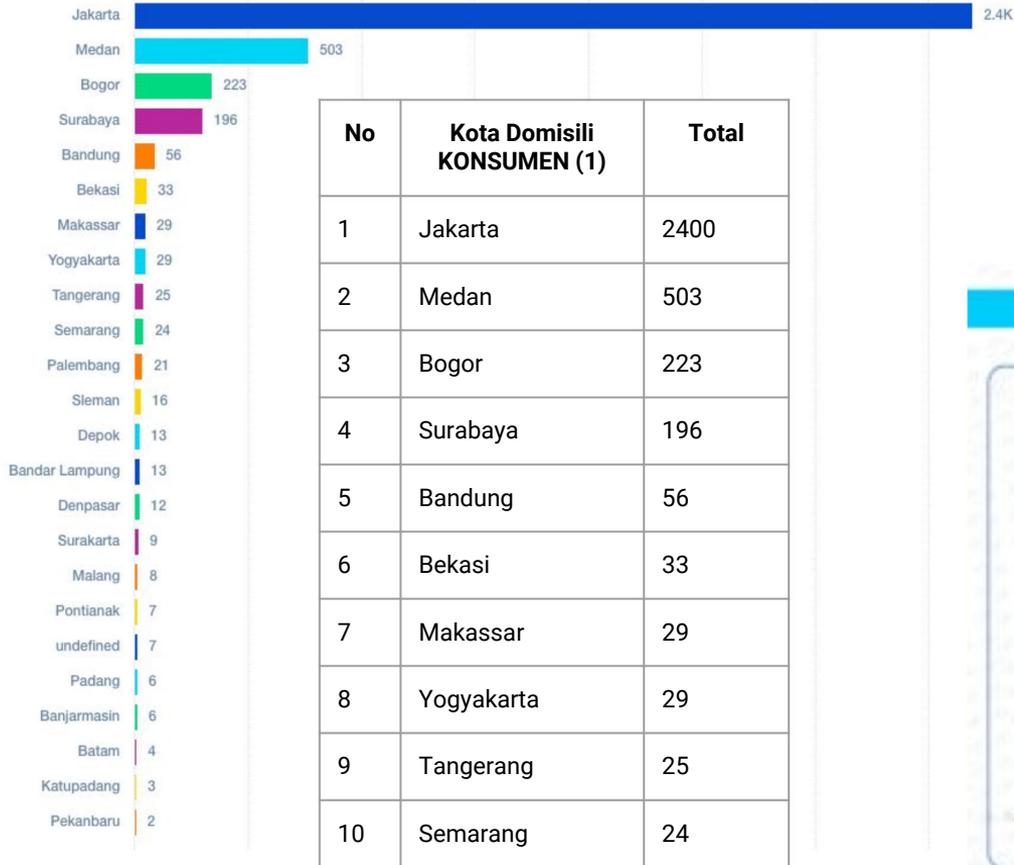
97,8%

Total   
Responden  
Konsumen

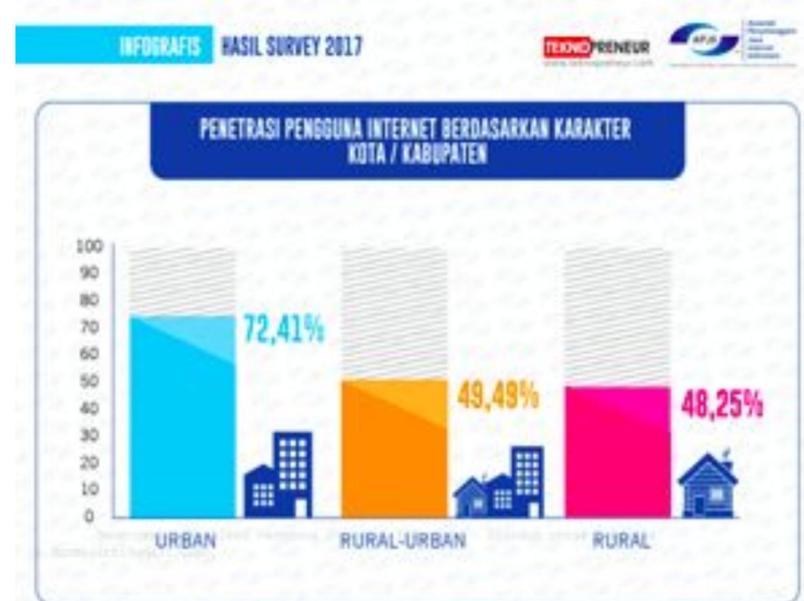
**4,990**  
**Orang**



# 1.2 Detail Kota Asal Responden KONSUMEN



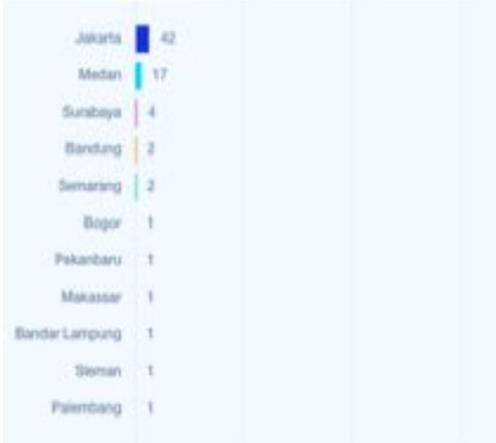
Kota Asal Responden KONSUMEN terdiri dari **3(tiga) kota URBAN** dan dinominasi **7(Tujuh) Kota RURAL-URBAN** di Indonesia sesuai dengan definisi SURVEY APJII 2017



# 1.3 Detail Kota Responden PRODUSEN



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA



No	Kota Domisili PRODUSEN	Total
1	Jakarta	42
2	Medan	17
3	Surabaya	4
4	Bandung	2
5	Semarang	2
6	Bogor	1
7	Pekanbaru	1
8	Makassar	1
9	Bandar Lampung	1
10	Sleman	1
10	Palembang	1

Kota Asal Partisipan SURVEI PRODUSEN dinominasi **3(Tiga) Kota URBAN** di Indonesia sesuai dengan definisi SURVEY APJII 2017, + **6(Enam) Kota Rural Urban** dan **1(Satu) Kota Rural** yakni Sleman.





## 1.4 Periode Pengisian Survei Produsen dan Konsumen

Pengisian Survei terbanyak terjadi pada hari:

1. Survey Konsumen:  
Senin 10 Desember 2018  
Jumat, 14 Desember 2018
2. Survey Produsen  
Senin, 10 Desember 2018 – Rabu 12 Desember 2018

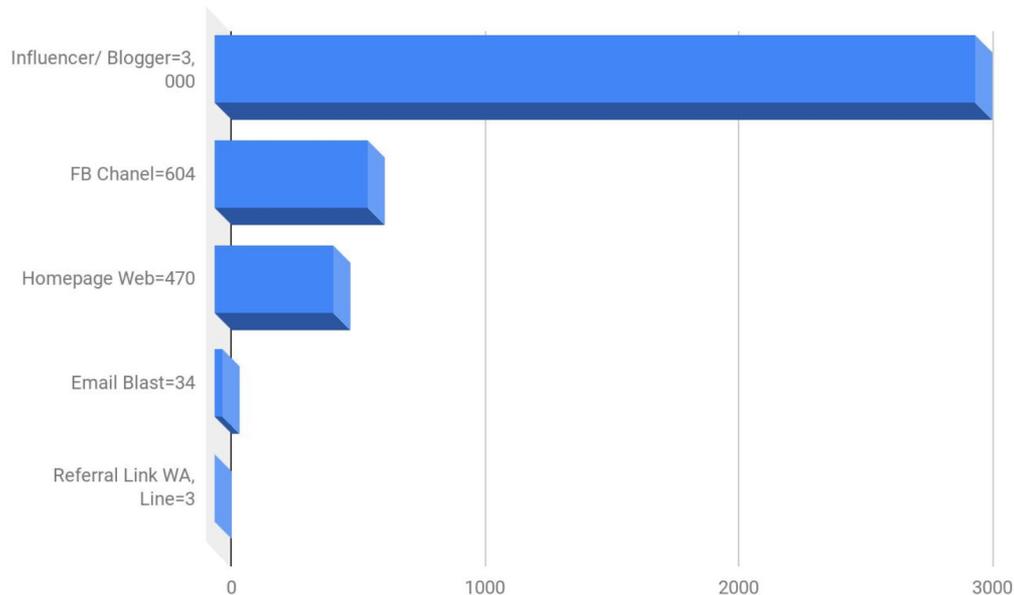




## 1.5 Sumber Penyebaran E-Survei

Jalur penyebaran Informasi Online Survei yang digunakan 5(lima) yakni:

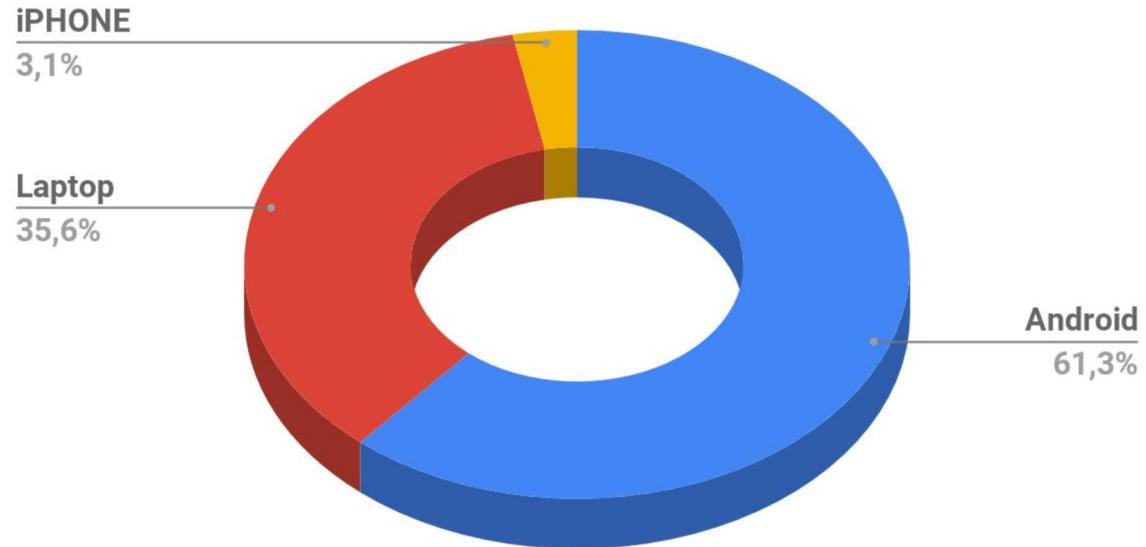
- Influencer yakni blogger dan penggiat online **73%**
- Facebook chanel **14.7%**
- Informasi homepage melalui website ivibesmedia.com **11.4%**
- Email blast database ivibesmedia.com **0.8%**
- Media referral seperti whatapps group, Line apps dan kode referral link lainnya. **0.1%**





## 1.6 Perangkat Yang Digunakan Untuk Menyelesaikan E-Survei

Baik Survey KONSUMEN maupun PRODUSEN sebanyak **61.3%** menggunakan **perangkat ANDROID** untuk mengisi online survey ;  
Peringkat kedua- menggunakan **laptop** dengan berbagai jenis brand **35.6%** (undefined device) dan sebanyak **3.1%** partisipan menggunakan **iphone**.





## 1.7 Rasio Penyelesaian E-Survei Produsen vs Konsumen

### PRODUSEN 73.24%

Rasio penyelesaian terhadap survey PRODUSEN adalah sebesar **73.24%**

Berdasarkan monitoring yang dilakukan terjadi penurunan HANYA sebesar **26.76%** dari jumlah partisipan yang TIDAK menyelesaikan survey hingga selesai pada halaman ESSAI.



### KONSUMEN 46.41%

Rasio penyelesaian terhadap survey konsumen adalah sebesar **46.41%**

Berdasarkan monitoring yang dilakukan terjadi penurunan sebesar **53.59%** dari jumlah partisipan yang TIDAK menyelesaikan survey hingga selesai pada halaman **ESSAI**.

Hal ini dikarenakan jumlah halaman survei yang harus diisi oleh partisipan KONSUMEN lebih dari 10(sepuluh) halaman, sehingga +margin error terkait jaringan dan lain hal dapat menyebabkan tidak selesainya survey.



