

Efektivitas Manajemen Komunikasi Pada Proses Produksi Film Pendek di ABSURD Production

Luvitha Shauma Putri, Askurifai Baksin

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

luvithasp29@gmail.com, askuri.fai@gmail.com

Abstract. In the film industry, especially short film production, good communication management is needed so that each team member understands their roles, responsibilities, and important information. One of the short film makers in Bandung City is ABSURD Production, although they implement communication management, they still face several obstacles in their production process, such as miscommunication between team members. The purpose of this study is to determine the level of communication management effectiveness in the short film production process at ABSURD Production. This research employs a descriptive quantitative method, utilizing the positivism paradigm and the social system theory. The population of this study consists of all members of the ABSURD Production team, with a total of 40 respondents selected using the census sampling technique. Data collection methods include interviews, questionnaires, and literature review. The data analysis technique used in this study is descriptive statistics. The findings of this research indicate that the effectiveness of communication management in ABSURD Production achieved a score of 3.27, categorizing it as very effective. The highest score was observed in the communication planning indicator, with a value of 3.35, while the lowest score was in the communication implementation indicator, which scored 3.11, placing it in the effective category.

Keywords: *Effective, Communication Management, Production Process*

Abstrak. Dalam industri film, khususnya produksi film pendek, manajemen komunikasi yang baik diperlukan agar setiap anggota tim memahami peran, tanggung jawab, dan informasi penting. Salah satu pembuat film pendek di Kota Bandung adalah ABSURD Production, meskipun mereka menerapkan manajemen komunikasi, mereka masih menghadapi beberapa kendala dalam proses produksinya, seperti miskomunikasi antaranggota tim. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat efektivitas manajemen komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, menggunakan paradigma positivisme dan menggunakan teori sistem sosial. Populasi penelitian ini adalah seluruh anggota tim produksi ABSURD Production dengan menggunakan teknik sampling jenuh sejumlah 40 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, angket (kuesioner), dan studi kepustakaan. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas manajemen komunikasi di ABSURD Production mendapatkan skor 3,27 yang menunjukkan bahwa manajemen komunikasi ABSURD Production tergolong sangat efektif. Indikator tertinggi diperoleh pada indikator perencanaan komunikasi yaitu sebesar 3,35 dan nilai indikator terendah diperoleh pada indikator pelaksanaan komunikasi yaitu sebesar 3,11 yang dimana termasuk kedalam kategori efektif.

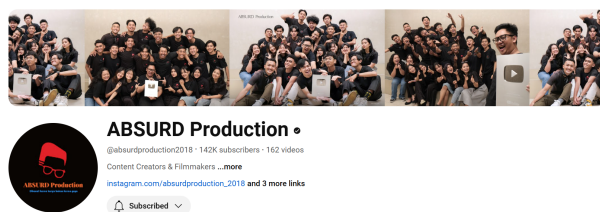
Kata Kunci: *Efektif, Manajemen Komunikasi, Proses Produksi*

A. Pendahuluan

Komunikasi bagian yang sangat krusial untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen dan manajemen pun sangat dipengaruhi oleh bagaimana komunikasi dikelola, yang sering disebut sebagai manajemen komunikasi. Dengan demikian, manajemen komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam memastikan bahwa informasi disampaikan secara jelas, tepat waktu, dan sesuai kebutuhan. Proses komunikasi akan berjalan efektif ketika komunikator menjalankan perannya dengan baik, sehingga komunikasi berlangsung sesuai dengan harapan. Gagasan atau ide dibahas melalui musyawarah antara komunikator dan komunikan, yang menghasilkan pemahaman bersama tentang informasi yang menjadi fokus diskusi, dan mengarah pada kesepakatan serta kesatuan pandangan (Maharani et al., 2018). Tanpa manajemen komunikasi yang baik, organisasi bisa menghadapi kesalahpahaman, konflik, dan penurunan produktivitas, yang bisa menghambat pencapaian tujuan. Dengan kata lain, manajemen komunikasi berfungsi sebagai faktor pendorong yang meningkatkan kinerja organisasi dalam mencapai tujuannya (Sahputra, 2020).