## 2. PENJELASAN KUESIONER [ E-Survei] LSF RI DAN PEMAHAMAN GERAKAN SENSOR MANDIRI 2018

### KUESIONER LEMBAGA SENSOR FILM RI DAN PEMAHAMAN GERAKAN SENSOR MANDIRI 2018

Dengan hormat, Ividesmedia.com saat ini membantu melakukan penyebaran kuesioner berupa e-survey yang ditujukan kepada Produsen Film, pembuat konten, eksibitor, supplier film, vlogger, youtubers hingga masyarakat Indonesia pada umumnya untuk memberikan input terkait Lembaga Sensor Film RI serta pemahaman mengenai Gerakan Sensor Mandiri. Kuesioner e-survey ini dirancang untuk tetap menjaga kerahasiaan Anda. Anda diminta untuk menjawab dengan memilih jawaban yang paling menggambarkan kondisi Anda sekarang dengan sejujur-jujurnya. Kuesioner ini dapat dikerjakan kurang lebih 5 menit. Terima kasih atas kesediaan waktu untuk mengisi. Bantuan dan partisipasi Anda menjadi sumbangsih yang berharga dalam penelitian ini.

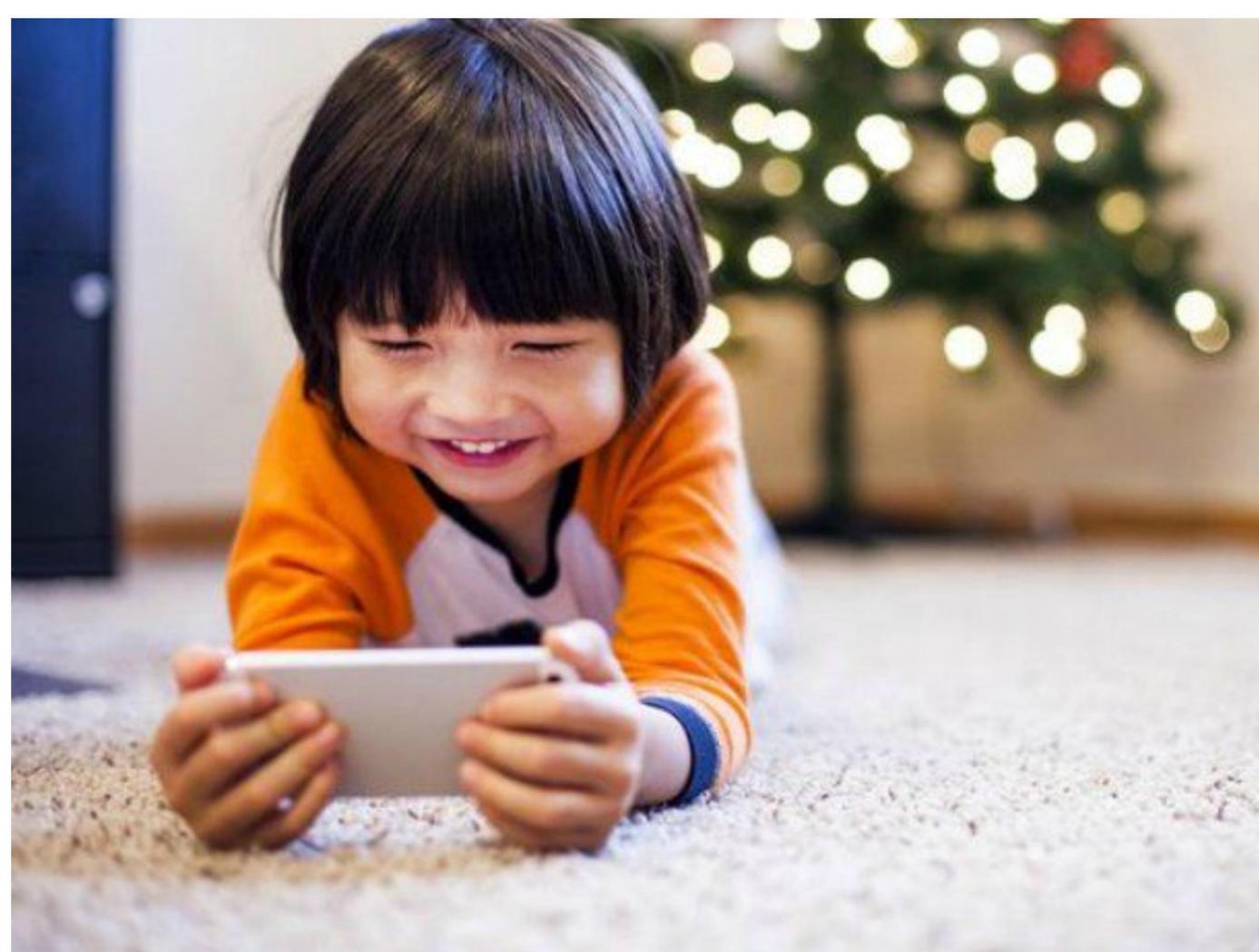
Mulai Survei



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

**KUESIONER  
KHUSUS**  
**4,990**  
**RESPONDEN  
KONSUMEN ATAU  
PENIKMAT FILM**





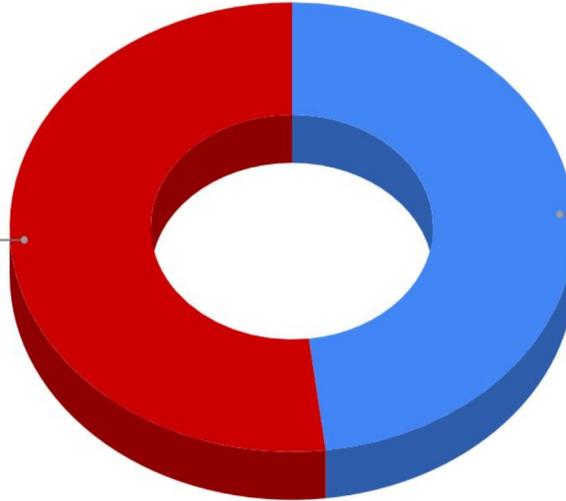
**3. IDENTITAS  
RESPONDEN  
[KONSUMEN  
ATAU  
PENIKMAT  
FILM]**

### 3.1. PRESENTASE GENDER RESPONDEN KONSUMEN

♀ = **2,590** [51.9%]



Perempuan=2,590  
51,9%



LAKI-LAKI= 2,400  
48,1%

♂ = **2,400**  
[48.1%]

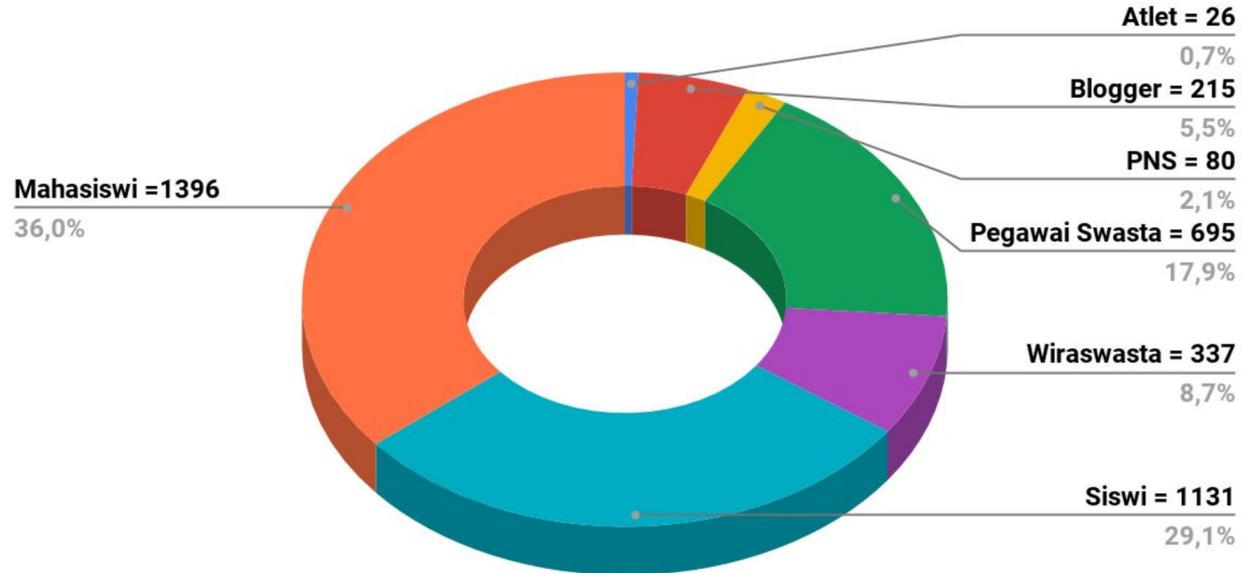


## 3.2. JENIS PEKERJAAN RESPONDEN



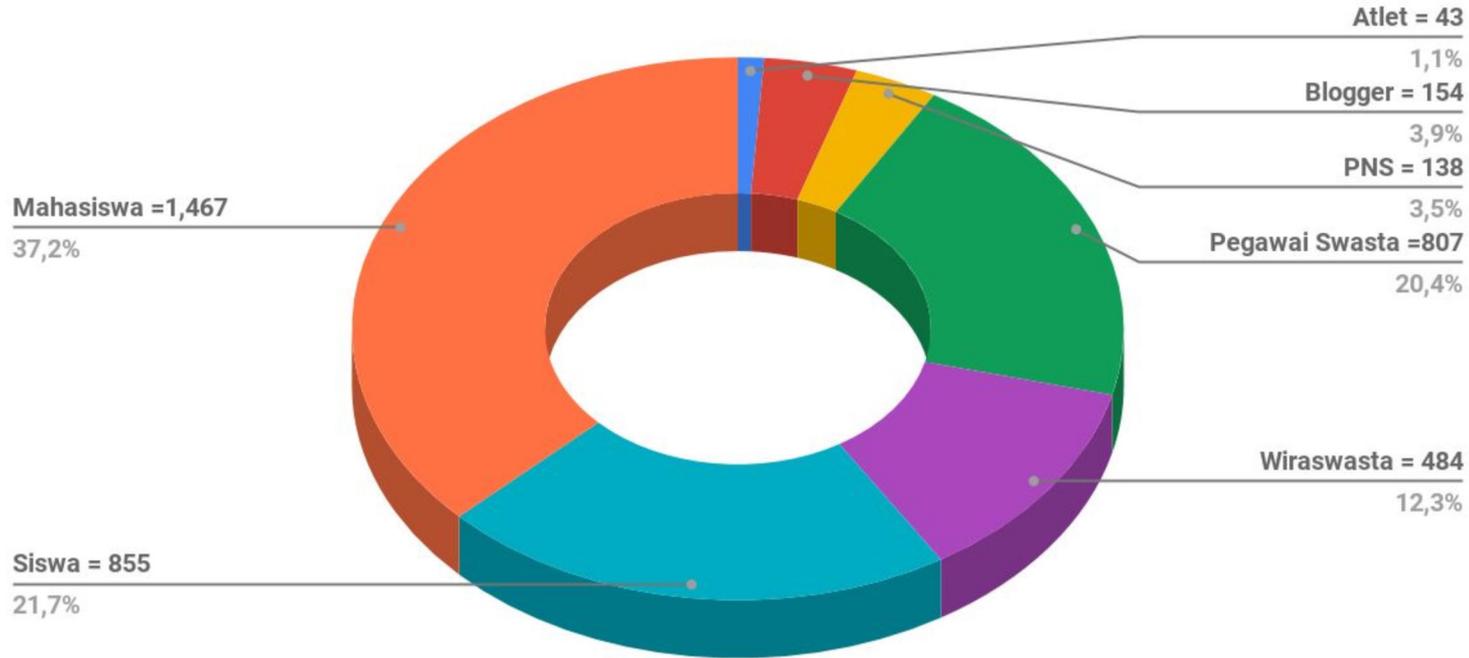
LEMBAGA SENSOR FILM  
REPUBLIK INDONESIA