Kebutuhan akan manajemen komunikasi yang efektif juga sangat penting di dalam industri film, salah satunya dalam produksi film pendek (Resty Putri Aulia & Doddy Iskandar, 2023). Tujuan adanya manajemen komunikasi adalah agar semua anggota tim dapat memahami dengan jelas peran, tanggung jawab, dan informasi yang penting, sehingga mereka dapat bekerja sama dengan baik. Film pendek, yang biasanya berdurasi kurang dari 50 menit, memerlukan pengelolaan yang cermat agar cerita yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan memberikan dampak yang berarti. Proses produksi film pendek melibatkan beberapa tahap, seperti praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahap ini membutuhkan koordinasi yang baik antara anggota tim produksi untuk memastikan bahwa visi kreatif dapat terwujud dengan tepat.

Film pendek adalah suatu jenis film yang dapat dianggap sederhana namun juga kompleks. Di banyak negara, film pendek sering dijadikan sebagai sarana eksperimen dan sebagai langkah awal bagi para sineas muda untuk melanjutkan ke produksi film panjang (Caniago & Hero, 2022). Secara teknis, film pendek mempunyai durasi di bawah 50 menit, yang membuat proses pembuatannya cenderung sangat bervariasi. Variasi-variasi ini menciptakan perspektif baru dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan sinema. Menurut Heru Effendi (Erlyana & Bonjoni, 2014) Jenis film ini banyak diproduksi oleh orang-orang yang tertarik dengan dunia perfilman atau mahasiswa jurusan film dan ingin belajar memproduksi film dengan baik. Namun, ada juga yang memang fokus dalam memproduksi film pendek, dan umumnya hasil produksi ini disalurkan ke rumah produksi atau stasiun televisi. Salah satu film maker di Kota Bandung yang sering memproduksi film pendek adalah ABSURD Production.



Gambar 1. Channel Youtube ABSURD Production

ABSURD Production merupakan film *maker* asal Kota Bandung yang berisi sekelompok sineas muda yang kreatif dan inovatif. Fokus utama mereka adalah pada pembuatan film pendek dan series yang menarik mencakup berbagai *genre*, seperti percintaan, persahabatan, keluarga, maupun horror. Karya-karya yang dihasilkan oleh ABSURD Production dapat disaksikan di platform YouTube. Saat ini, kanal YouTube mereka telah mencapai 142 ribu *subscriber* dan telah mendapatkan penghargaan *silver play button* dari YouTube, menunjukkan adanya minat yang besar dari penonton terhadap karya-karya mereka.



Gambar 2. Film – Film Pendek Karya ABSURD Production

Beberapa karya film pendek mereka bahkan telah mencapai jumlah penonton yang mengesankan, seperti film pendek yang berjudul “*Pick Me*” mencapai 1,4 juta *views*, “*Rumah Singgah*” dengan 2,4 juta *views*, dan film “*Juara Kedua*” yang mencapai 3,1 *views*. Pencapaian ini menunjukkan kualitas dan daya tarik dari karya-karya yang dihasilkan oleh sekelompok sineas muda ini. Namun di balik karya – karyanya yang menarik tersebut, sutradara sekaligus produser dari ABSURD Production dan beberapa anggotanya mengungkapkan bahwa mereka terkadang masih menghadapi beberapa kendala dalam proses produksinya. Salah satu tantangan yang sering terjadi adalah miskomunikasi antar anggota tim, yang kadang mengakibatkan konflik antar sesama anggota. Selain itu, ketidaksesuaian jadwal shooting yang telah direncanakan juga sering menjadi hambatan, memaksa tim untuk beradaptasi dan mencari solusi agar produksi tetap dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, memahami dan mengelola manajemen komunikasi dengan efektif merupakan hal yang sangat penting bagi setiap tim produksi film.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat judul “**Efektivitas Manajemen Komunikasi Pada Proses Produksi Film Pendek di ABSURD Production**” dengan perumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana tingkat efektivitas manajemen komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production?”, Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana tingkat efektivitas perencanaan komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production.
2. Mengetahui bagaimana tingkat efektivitas pelaksanaan komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production.
3. Mengetahui bagaimana tingkat efektivitas pengendalian komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production.
4. Mengetahui bagaimana tingkat efektivitas evaluasi komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Istilah positivisme berasal dari kata "positif," yang mengacu pada teori yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta-fakta yang bisa diamati secara objektif (Nugroho, 2016). Pandangan positivisme menjelaskan bahwa dalam mendapatkan fakta objektif dibutuhkan penelitian ilmiah dan sains. Positivisme adalah pandangan yang menyatakan bahwa hanya data yang nyata atau empirik yang dapat diselidiki atau dipahami, yang disebut sebagai data positif (Kholifah, 2019).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang mempunyai tujuan dalam mengetahui nilai suatu variabel independen, baik itu satu variabel ataupun lebih, tanpa menjalankan perimbangan atau menghubungkannya dengan variabel lainnya (Wahyuni, 2019). Penelitian deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menjawab suatu masalah dan memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai fenomena tertentu dengan menerapkan pendekatan kuantitatif (Wahyudi, 2022). Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang hanya berfokus pada menggambarkan suatu variabel yang sedang diteliti, tanpa bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu (Dianni Nurhabba et al., 2023).