### RESPONDEN PEREMPUAN : JENIS PEKERJAAN



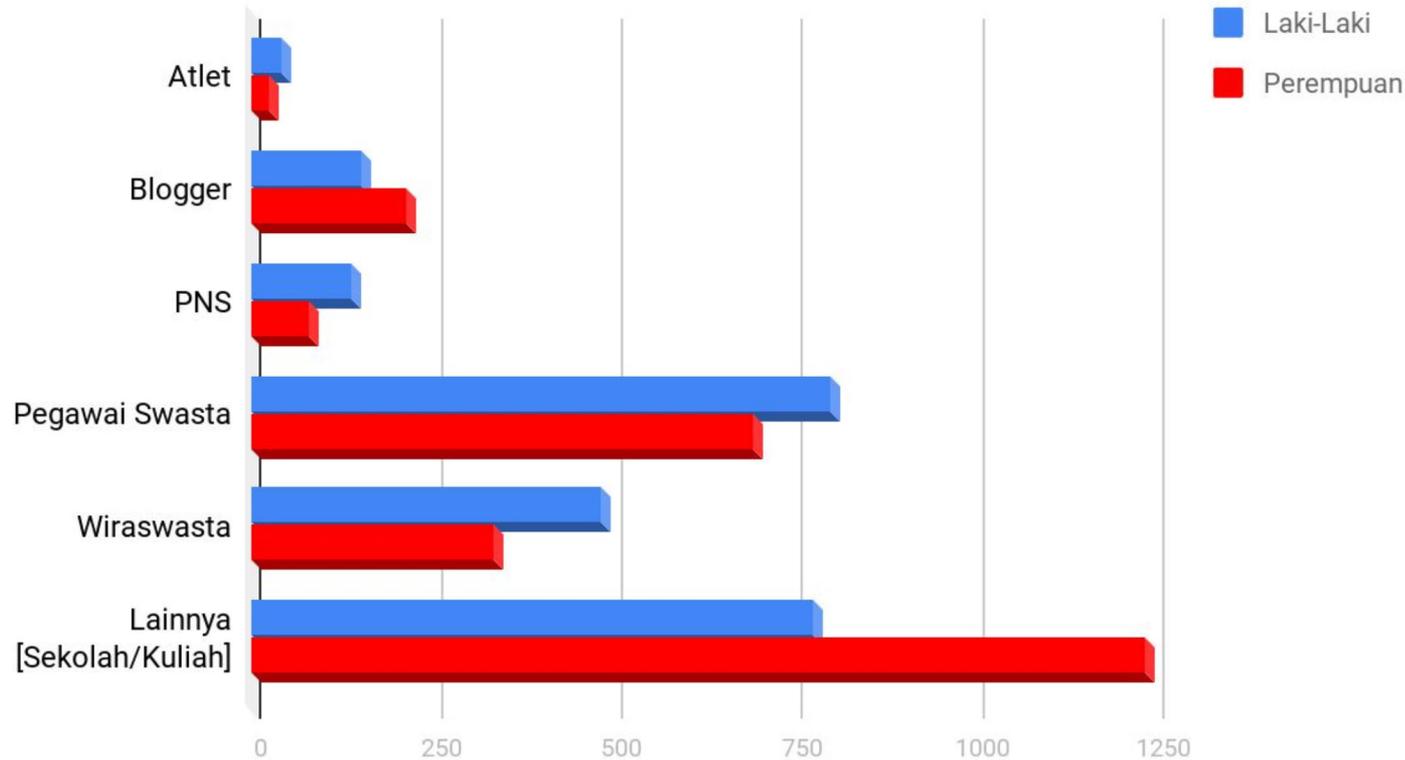


## RESPONDEN LAKI-LAKI : JENIS PEKERJAAN





### 3.2.1 PERBANDINGAN JENIS PEKERJAAN [LAKI-LAKI VS PEREMPUAN]



### 3.3 PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN SAAT INI



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

Lain [Homeschool] = 141

2,8%

S2 = 150

3,0%

SMP = 94

1,9%

SMA = 1878

37,6%

S1 = 1876

37,6%

D3 = 831

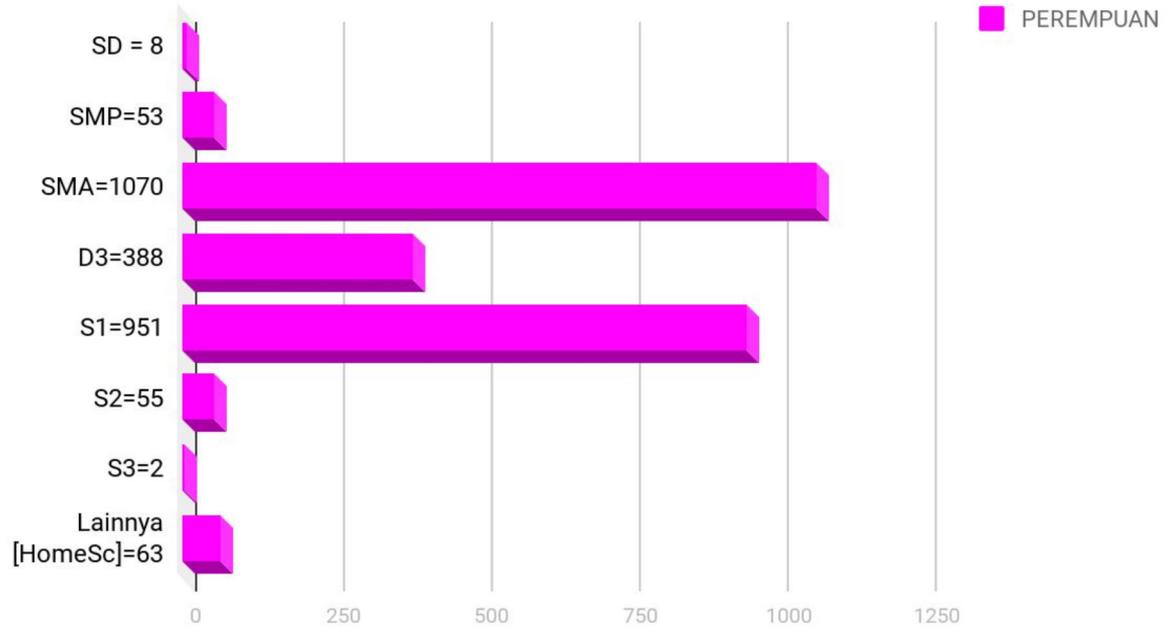
16,7%

SD = 0.3%	14
SMP = 1.9%	94
SMA = 37.2%	1878
D3 = 16.7%	831
S1 = 37.6%	1876
S2 = 3%	150
S3 = 0.1%	6
Lain [Homeschool] = 2.8%	141



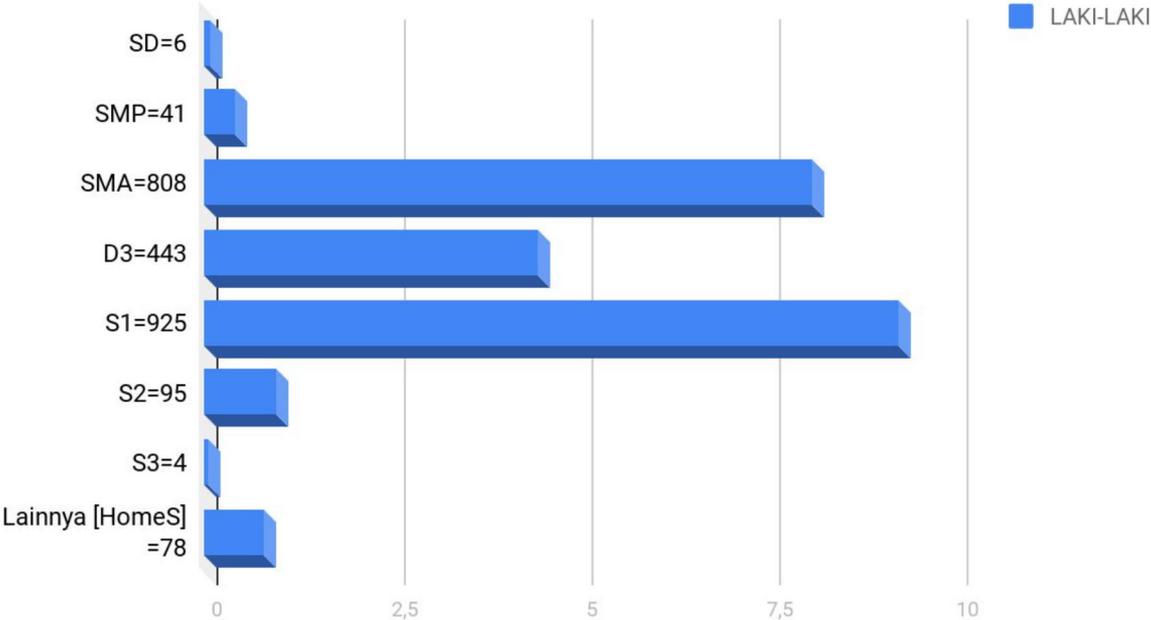
### 3.3.1 DETAIL PENDIDIKAN RESPONDEN PEREMPUAN

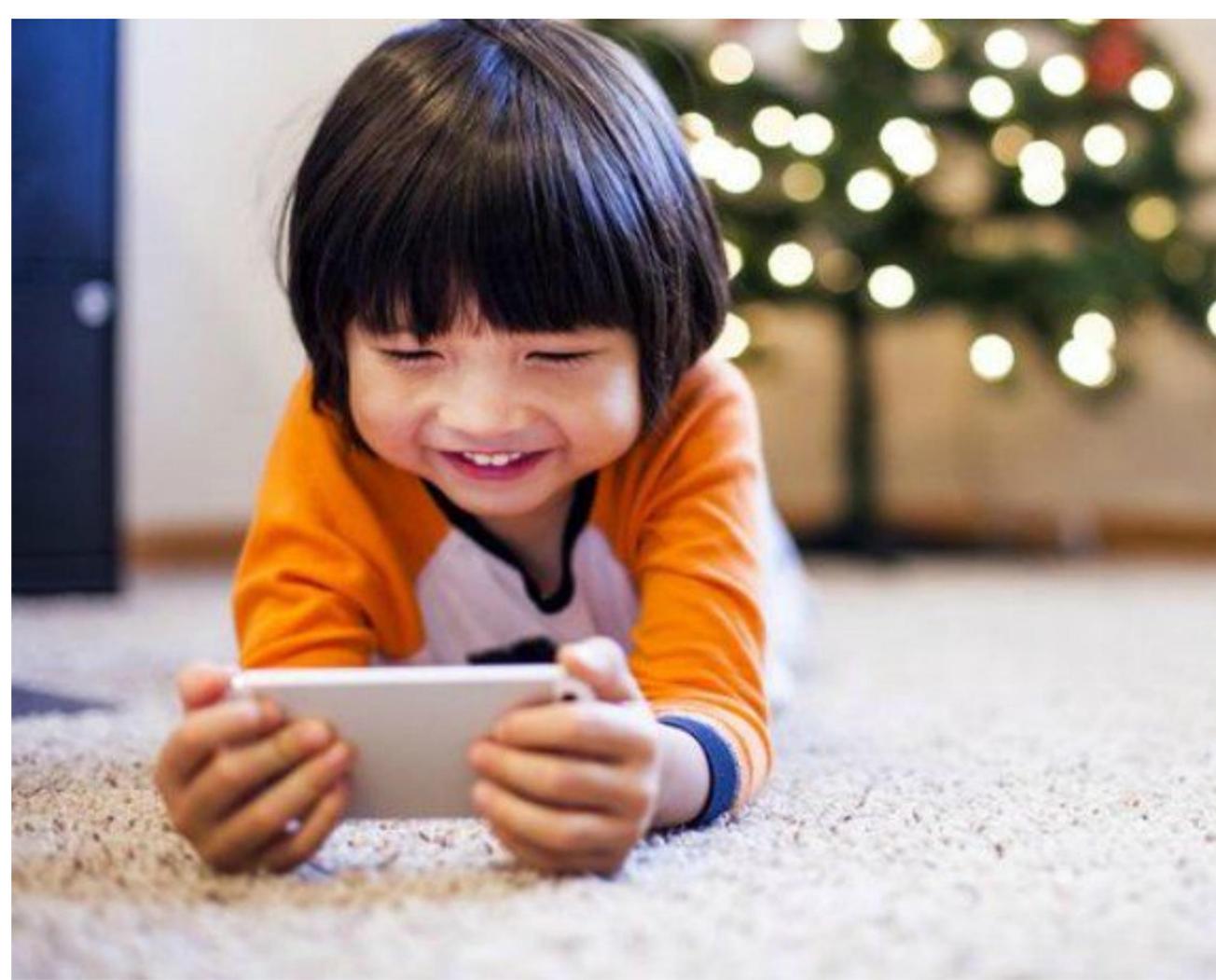
#### PENDIDIKAN RESPONDEN PEREMPUAN



### 3.3.2 DETAIL PENDIDIKAN RESPONDEN LAKI-LAKI

PENDIDIKAN RESPONDEN LAKI-LAKI





**4. KLASIFIKASI  
USIA RESPONDEN  
[KONSUMEN  
ATAU PENIKMAT  
FILM]**



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

## 4. KLASIFIKASI USIA RESPONDEN KONSUMEN



Responden usia termuda  
10 tahun



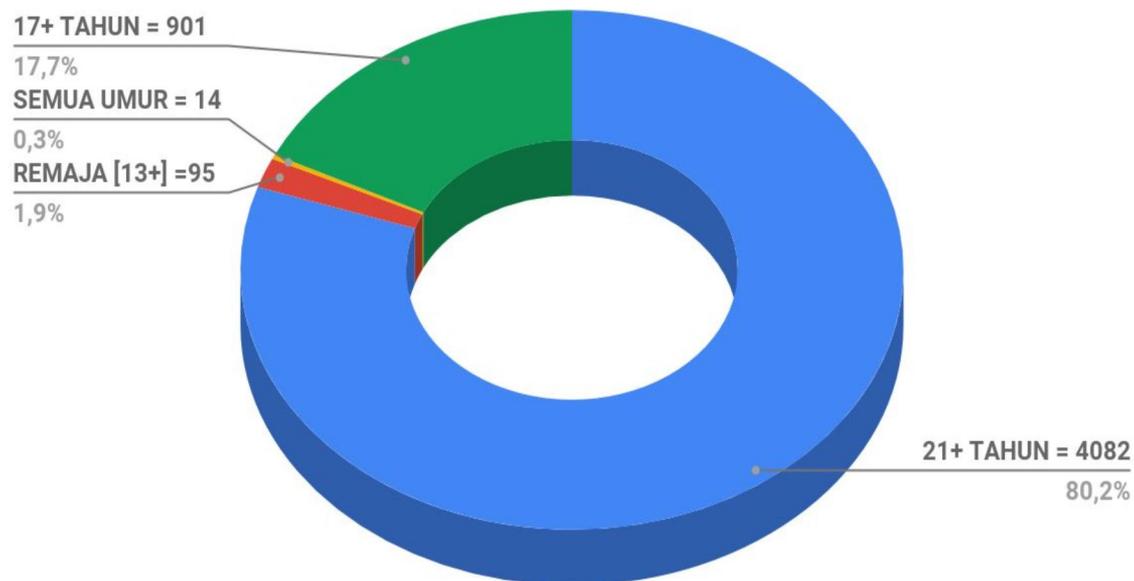
Rata-rata Usia Responden = 27 tahun



Responden usia tertua  
66 tahun



## 4.1 KLASIFIKASI USIA RESPONDEN

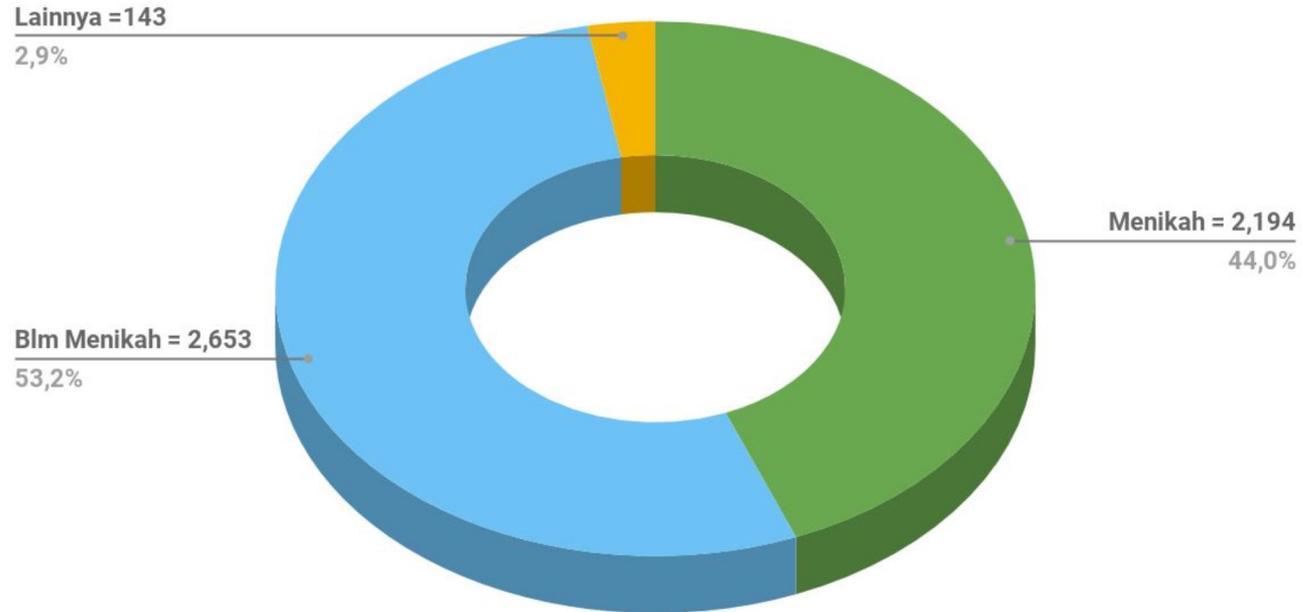




**5. STATUS  
RESPONDEN  
[KONSUMEN  
ATAU  
PENIKMAT  
FILM]**



## 5. STATUS RESPONDEN KONSUMEN





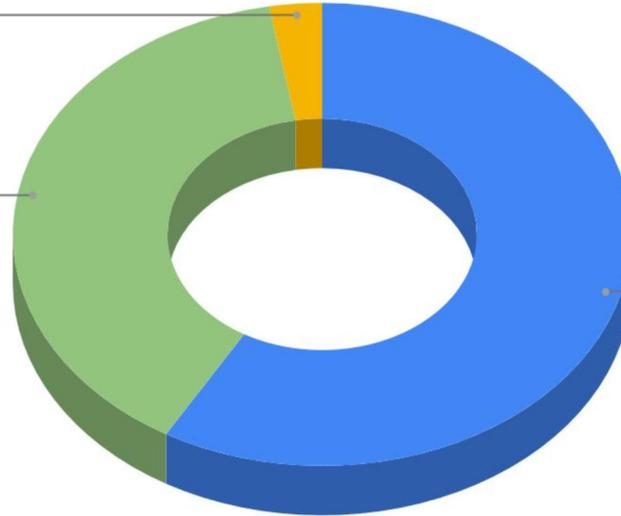
## 5.1 STATUS RESPONDEN PEREMPUAN



Lainnya=71  
2,7%

Menikah=1,006  
38,8%

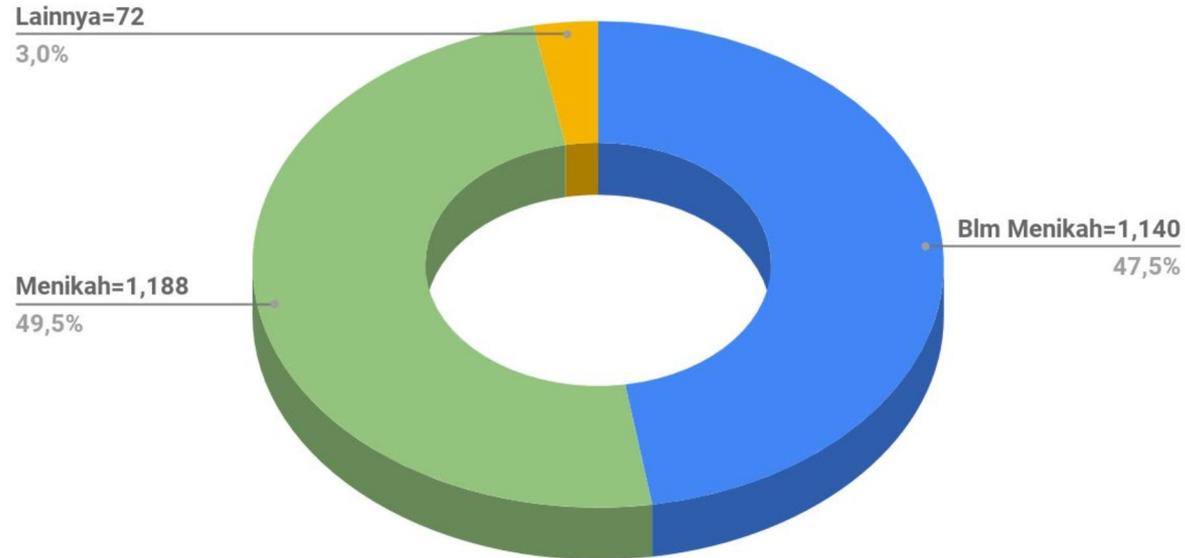
Blm Menikah=1,513  
58,4%



## 5.2 STATUS RESPONDEN LAKI-LAKI



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA



A photograph of two children at an outdoor event. In the foreground, a young boy wearing a straw hat and a red, white, and green striped polo shirt is holding a gold smartphone up to take a picture. He has a focused expression. Behind him, a young girl wearing a pink visor, glasses, and a bright pink and green jacket is looking towards the camera with a slight smile. The background is a blurred outdoor setting with wooden structures and warm lighting, suggesting a festival or fair. A blue arrow-shaped banner is overlaid on the left side of the image, containing white and yellow text.

**PERTANYAAN PILIHAN GANDA**  
**[ BAGI KONSUMEN ]**



## Informasi

Pertanyaan 1/12

Media apa yang sering Anda akses

*Maks. pilih 3 media*

- TV
- Radio
- Youtube
- Instagram
- Aplikasi Film Online seperti Netflix, Viu, Iflix
- Bioskop
- Facebook

Sebelumnya

Lanjut

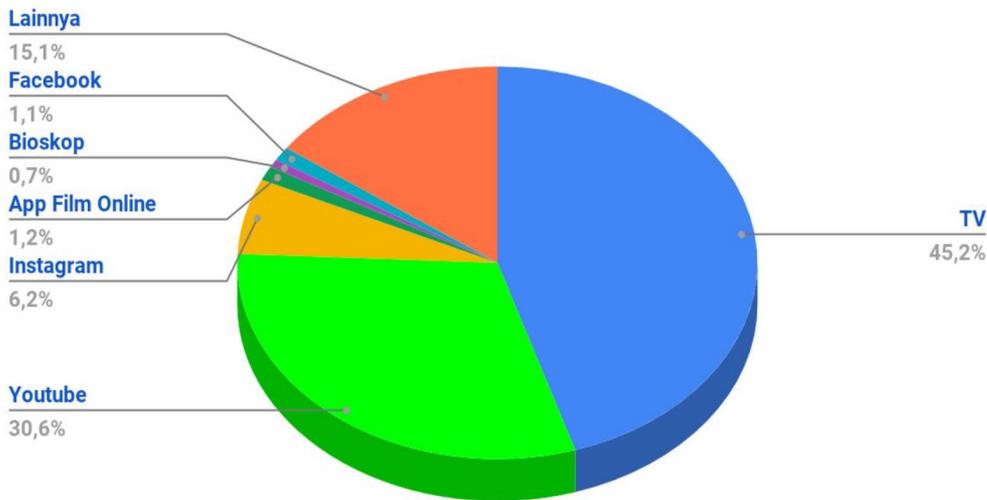




# 1. Media Apa Yang Sering Anda Akses?

No	Media Pilihan Utama	Total
1	TV [45.2%]	2,253
2	Youtube [30.6%]	1,524
3	Instagram [6,2%]	311
4	Aplikasi Film Online seperti netflix, viu,iflix [1,2%]	59
5	Bioskop [0.7%]	33
6	Facebook [1.1%]	57
7	Lainnya [15.1%]	751

## 1. MEDIA APA YANG SERING ANDA AKSES?



## Informasi

Pertanyaan 2/12

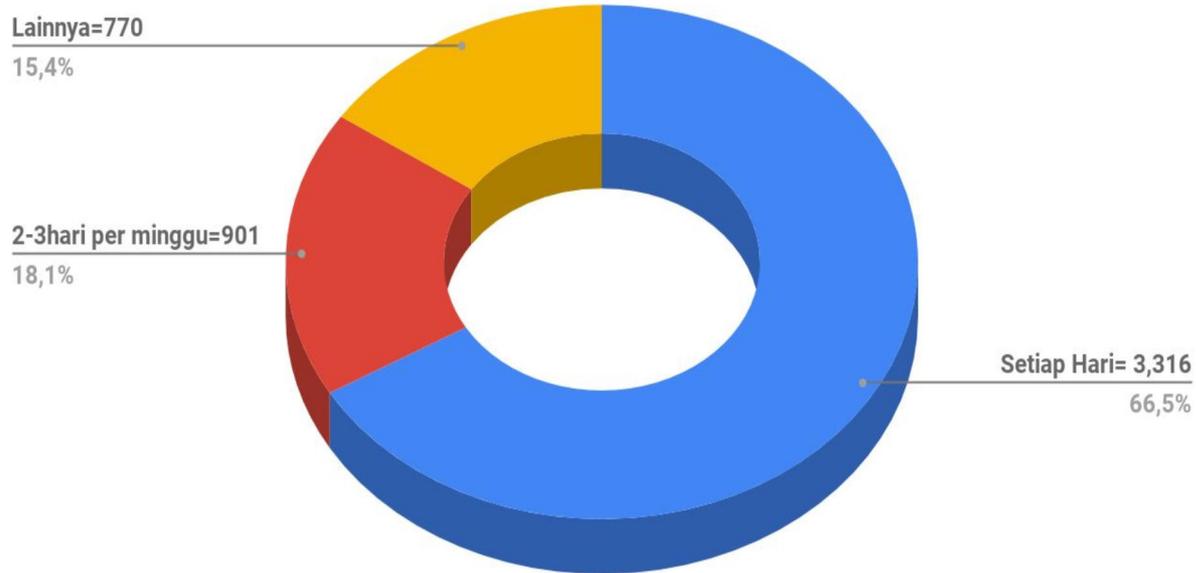
Berapa sering Anda menggunakan atau mengakses media di atas?