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota tim produksi ABSURD Production yang berjumlah 40 orang. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini kurang dari 100 orang, maka penulis menggunakan teknik *sampling* jenuh dengan mengambil 100% dari populasi sebagai sampel, yaitu seluruh anggota tim ABSURD Production yang berjumlah sebanyak 40 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, dan kepustakaan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, analisis tabulasi sederhana, dan skor rata-rata untuk mengukur rentang skala keefektivitasannya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Nilai Efektivitas Perencanaan Komunikasi

Berikut adalah hasil mengenai nilai efektivitas perencanaan komunikasi, peneliti menggunakan 10 item pernyataan untuk mengukur indikator pertama yakni perencanaan komunikasi.

Tabel 1. Skor Rata – Rata Indikator Perencanaan Komunikasi

Item Pernyataan	1	2	3	4	Skor	Nilai
1	1	0	11	28	146	3,65
2	1	0	13	26	144	3,6
3	2	3	17	18	131	3,27
4	2	3	16	19	132	3,3
5	1	3	23	13	128	3,2
6	1	2	20	17	133	3,32
7	2	6	17	15	125	3,12
8	1	1	17	21	137	3,42
9	1	2	22	15	131	3,27
10	1	3	15	21	136	3,4

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

$$X_{Perencanaan} = \frac{3,65 + 3,6 + 3,27 + 3,3 + 3,2 + 3,32 + 3,12 + 3,42 + 3,27 + 3,4}{10}$$

$$X_{Perencanaan} = \frac{33,55}{10} = 3,35$$

Berdasarkan hasil analisis dari tingkat efektivitas indikator perencanaan komunikasi mencapai nilai rata-rata sebesar 3,35. Nilai ini termasuk dalam rentang skala keputusan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Kategori Keefektivitasan

No	Nilai	Keterangan
1	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Efektif (STE)
2	1,76 – 2,50	Tidak Efektif (TE)
3	2,51 – 3,25	Efektif (E)
4	3,26 – 4,00	Sangat Efektif (SE)

Dari hasil perhitungan skala yang diperoleh dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai untuk indikator pertama yakni perencanaan komunikasi adalah sebesar 3,35 berada pada rentang skala 3,26 – 4,00 yang berarti masuk kedalam kategori sangat efektif, Responden setuju bahwa tim produksi ABSURD Production telah menerapkan perencanaan komunikasi yang efektif pada setiap proses

produksi film pendek yang mereka buat. Hal ini menunjukkan bahwa anggota tim ABSURD Production telah merancang dan mengimplementasikan perencanaan komunikasi secara efektif. Hal ini sesuai dengan definisi mengenai indikator perencanaan komunikasi menurut Ahmadi dan Lestari (Ahmadi & Lestari, 2023) yakni perencanaan komunikasi adalah proses sistematis dan strategis yang dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif dan efisien. Dalam konteks manajemen komunikasi di ABSURD Production dalam memproduksi film pendek, perencanaan melibatkan pemilihan cara terbaik untuk mencapai target produksi yang telah ditetapkan. Perencanaan yang matang telah dilakukan jauh sebelum proses produksi dimulai, karena memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan komunikasi dan koordinasi tim untuk mencapai hasil yang maksimal.

Nilai Efektivitas Pelaksanaan Komunikasi

Berikut adalah hasil mengenai nilai efektivitas pelaksanaan komunikasi, peneliti menggunakan 8 item pernyataan untuk mengukur indikator pertama yakni pelaksanaan komunikasi.