- Setiap hari
- 2-3 hari dalam seminggu

Sebelumnya

Lanjut

## 2. Berapa Sering Anda Menggunakan Atau Mengakses Media Pada No.1?



## Informasi

Pertanyaan 3/12

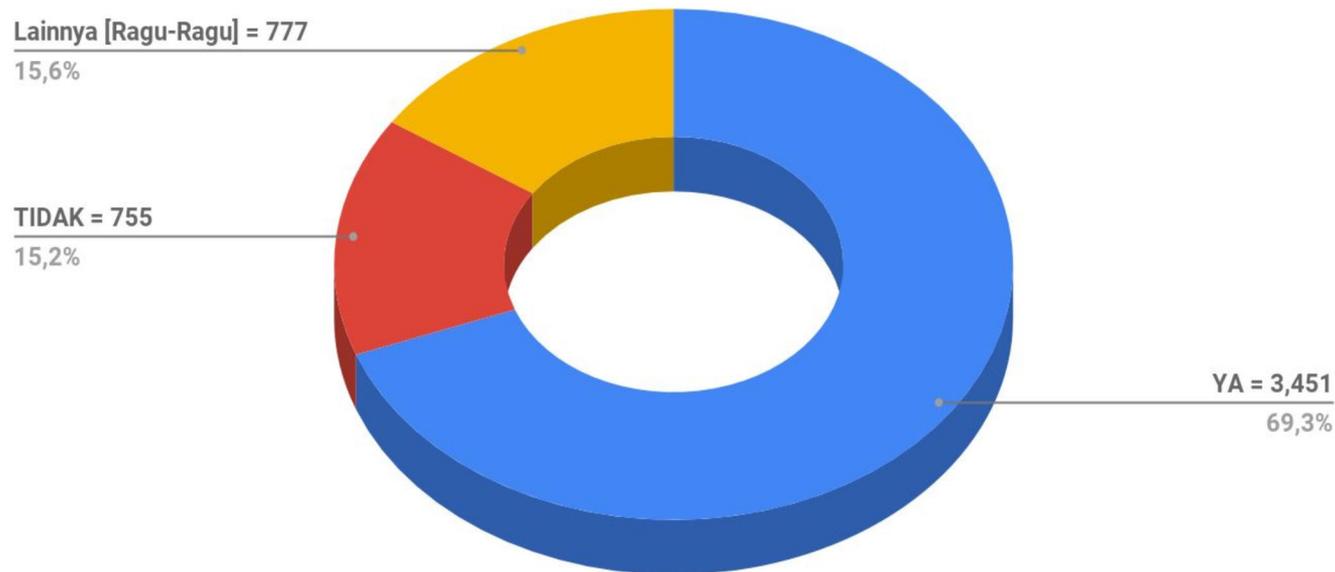
Apakah Anda mengenal Lembaga Sensor Film RI?

- Ya
- Tidak

Sebelumnya

Lanjut

### 3. Apakah Anda Mengenal Lembaga Sensor Film RI?



## Informasi

Pertanyaan 4/12

Selain TV dan Bioskop, Anda biasa menonton film/drama seri melalui ?

*Pilih salah satu*

- Nonton live streaming
- Beli VCD film
- Nonton via aplikasi
- Berlangganan Netflix, iflix dll
- Unduh langsung via website

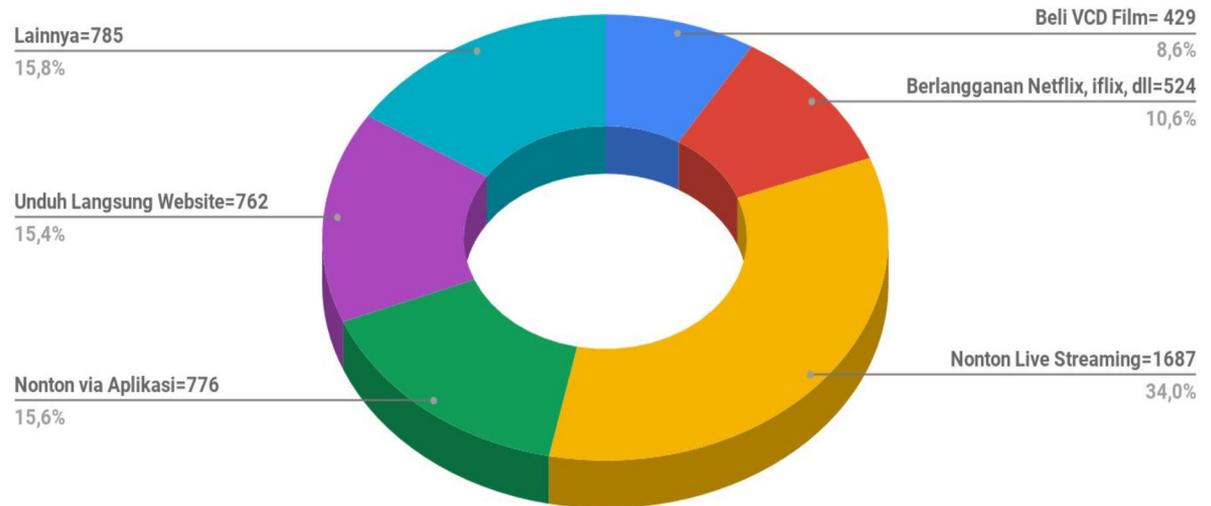
Sebelumnya

Lanjut



## 4. Selain TV dan Bioskop, Anda Biasa Menonton Film/Drama Seri Melalui ?

No	Selain TV dan Bioskop, Anda Biasa Menonton Film/Drama Seri Melalui ?	Total
1	"Beli VCD film"	429
2	"Berlangganan Netflix, iflix dll"	524
3	"Nonton live streaming"	1687
4	"Nonton via aplikasi"	776
5	"Unduh langsung via website"	762
6	Lainnya	785



## Informasi

Pertanyaan 5/12

Berapa banyak film/drama seri yang Anda tonton tiap kalinya?

- 1 film/episode
- 2-3
- 4-5
- 5-6
- Sampai selesai

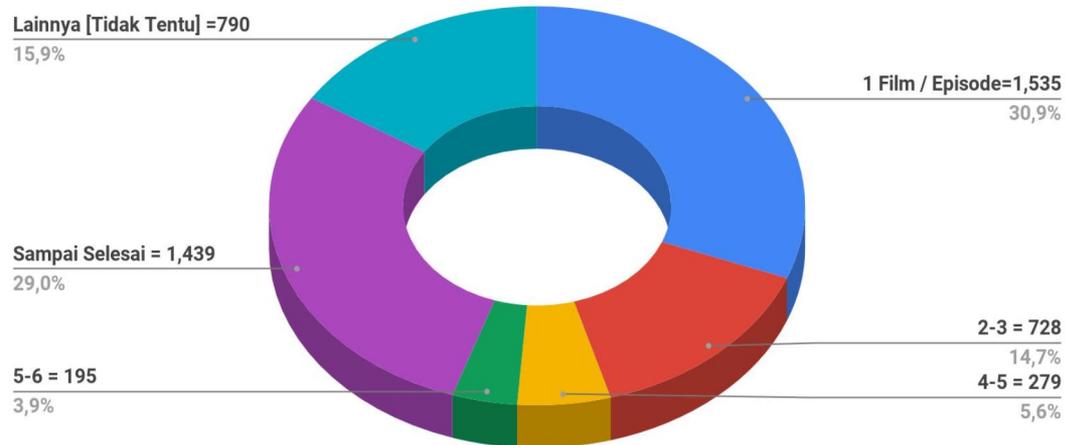
Sebelumnya

Lanjut



## 5. Berapa Banyak Film/Drama Seri Yang Anda Tonton Tiap Kalinya?

No.	Berapa Banyak Film/ Drama Seri Yang Anda Tonton Tiap Kalinya	Total
1	"1 film/episode"	1535
2	"2-3"	728
3	"4-5"	279
4	"5-6"	195
5	"Sampai selesai"	1439
6	Lainnya [Tidak Tentu]	790



## Informasi

Pertanyaan 6/12

Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?

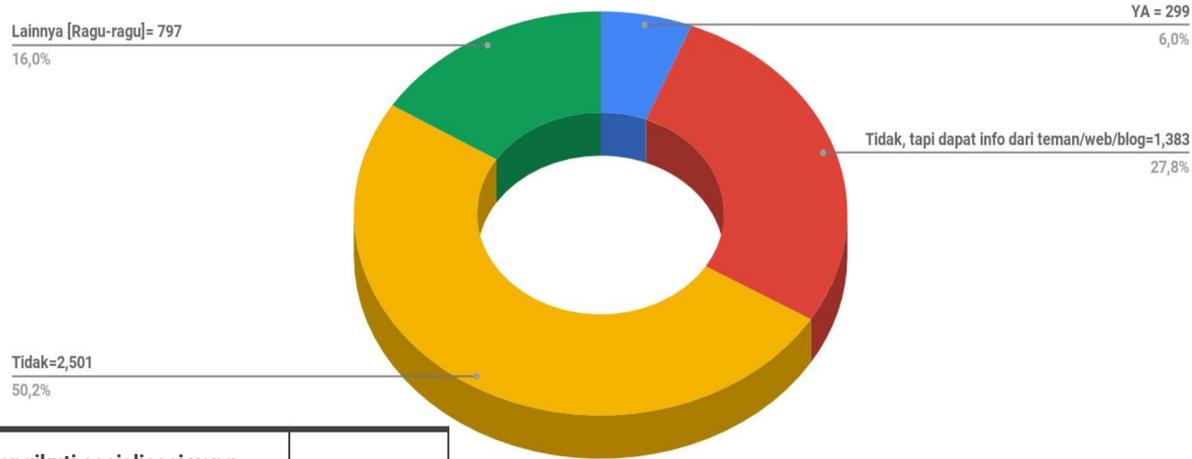
- Ya
- Tidak, namun pernah mendapat informasi dari teman/postingan website/blog
- Tidak

Sebelumnya

Lanjut



## 6. Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?



No	Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?	Total
1	Ya	299
2	Tidak, namun pernah mendapat informasi dari teman/postingan website/blog	1383
3	Tidak	2501
4	Lainnya [Ragu-ragu]	797

## Informasi

Pertanyaan 7/12

Klasifikasi usia. Saat Ini Anda berusia :

- 10 - 16
- 17 - 20
- 21 tahun ke atas

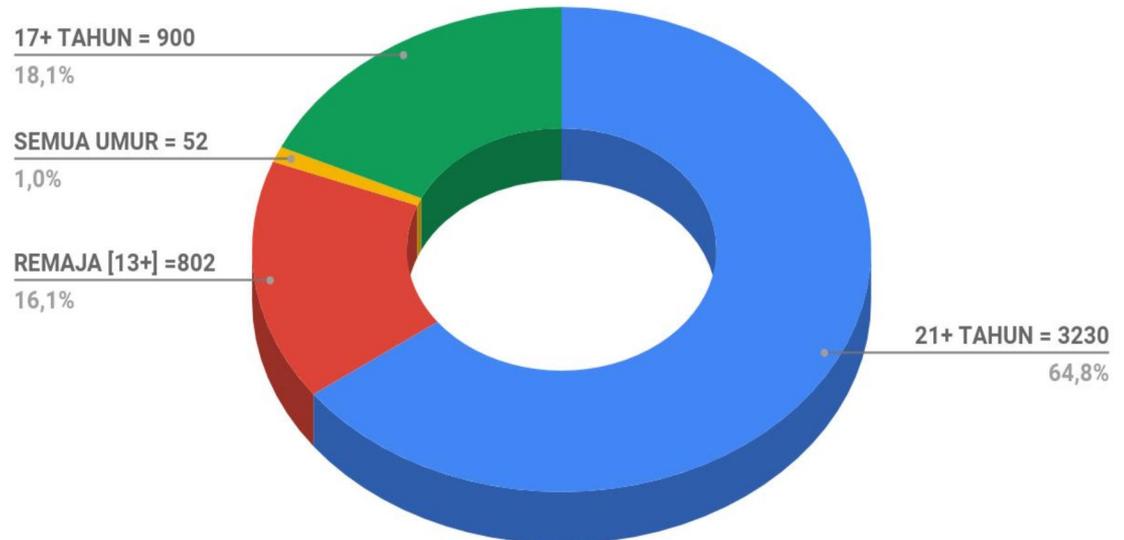
Sebelumnya

Lanjut



## 7. Klasifikasi usia. Saat Ini Anda berusia :

No	Klasifikasi usia. Saat Ini Anda berusia :	TOTAL
1	10-12 Tahun	52
2	13-16 Tahun	802
3	17-20 Tahun	900
4	21 tahun ke atas	3230



## Informasi

Pertanyaan 6/12

Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?