Tabel 3. Skor Rata – Rata Indikator Pelaksanaan Komunikasi

Item Pernyataan	1	2	3	4	Skor	Nilai
1	0	6	25	9	123	3,07
2	1	11	18	10	117	2,92
3	1	7	21	11	122	3,05
4	1	10	15	14	122	3,05
5	1	6	18	15	127	3,17
6	1	6	20	13	125	3,12
7	2	4	13	21	133	3,32
8	1	4	20	15	129	3,22

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

$$X_{Pelaksanaan} = \frac{3,07 + 2,92 + 3,05 + 3,05 + 3,17 + 3,12 + 3,32 + 3,22}{8}$$

$$X_{Pelaksanaan} = \frac{24,92}{8} = 3,11$$

Berdasarkan hasil analisis dari tingkat efektivitas indikator pelaksanaan komunikasi mencapai nilai rata-rata sebesar 3,11. Nilai ini termasuk dalam rentang skala keputusan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Kategori Keefektivitasan

No	Nilai	Keterangan
1	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Efektif (STE)
2	1,76 – 2,50	Tidak Efektif (TE)
3	2,51 – 3,25	Efektif (E)
4	3,26 – 4,00	Sangat Efektif (SE)

Dari hasil perhitungan skala yang diperoleh dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai untuk indikator kedua yakni pelaksanaan komunikasi adalah sebesar 3,11 berada pada rentang skala 2,51 – 3,25 dan masuk kedalam kategori efektif. Hal ini menunjukkan bahwa anggota tim ABSURD Production telah menerapkan pelaksanaan komunikasi secara efektif, baik dalam menyampaikan pesan, mengkoordinasikan tugas, maupun berbagi informasi antaranggota tim. Nilai ini mengindikasikan adanya pemahaman yang baik terhadap peran masing-masing individu. Walaupun

pelaksanaan komunikasi tergolong efektif, hasil ini juga menunjukkan bahwa terdapat peluang untuk lebih ditingkatkan efektivitas pelaksanaan komunikasinya.

Hal ini juga sesuai dengan definisi mengenai indikator pelaksanaan komunikasi menurut Ahmadi dan Lestari (Ahmadi & Lestari, 2023) yakni pelaksanaan komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi yang dirancang dengan matang oleh komunikator untuk mencapai tujuan tertentu. pelaksanaan ini menekankan pentingnya penyampaian pesan yang jelas dan mudah dipahami oleh penerima. Dalam organisasi, pelaksanaan komunikasi bertujuan memastikan komunikasi yang efektif dengan memahami perbedaan perilaku individu yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Keberhasilan pelaksanaan komunikasi sangat bergantung pada persiapan yang matang, karena mencapai pemahaman bersama dan tujuan yang diinginkan tidaklah mudah tanpa perencanaan yang sistematis.

Dalam konteks manajemen komunikasi di ABSURD Production, definisi ini sangat relevan, terutama dalam pelaksanaan komunikasi yang dirancang untuk mendukung proses produksi film. Sebagai tim yang terdiri dari individu dengan tanggung jawab yang berbeda, keberhasilan pelaksanaan komunikasi sangat bergantung pada persiapan yang matang. Penyampaian pesan yang jelas dan mudah dipahami menjadi prioritas, sehingga semua anggota tim memiliki pemahaman yang sama terhadap tugas dan tanggung jawab mereka. Dalam proses produksi, memahami perbedaan perilaku dan karakter individu juga sangat penting, karena hal ini dapat memengaruhi efektivitas kerja dan pencapaian tujuan tim. Dengan perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang sistematis, ABSURD Production berhasil menciptakan komunikasi yang efektif, yang pada akhirnya mendukung kelancaran proses produksi dan pencapaian target yang telah ditetapkan.

Nilai Efektivitas Pengendalian Komunikasi

Berikut adalah hasil mengenai nilai efektivitas pengendalian komunikasi, peneliti menggunakan 8 item pernyataan untuk mengukur indikator pertama yakni pengendalian komunikasi.

Tabel 5. Skor Rata – Rata Indikator Pengendalian Komunikasi

Item Pernyataan	1	2	3	4	Skor	Nilai
1	1	0	29	10	128	3,2
2	1	5	17	17	130	3,25
3	2	4	20	14	126	3,15
4	2	2	19	17	131	3,27
5	1	2	16	21	137	3,42
6	1	1	18	20	137	3,42
7	1	4	17	18	132	3,3
8	0	1	15	24	143	3,57

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

$$XPengendalian = \frac{3,2 + 3,25 + 3,15 + 3,27 + 3,42 + 3,42 + 3,3 + 3,57}{8}$$

$$XPengendalian = \frac{26,58}{8} = 3,32$$

Berdasarkan hasil analisis dari tingkat efektivitas indikator pengendalian komunikasi mencapai nilai rata-rata sebesar 3,32. Nilai ini termasuk dalam rentang skala keputusan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Kategori Keefektivitasan

No	Nilai	Keterangan
1	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Efektif (STE)
2	1,76 – 2,50	Tidak Efektif (TE)
3	2,51 – 3,25	Efektif (E)
4	3,26 – 4,00	Sangat Efektif (SE)

Dari hasil perhitungan skala yang diperoleh dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai untuk indikator ketiga yakni pengendalian komunikasi adalah sebesar 3,32 berada pada rentang skala 3,26 – 4,00 dan masuk kedalam kategori sangat efektif. Hal ini menunjukkan bahwa anggota tim ABSURD Production telah menjalankan komunikasi yang terkontrol dengan baik. Mereka mampu memantau alur komunikasi secara efektif, menyampaikan pesan dengan jelas, dan mengatasi masalah komunikasi yang muncul selama proses produksi. Selain itu, efektivitas ini juga mencerminkan adanya koordinasi yang baik di antara anggota tim. Keberhasilan dalam pengendalian komunikasi ini menjadi salah satu faktor utama yang mendukung kelancaran kerja tim dalam menyelesaikan setiap tahapan produksi dengan hasil yang memuaskan. Dengan komunikasi yang terkendali, setiap anggota tim dapat bekerja sesuai peran masing-masing

Hal ini juga sesuai dengan definisi mengenai indikator pengendalian komunikasi menurut (Ahmadi & Lestari, 2023) yakni pengendalian komunikasi merupakan proses pengawasan dan pengelolaan aliran komunikasi untuk memastikan pesan disampaikan dengan efektif. Ini mencakup pemantauan pesan juga menyelesaikan masalah komunikasi yang muncul. Dalam konteks manajemen komunikasi di ABSURD Production, pengendalian komunikasi berperan penting untuk memastikan seluruh proses komunikasi selama produksi berjalan lancar. Hal ini mencakup pemantauan pesan-pesan yang disampaikan di antara tim produksi, seperti sutradara, penulis naskah, dan kru lainnya untuk memastikan semua pihak memahami instruksi dengan jelas dan tidak ada informasi yang terlewat.

Nilai Efektivitas Evaluasi Komunikasi

Berikut adalah hasil mengenai nilai efektivitas evaluasi komunikasi, peneliti menggunakan 8 item pernyataan untuk mengukur indikator keempat yakni evaluasi komunikasi.

Tabel 7. Skor Rata – Rata Indikator Evaluasi Komunikasi

Item Pernyataan	1	2	3	4	Skor	Nilai
1	1	5	18	16	139	3,47
2	1	4	20	15	129	3,22
3	1	7	19	13	124	3,1
4	1	2	18	19	135	3,37
5	1	4	13	22	136	3,4
6	1	4	19	16	130	3,25
7	0	3	20	17	134	3,35
8	0	1	24	15	134	3,35

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

$$X_{Evaluasi} = \frac{3,47 + 3,22 + 3,1 + 3,37 + 3,4 + 3,25 + 3,35 + 3,35}{8}$$

$$X_{Evaluasi} = \frac{26,51}{8} = 3,31$$

Berdasarkan hasil analisis dari tingkat efektivitas indikator evaluasi komunikasi mencapai nilai rata-rata sebesar 3,31. Nilai ini termasuk dalam rentang skala keputusan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Kategori Keefektivitasan

No	Nilai	Keterangan
1	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Efektif (STE)
2	1,76 – 2,50	Tidak Efektif (TE)
3	2,51 – 3,25	Efektif (E)
4	3,26 – 4,00	Sangat Efektif (SE)

Dari hasil perhitungan skala yang diperoleh dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai untuk indikator ketiga yakni evaluasi komunikasi adalah sebesar 3,31 berada pada rentang skala 3,26 – 4,00 dan masuk kedalam kategori sangat efektif. Hal ini menunjukkan bahwa anggota tim ABSURD Production telah secara konsisten melakukan evaluasi komunikasi dengan baik. Mereka mampu menilai efektivitas komunikasi yang terjadi selama proses produksi, baik melalui peninjauan kembali alur komunikasi yang sudah dilakukan, mengevaluasi pesan-pesan yang disampaikan, maupun memahami bagaimana tanggapan dari pihak internal.