- Ya
- Tidak, namun pernah mendapat informasi dari teman/postingan website/blog
- Tidak

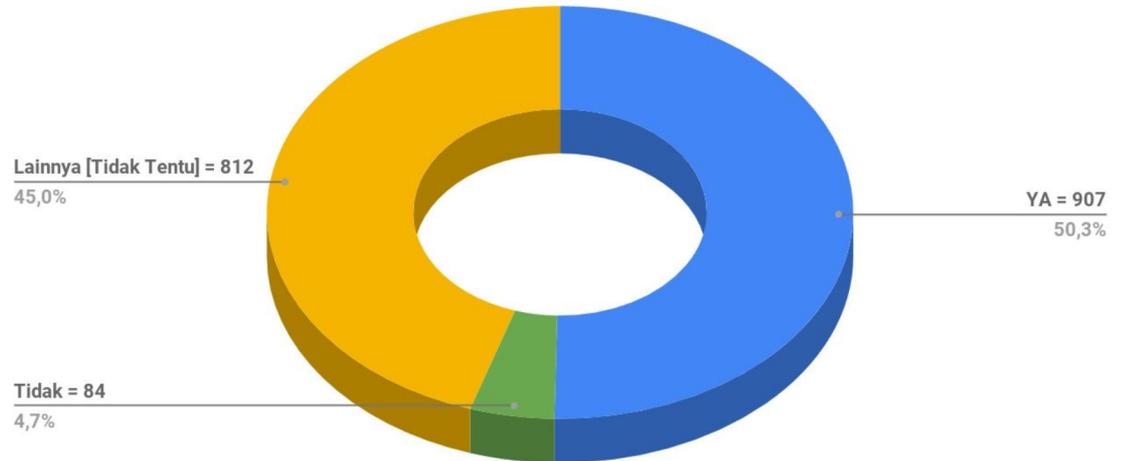
Sebelumnya

Lanjut



## 8. Apakah Anda menonton film atau konten sesuai usia dan minat?

No	Apakah Anda menonton film atau konten sesuai usia dan minat?	Total
1	"Tidak"	84
2	"Ya"	907
3	Lainnya [Tidak Tentu]	812



## Informasi

Pertanyaan 8/12

Bila menemukan Anak atau keluarga Anda yang sedang mengakses Film/konten yang tidak sesuai klasifikasi usia, apa tindakan Anda:

- Mendekati dan memberikan informasi singkat mengenai klasifikasi usia dan sensor mandiri
- Memberikan pendampingan hingga konten selesai dan memberikan penjelasan
- Mengaktifkan tombol filter usia pada akun media sosial yang diakses
- Cuek aja

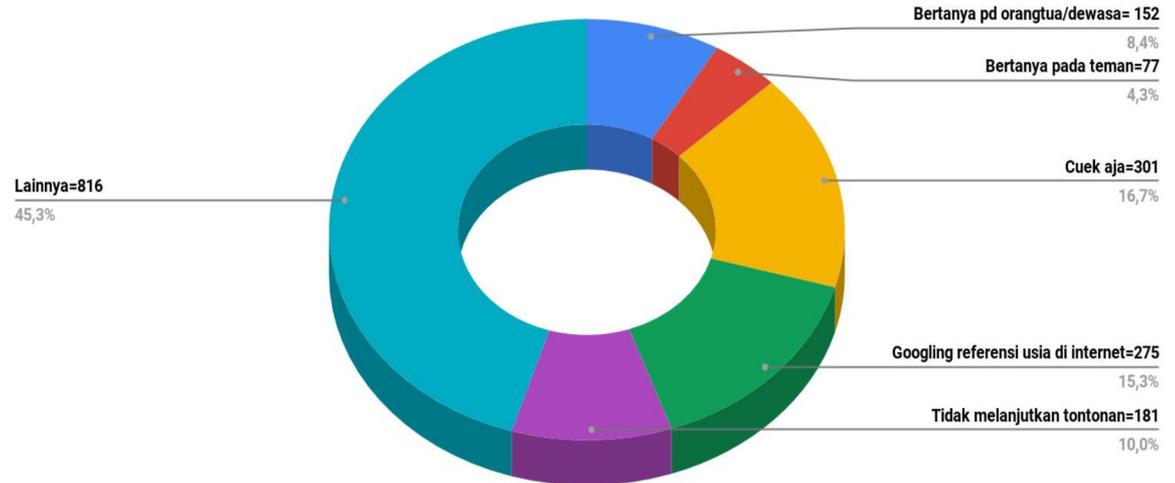
Sebelumnya

Lanjut



### 9. Bila menemukan film atau konten yang menarik namun tidak memiliki informasi usia, apakah yang akan Anda lakukan:

No.	Bila menemukan film atau konten yang menarik namun tidak memiliki informasi usia, apakah yang akan Anda lakukan:	TOTAL
1	"Bertanya pada orangtua / dewasa"	152
2	"Bertanya pada teman"	77
3	"Cuek aja"	301
4	"Googling referensi usia di internet"	275
5	"Tidak melanjutkan tontonan"	181
6	Lainnya	816



## Informasi

Pertanyaan 8/12

Bila menemukan Anak atau keluarga Anda yang sedang mengakses Film/konten yang tidak sesuai klasifikasi usia, apa tindakan Anda:

- Mendekati dan memberikan informasi singkat mengenai klasifikasi usia dan sensor mandiri
- Memberikan pendampingan hingga konten selesai dan memberikan penjelasan
- Mengaktifkan tombol filter usia pada akun media sosial yang diakses
- Cuek aja

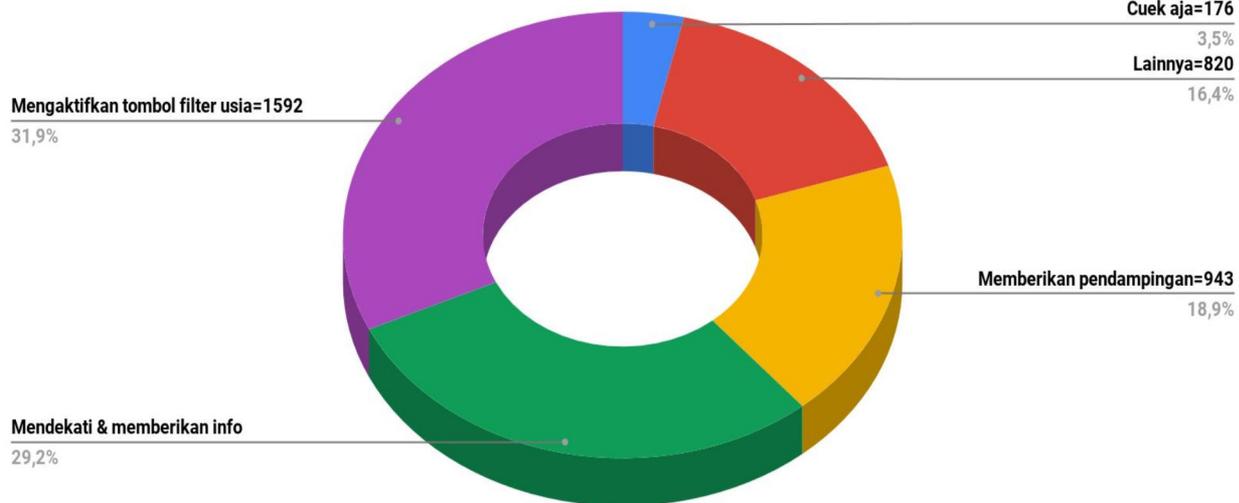
Sebelumnya

Lanjut



## 10. Bila menemukan Anak atau keluarga Anda yang sedang mengakses Film/konten yang tidak sesuai klasifikasi usia, apa tindakan Anda:

No	Bila menemukan Anak atau keluarga Anda yang sedang mengakses Film/konten yang tidak sesuai klasifikasi usia, apa tindakan Anda:	TOTAL
1	"Cuek aja"	176
2	Lainnya	820
3	"Memberikan pendampingan hingga konten selesai dan memberikan penjelasan"	943
4	"Mendekati dan memberikan informasi singkat mengenai klasifikasi usia dan sensor mandiri"	1454
5	"Mengaktifkan tombol filter usia pada akun media sosial yang diakses"	1592





**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA



**KUESIONER KHUSUS**  
**103** RESPONDEN  
**PRODUSEN FILM**  
**ATAU**  
**CONTENT CREATOR**

## 2. PENJELASAN KUESIONER [ E-Survei] LSF RI DAN PEMAHAMAN GERAKAN SENSOR MANDIRI 2018



**KUESIONER LEMBAGA  
SENSOR FILM RI DAN  
PEMAHAMAN GERAKAN  
SENSOR MANDIRI 2018**

Dengan hormat, Ivibesmedia.com saat ini membantu melakukan penyebaran kuesioner berupa e-survey yang ditujukan kepada Produsen Film, pembuat konten, eksibitor, supplier film, vlogger, youtubers hingga masyarakat Indonesia pada umumnya untuk memberikan input terkait Lembaga Sensor Film RI serta pemahaman mengenai Gerakan Sensor Mandiri. Kuesioner e-survey ini dirancang untuk tetap menjaga kerahasiaan Anda. Anda diminta untuk menjawab dengan memilih jawaban yang paling menggambarkan kondisi Anda sekarang dengan sejujur-jujurnya. Kuesioner ini dapat dikerjakan kurang lebih 5 menit. Terima kasih atas kesediaan waktu untuk mengisi. Bantuan dan partisipasi Anda menjadi sumbangsih yang berharga dalam penelitian ini.

[Mulai Survei](#)



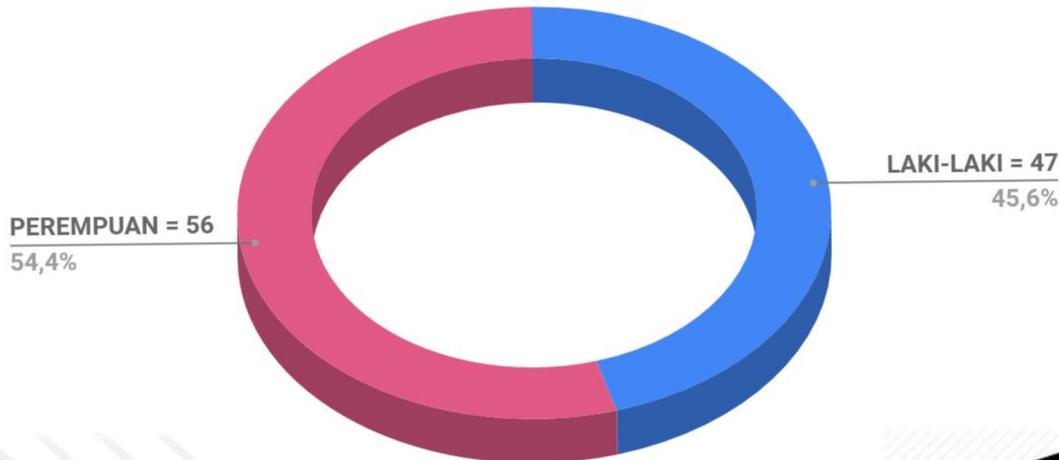
**3. IDENTITAS RESPONDEN**  
**[PRODUSEN FILM ATAU CONTENT CREATOR]**

### 3.1. Presentase Gender Responden Produser Film



LEMBAGA SENSOR FILM  
REPUBLIK INDONESIA

♀ = **56** [54.4%]



♂ = **47**  
[45.6%]

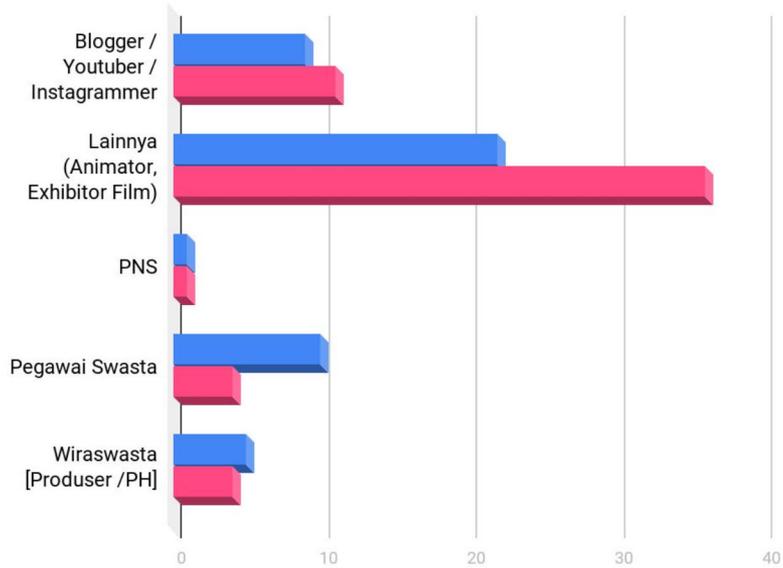


# 3.2 Jenis Pekerjaan / Profesi Lainnya Produsen



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

PROFESI	PEREMPUAN
Blogger / Youtuber / Instagrammer	1
Lainnya (Animator, Exhibitor Film)	36
PNS	1
Pegawai Swasta	4
Wiraswasta [Produser /PH]	4



■ LAKI-LAKI  
■ PEREMPUAN

PROFESI	LAKI-LAKI
Blogger / Youtuber / Instagrammer	9
Lainnya (Animator, Exhibitor Film)	22
PNS	1
Pegawai Swasta	10
Wiraswasta [Produser /PH]	5

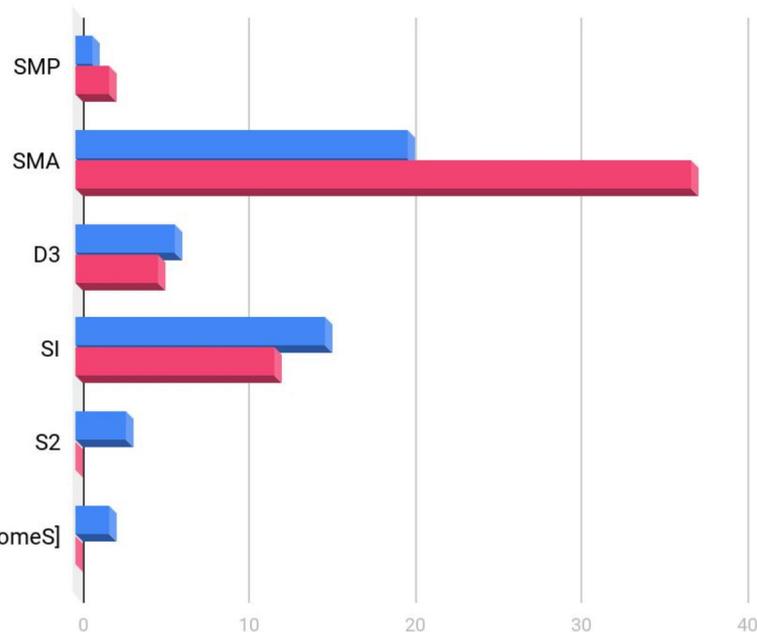


### 3.3 Pendidikan Terakhir Responden Produsen Saat Ini



**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

PENDIDIKAN	PEREMPUAN
SMP	2
SMA	37
D3	5
SI	12
S2	0
Lainnya [HomeS]	0



■ LAKI-LAKI  
■ PEREMPUAN

PENDIDIKAN	LAKI-LAKI
SMP	1
SMA	20
D3	6
SI	15
S2	3
Lainnya [HomeS]	2





**LEMBAGA SENSOR FILM**  
REPUBLIK INDONESIA

## 4. Klasifikasi Usia Responden Produsen



Responden usia termuda  
14 tahun



**Rata-rata Usia Responden = 23 tahun**

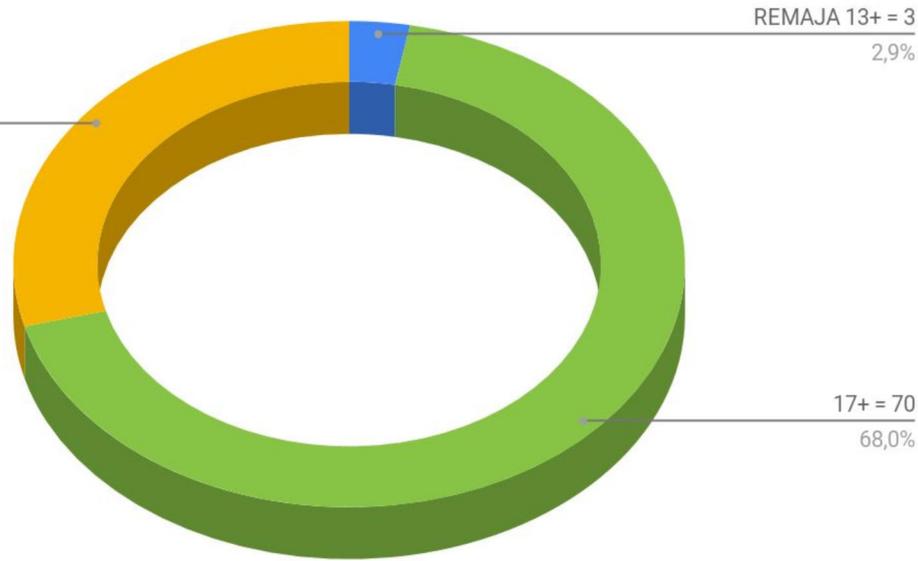


Responden usia tertua  
55 tahun



## 4.1 Klasifikasi Usia Responden Produsen

KLASIFIKASI USIA	PEREMPUAN
Remaja 13+	2
17+	42
21+	12



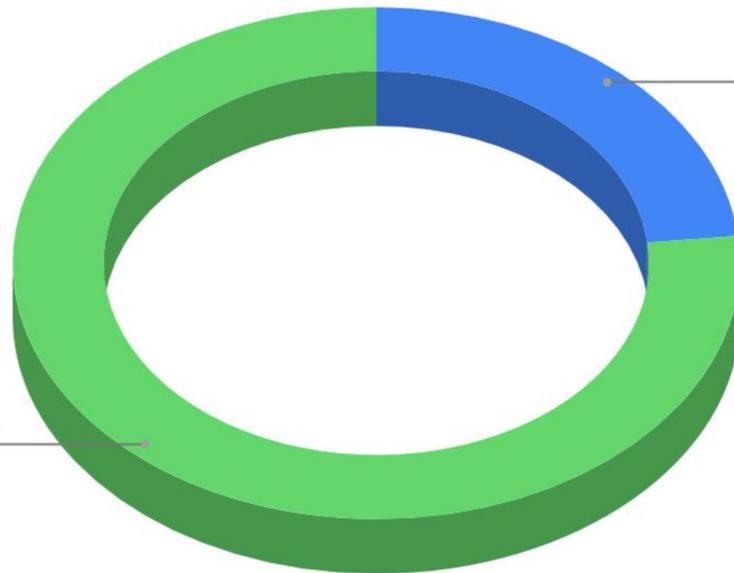
KLASIFIKASI USIA	LAKI-LAKI
Remaja 13+	1
17+	28
21+	18





## 5. Status Responden Produsen

STATUS	PEREMPUAN
Menikah	9
Belum Menikah	47



**Menikah= 24**  
23,3%

STATUS	LAKI-LAKI
Menikah	15
Belum Menikah	32

**Belum Menikah= 79**  
76,7%





## Informasi

Pertanyaan 1/6

Apakah Anda merupakan (jawaban boleh lebih dari satu) :

- Produsen Film
- Pembuat Konten animasi/gambar
- Exhibitor Film
- Suplier Film
- Youtubers
- Instagrammer
- Vlogger

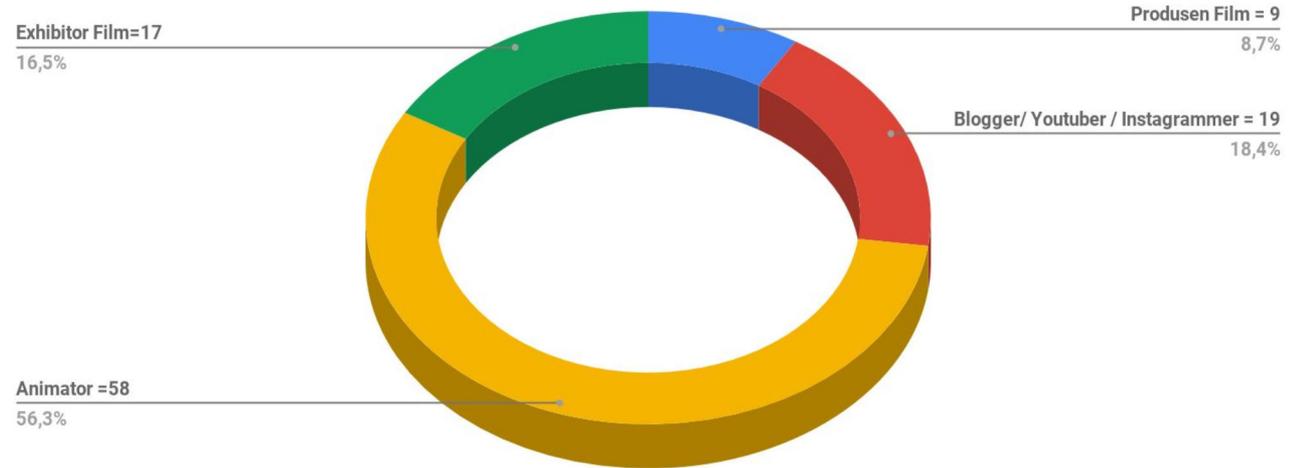
Sebelumnya

Lanjut



# 1. Apakah Profesi Anda Saat Ini:

NO	PROFESI	TOTAL
1	Produsen Film 8.7%	9
2	Blogger/ Youtuber/ Instagrammer 18.4%	19
3	Animator 56.3%	58
4	Exhibitor Film 16.5%	17



## Informasi

Pertanyaan 2/6

Apakah Anda mengenal Lembaga Sensor Film RI?

- Ya
- Tidak

Sebelumnya

Lanjut



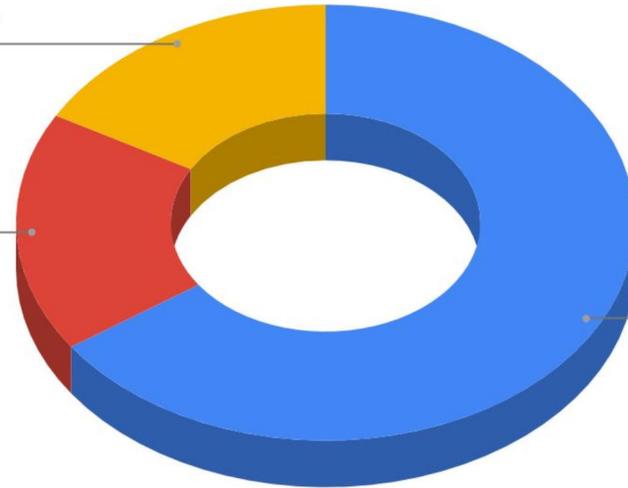
## 2. Apakah Anda mengenal Lembaga Sensor Film RI?

No	Apakah Anda Mengenal LSF RI?	TOTAL
1	YA	66
2	"Tidak"	18
3	Lainnya [Ragu-Ragu]	17

Lainnya[Ragu] = 17  
16,8%

Tidak = 18  
17,8%

YA= 66  
65,3%



## Informasi

Pertanyaan 3/6

Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?