Hal ini juga sesuai dengan definisi mengenai indikator evaluasi komunikasi menurut Ahmadi dan Lestari (Ahmadi & Lestari, 2023) yakni evaluasi komunikasi merupakan proses untuk mengukur sejauh mana sebuah program atau kegiatan dapat mencapai tujuannya. Evaluasi ini mencakup pengelolaan dan pemantauan informasi untuk mengidentifikasi penyimpangan dalam pelaksanaan komunikasi, sehingga dapat segera dilakukan tindakan perbaikan. Dalam konteks manajemen komunikasi di ABSURD Production, evaluasi komunikasi dilakukan untuk memastikan setiap proses produksi berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tim secara rutin meninjau kembali alur komunikasi, mengevaluasi pesan-pesan yang disampaikan, dan memperhatikan masukan dari anggota tim. Evaluasi ini memungkinkan mereka mengenali masalah komunikasi sejak awal dan segera mengambil tindakan untuk memperbaikinya, sehingga proses produksi film tetap berjalan lancar, efisien, dan sesuai target.

Rate Efektivitas Manajemen Komunikasi

Setelah pengelompokan data berdasarkan masing-masing indikator dilakukan, langkah berikutnya bagi peneliti adalah menetapkan nilai untuk variabel efektivitas manajemen komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production.

Tabel 9. Akumulasi Nilai Efektivitas Manajemen Komunikasi

No	Variabel	Indikator	Rata - Rata	Skala Efektivitas
1		Perencanaan Komunikasi	3,35	Sangat Efektif
2	Efektivitas Manajemen	Pelaksanaan Komunikasi	3,11	Efektif
3	Komunikasi	Pengendalian Komunikasi	3,32	Sangat Efektif
4		Evaluasi Komunikasi	3,31	Sangat Efektif

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa skala efektivitas manajemen komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production mendapatkan skala sangat efektif pada tiga indikator, dan hanya satu indikator yang mendapatkan skala efektif yaitu pelaksanaan komunikasi. Perolehan dari akumulasi nilai efektivitas manajemen komunikasi diukur dengan menggunakan

rumus, sebagai berikut:

$$XEfektivitas = \frac{XPerencanaan+XPelaksanaan+XPengendalian+XEvaluasi}{4} \quad \dots (1)$$

$$XEfektivitas = \frac{3,35 + 3,11 + 3,32 + 3,31}{4} = \frac{13,09}{4} = 3,27$$

Akumulasi dari nilai efektivitas manajemen komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production memperoleh nilai 3,27 dari skala 4. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa manajemen komunikasi yang diterapkan oleh ABSURD Production dalam setiap proses produksi film pendek mencapai tingkat efektivitas yang sangat efektif. Penilaian ini didasarkan pada pengukuran empat indikator efektivitas manajemen komunikasi yaitu perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, pengendalian komunikasi, dan evaluasi komunikasi. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa ABSURD Production telah mengelola manajemen komunikasi secara sangat efektif pada setiap proses produksinya, mulai dari perencanaan yang matang hingga evaluasi yang menyeluruh.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai efektivitas manajemen komunikasi pada proses produksi film pendek di ABSURD Production, maka peneliti akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Pengukuran skala efektivitas manajemen komunikasi di ABSURD Production menggunakan konsep efektivitas manajemen komunikasi menurut Ahmadi dan Lestari yang terdiri dari 4 indikator, yakni perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, pengendalian komunikasi, dan evaluasi komunikasi. Perencanaan komunikasi mendapatkan nilai 3,35 dan masuk dalam kategori sangat efektif, Pelaksanaan komunikasi dinilai 3,11, yang berada dalam kategori efektif, Pengendalian komunikasi meraih nilai 3,32, yang juga masuk dalam kategori sangat efektif. Evaluasi komunikasi mendapat nilai 3,31 dan berada dalam kategori sangat efektif.