- Ya
- Tidak, namun pernah mendapat informasi dari teman/postingan website/blog
- Tidak

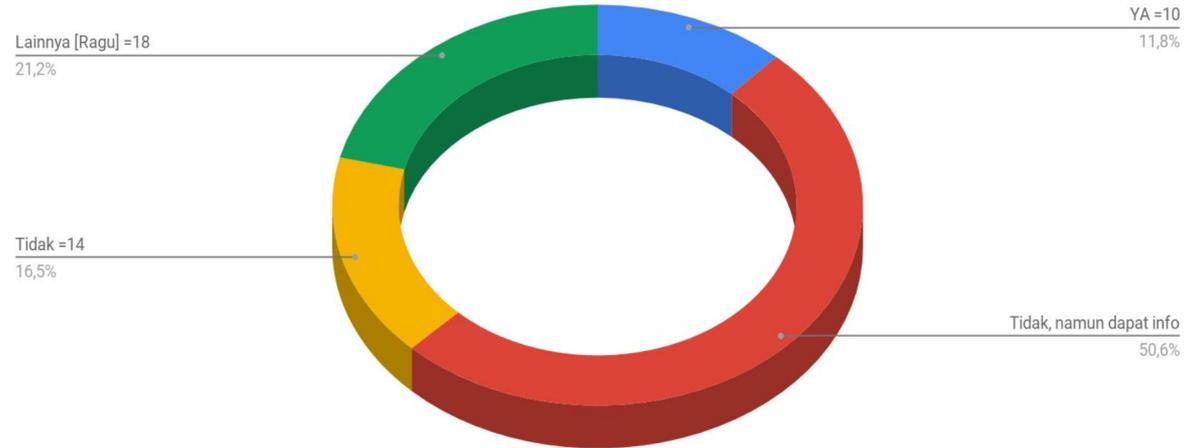
Sebelumnya

Lanjut



### 3. Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?

No	Apakah Anda pernah mengikuti sosialisasi yang dilakukan oleh Lembaga Sensor Film RI di kota Anda?	Total
1	YA	10
2	Tidak, namun pernah mendapat informasi dari teman/postingan website/blog	43
3	Tidak	14
4	Lainnya [Ragu-ragu]	18



## Informasi

Pertanyaan 4/6

Apakah Anda memahami bahwa dalam membuat dan memproduksi Film atau konten, Anda harus mengaplikasikan Sensor Mandiri terhadap karya atau Usaha Anda, sehingga target penonton Anda sesuai dengan usianya?

- Ya
- Tidak

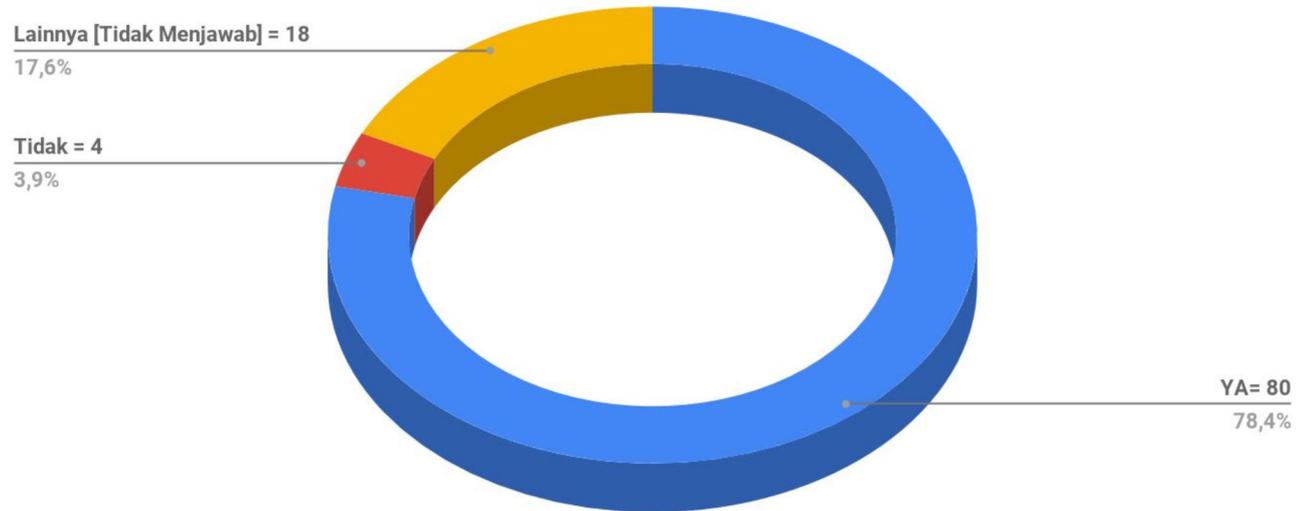
Sebelumnya

Lanjut



**4. Apakah Anda memahami bahwa dalam membuat dan memproduksi Film atau konten, Anda harus mengaplikasikan Sensor Mandiri terhadap karya atau Usaha Anda, sehingga target penonton Anda sesuai dengan usianya?**

No	Apakah Anda memahami bahwa dalam membuat dan memproduksi Film atau konten, Anda harus mengaplikasikan Sensor Mandiri terhadap karya atau Usaha Anda, sehingga target penonton Anda sesuai dengan usianya?	TOTAL
1	YA	80
2	Tidak	4
3	Lainnya [Tidak Menjawab]	18



# Summary

---





TOTAL RESPONDEN	4,990	103	5,093	SCORE & RECOMMENDATION ACTION
<b>STANDAR GOOD CONVERSATION RATE WORLDWIDE (GOOGLE STANDARD)</b>  <p style="text-align: center;"><b>2% - 5%</b></p>				<p>Secara <b>NASIONAL</b>, cakupan program sosialisasi yang dilakukan oleh LSF RI sangat positif, Dimana DKI JAKARTA sebagai kota dengan populasi pengguna internet terbesar di Indonesia memberikan kontribusi jumlah responden yang cukup signifikan yakni 2,400 Responden (<b>48,09%</b>)</p>
<b>Total Responden (NASIONAL) yang :</b> 1. Mengetahui LSF RI 2. Pernah mengikuti sosialisasi di kotanya #BudayaSensorMandiri	257	9	266	<p>Terlihat bahwa responden asal Jakarta memberikan feedback paling tinggi dan mau meluangkan waktunya untuk mengisi dan memberi input pada E-SURVEI ini (<b>pilihan ganda + 10 pertanyaan ESSAI</b>)</p> <p>Data yang diperoleh E-survei ini menunjukkan bahwa ada <b>"BENANG MERAH"</b> antara kegiatan sosialisasi program #BUDAYASENSORMANDIRI secara <b>OFFLINE</b> dengan jumlah RESPONDEN yang terpapar e-survei ini secara <b>ONLINE</b></p>
<b>Total Responden (NASIONAL) yang:</b> 1. Mengetahui LSF RI 2. Tidak pernah mengikuti sosialisasi namun pernah membaca via website/postingan blog/dari teman	1,384	43	1,427	<p>Karena area ini sudah cukup advance pemahamannya, maka rekomendasi untuk tahun 2019 adalah membuat kegiatan sosialisasi yang berbeda dengan mengedepankan ENGAGEMENT yang lebih PERSONAL dan MENGENA pada generasi MILENIAL, seperti SENSOR MANDIRI MOVEMENT via SOCIAL MEDIA ( INSTAGRAM -FB-YOUTUBE)</p>
<b>CONVERSION RATE E-SURVEI LSF RI 2018</b>	5.1%	8.7 %	5.2%	



TOTAL RESPONDEN	4,990	103	5,093	SCORE & RECOMMENDATION ACTION
<b>STANDAR GOOD CONVERSATION RATE WORLDWIDE (GOOGLE STANDARD)</b>  2% - 5%				Untuk area INDONESIA BARAT & INDONESIA TENGAH ( <b>Non-Jakarta + Non-Jawa</b> ) conversion rate 2.4% telah melewati batas minimal BAWAH dalam standard conversion rate GOOGLE.
Total Responden INDONESIA BARAT & INDONESIA TENGAH (NON JAKARTA & JAWA) yang : 1. Menenal LSF RI 2. Pernah mengikuti sosialisasi di kotanya #BudayaSensorMandiri	120	7	228	Indikator ini menunjukkan bahwa gerakan program sosialisasi yang dilakukan LSF RI secara OFFLINE cukup informatif dan membuka wacana bagi responden.  Untuk 2019, kami rekomendasikan untuk terus rutin melakukan program sosialisasi secara OFFLINE dengan melakukan <b>INTEGRASI ONLINE MONITORING</b> sehingga feedback, Response, input hingga Jejak Digital setelah KEGIATAN dapat terekam secara lengkap.
<b>CONVERSION RATE E-SURVEI LSF RI 2018</b>	2.4%	6.8%	4.4%	



TOTAL RESPONDEN	4,990	103	5,093	SCORE & RECOMMENDATION ACTION
<b>STANDAR GOOD CONVERSATION RATE WORLDWIDE (GOOGLE STANDARD)</b>  <b>2% - 5%</b>				<p>Conversation Rate untuk INDONESIA TIMUR masih sangat rendah.</p> <p>Perlunya PROGRAM SOSIALISASI YANG LEBIH INTENSIF dengan pembuatan MODUL yang spesifik untuk "MENGEJAR" conversation rate yang lebih baik</p>
<b>Total Responden (INDONESIA TIMUR) yang :</b> 1. Menegal LSF RI 2. Pernah mengikuti sosialisasi di kotanya #BudayaSensorMandiri	15	0	15	
<b>CONVERSATION RATE untuk INDONESIA TIMUR Untuk yang mengenal LSF RI dan pernah mengikuti sosialisasi</b>	0.3%	0	0.2%	

**CATATAN :**

1. PERLU DIBUATKAN 3 PROGRAM DAN MODUL YANG BERBEDA UNTUK MENGHADAPI 3(JENIS) TARGET MASYARAKAT YANG BERBEDA.
2. PERLUNYA INTEGRASI ANTARA AKTIVITAS OFFLINE DAN ONLINE UNTUK MENJADI ACUAN DAN LANDASAN MONITORING PENGUKURAN "CONVERSATION RATE" YANG LEBIH AKURAT



## Data Kota/Kabupaten asal Responden e-Survei LSF RI yang Pernah mengikuti Sosialisasi LSF RI tahun 2018

	I	II	III	IV	V
1	Ambon	Bekasi	Denpasar	Kab Batang	Kab Deli Serdang
2	Balikpapan	Belitung	Depok	Kab Batubara	Kab Gowa
3	Banda Aceh	Bengkulu	Dumai	Kab Bekasi	Kab Gunung Kidul
4	Bandar Lampung	Bintan	Gianyar	Kab Belitung	Kab Humbang Hasundutan
5	Bandung	Bitung	Gorontalo	Kab Blitar	Kab Karo
6	Banjarmasin	Bogor	Kab Agam	Kab Blora	Kab Kepulauan Seribu
7	Bantul	Bukittinggi	Kab Asahan	Kab Bogor	Kab Labuhanbatu
8	Barito Selatan	Cilegon	Kab Badung	Kab Bojonegoro	Kab Lampung Barat
9	Batam	Cimahi	Kab Banyuwangi	Kab Buru Selatan	Kab Lampung Utara
10	Bau-Bau	Deli Serdang	Kab Barito Selatan	Kab Dairi	Kab Langkat

	I	II	III	IV	V
1	Kab Lingga	Kab Sleman	Kota Administrasi Jakarta Utara	Medan	Surabaya
2	Kab Magetan	Kab Sumenep	Kutai Barat	Padang	Tangerang
3	Kab Mandailing Natal	Kab Tangerang	Lampung Barat	Palangkaraya	Tangerang Selatan
4	Kab Merangin	Kab Tapin	Lampung Timur	Palembang	Tanjung Pinang
5	Kab Minahasa Utara	Kab Toraja Utara	Lampung Utara	Palu	Ternate
6	Kab Nias	Kepulauan Aru	Lingga	Pekanbaru	Yogyakarta
7	Kab Nias Selatan	Kota Administrasi Jakarta Barat	Lubuklinggau	Pontianak	
8	Kab Pelalawan	Kota Administrasi Jakarta Pusat	Makassar	Semarang	
9	Kab Pulang Pisau	Kota Administrasi Jakarta Selatan	Malang	Subulussalam	
10	Kab Sidoarjo	Kota Administrasi Jakarta Timur	Malinau	Sungai Penuh	