Hasil akhir perhitungan variabel efektivitas manajemen komunikasi di ABSURD Production mendapatkan nilai 3,27. Skor ini berada dalam rentang skala 3,26 – 4,00 yang menunjukkan bahwa manajemen komunikasi ABSURD Production tergolong sangat efektif. ABSURD Production telah berhasil menjalankan seluruh aspek komunikasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, dengan sangat baik. Dengan manajemen komunikasi yang terstruktur dan efisien, mereka mampu menjaga kelancaran di setiap proses produksinya.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Sang Pemilik dunia ini dan seisinya, dan hanya kepadaNya lah kita patut memohon dan berserah diri. Tak lupa Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada nabi Muhammad SAW sang kekasih Allah karena dengan syafaat dari beliau lah kita dapat terbebas dari zaman kejahiliyahan, dan semoga kita selalu istiqomah di jalan-Nya dan tak lupa pula sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita ke jalan kebenaran. Sehingga bisa menyelesaikan artikel ilmiah ini yang berjudul "**Efektivitas Manajemen Komunikasi pada Proses Produksi Film Pendek di ABSURD Production**". Dalam proses penyusunan artikel ilmiah ini, saya menyadari bahwa keberhasilan yang diraih tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, saya ingin menyampaikan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak atas segala bentuk dukungan, doa, dan bimbingan yang telah saya terima selama proses penyusunan artikel ini. Semoga Allah SWT membalasnya dengan kebaikan dan keberkahan untuk kita semua.

Daftar Pustaka

Ahmadi, & Lestari, M. A. (2023). *Manajemen Komunikasi organisasi ...-Ahmadi - mega asri* (Dahlia, Ed.). K-Media. <http://digilib.iain->

palangkaraya.ac.id/5393/1/Manajemen%20Komunikasi%20organisasi%20...-Ahmadi%20-%20mega%20asri.pdf

Caniago, A., & Hero, E. (2022). Fenomena Mengunggah Film Pendek di Media Sosial pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Social Media and Message Juni, Vol. 1, No. 1*(1), 24–35.

Dianni Nurhabba, F., Misdalina, & Tanzimah. (2023). Kemampuan Higher Order Thiking Skill (HOTS) dalam Pembelajaran Berdiferensiasi SD 19 Palembang. *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri, 09*.

Erlyana, Y., & Bonjoni, M. (2014). *PERANCANGAN FILM PENDEK “TANYA SAMA DENGAN”* (Vol. 3).

Kholifah, N. (2019). PENDEKATAN ILMIAH (SCIENTIFIC APPROACH) DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN BUDI PEKERTI KURIKULUM 2013: Studi Analisis Berdasarkan Paradigma Positivistik. *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman, 5*(1). <http://kbbi.web.id/dekat>,

Maharani, D., Yani, A., & Plaju, N. 3. (2018). Manajemen Komunikasi pada Petugas Kebersihan Kota Palembang. In *Manajemen Komunikasi Pada Petugas Kebersihan... Mediator: Jurnal Komunikasi* (Vol. 11, Issue 1).

Nugroho, I. (2016). POSITIVISME AUGUSTE COMTE: ANALISA EPISTEMOLOGIS DAN NILAI ETISNYA TERHADAP SAINS. *CAKRAWALA: Jurnal Studi Islam, Vol 11 No 2 (2016)*(2). <https://journal.unimma.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/192>

Resty Putri Aulia, & Doddy Iskandar. (2023). Representasi Citra Wanita Muslim dalam Film Cinta Subuh. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK), 3*(2).

Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study, 6*(2), 152–162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>

Wahyudi, W. (2022). ANALISIS MOTIVASI BELAJAR SISWA DENGAN MENGGUNAKAN MODEL PEMBELAJARAN BLENDED LEARNING SAAT PANDEMI COVID-19 (DESKRIPTIF KUANTITATIF DI SMAN 1 BABADAN PONOROGO). *KadikmA, 13*(1), 68. <https://doi.org/10.19184/kdma.v13i1.31327>

Wahyuni, N. (2019). *EFEKTIVITAS PEMBELAJARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE PRAKTIK UNTUK MATA PELAJARAN PRODUKTIF JURUSAN ADMINISTRASI PERKANTORAN DI SMK NASIONAL MAKASSAR*. <https://eprints.unm.ac.id/13066/1/JURNAL%20WAHYUNI.pdf>