

Implementasi Kegagalan Komunikasi dalam Kontroversi Film Merah Putih One For All

¹Eagan Guinter Pattirane, ²Asti Evellyna Callysta, ³Rizky Amalia Sinulingga, ⁴Erindah Dimisyqiyani, ⁵Amaliyah, ⁶Gagas Gayuh Aji

¹Manajemen Perkantoran Digital, Universitas Airlangga, Surabaya

Corresponding Author : erindah-dimisyqiyani@vokasi.unair.ac.id

E-mail : eagan.guinter.pattirane-2023@vokasi.unair.ac.id

ABSTRAK

Komunikasi memiliki peran vital dalam kehidupan manusia karena tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun pemahaman, kepercayaan, dan interaksi sosial. Ketika komunikasi gagal, hal tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik, hingga kontroversi, sebagaimana terjadi pada film *Merah Putih One For All*. Kontroversi ini muncul akibat perbedaan interpretasi antara pesan yang ingin disampaikan produser dengan persepsi publik, khususnya terkait kualitas animasi, penggunaan simbol, dan alur cerita. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis media untuk mengkaji implementasi kegagalan komunikasi yang terjadi. Data dikumpulkan melalui pengamatan terhadap film, pernyataan produser, artikel berita, hingga komentar publik di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegagalan komunikasi dalam film ini muncul dari beberapa aspek, antara lain kualitas animasi yang dianggap kaku dan di bawah standar, penggunaan simbol senjata AK-47 yang ditafsirkan negatif oleh publik, serta respons produser yang cenderung defensif. Selain itu, kritik dari publik dan tokoh perfilman semakin memperkuat persepsi negatif. Temuan ini menegaskan pentingnya pemilihan gaya komunikasi yang tepat dan transparan dalam penyampaian pesan melalui media massa agar karya seni dapat diterima secara positif dan tidak menimbulkan polemik.

Kata kunci : *Komunikasi, Film, Kontroversi, Kegagalan, Media Sosial*

ABSTRACT

Communication plays a vital role in human life, not only as a means of delivering messages but also in building understanding, trust, and social interaction. When communication fails, it may lead to misunderstanding, conflict, and even controversy, as seen in the case of the film *Merah Putih One For All*. The controversy emerged from differences in interpretation between the producer's intended message and the public's perception, particularly regarding the quality of animation, the use of symbols, and the storyline. This study employs a qualitative method with media analysis techniques to examine the implementation of communication failures in this controversy. Data were collected through observations of the film, producer statements, news articles, and public comments on social media. The findings reveal that communication failure stemmed from several aspects, including animation quality perceived as rigid and below standard, the use of an AK-47 symbol interpreted negatively by the audience, and the producer's defensive responses. Moreover, criticism from the public and film experts further strengthened the negative perception. These findings highlight the importance of choosing appropriate and transparent communication styles in conveying messages through mass media so that artistic works can be positively received rather than sparking polemics.

Kata kunci : *Communication, Film, Controversy, Failure, Social Media*

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu aspek dalam kehidupan manusia yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Melalui komunikasi, manusia mampu menyampaikan gagasan, perasaan, dan informasi sehingga tercipta pemahaman bersama yang menjadi dasar terbentuknya interaksi sosial. Bukan hanya sekadar proses penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima, komunikasi merupakan kegiatan yang melibatkan konteks, makna, simbol, serta interpretasi yang berbeda-beda antarindividu maupun kelompok. Oleh karena itu, komunikasi memiliki peranan vital dalam menjaga keberlangsungan hubungan sosial, memperkuat kerja sama, serta mendorong terciptanya solusi terhadap berbagai persoalan bersama. Dalam konteks pembangunan global, komunikasi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung tercapainya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs) yang ke-16 tentang Peace, Justice, and Strong Institutions yang menekankan pentingnya perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang kuat (Mahoney et al., 2024).

Saat komunikasi dijalankan dengan buruk, maka bukan hanya terjadi kesalahpahaman, tetapi juga dapat memicu konflik, kontroversi, bahkan perpecahan dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya sebatas kemampuan menyampaikan pesan, melainkan juga keahlian dalam membangun kepercayaan, memahami keragaman sudut pandang, dan menciptakan ruang dialog yang inklusif. Dengan demikian, komunikasi yang efektif bukan sekadar kebutuhan individual, melainkan juga menjadi fondasi dalam membangun tatanan sosial yang adil, damai, serta berkelanjutan (Powell et al., 2022).

Gaya komunikasi merupakan cara yang digunakan individu maupun kelompok dalam menyampaikan pesan kepada orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Setiap orang memiliki gaya komunikasi yang berbeda, dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman, pendidikan, hingga kepribadian. Secara umum, gaya komunikasi dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, seperti gaya komunikasi asertif dan pasif. Gaya asertif sering dianggap sebagai bentuk komunikasi

paling efektif karena memungkinkan individu untuk menyampaikan pendapat secara jelas tanpa merugikan pihak lain. Sebaliknya, gaya komunikasi pasif cenderung menghindari konfrontasi, sementara gaya agresif lebih menekankan dominasi dan dapat menimbulkan konflik. Selain itu, gaya komunikasi juga dapat dilihat dari aspek formalitas, misalnya gaya komunikasi formal yang digunakan dalam situasi resmi seperti rapat, seminar, atau penyampaian kebijakan publik, sedangkan gaya informal lebih banyak digunakan dalam interaksi sehari-hari yang bersifat santai (Coombs et al., 2022).

Pentingnya memahami gaya komunikasi terletak pada kemampuannya untuk menyesuaikan pesan dengan konteks, audiens, dan tujuan komunikasi itu sendiri. Dalam ranah sosial dan profesional, pemilihan gaya komunikasi yang tepat akan menentukan keberhasilan penyampaian pesan serta mencegah terjadinya kesalahpahaman. Lebih jauh lagi, gaya komunikasi juga memiliki keterkaitan dengan nilai-nilai yang diusung dalam Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya dalam menciptakan lingkungan yang inklusif, menghargai perbedaan setiap proses dialog. Dengan memahami perbedaan gaya komunikasi, individu maupun organisasi dapat lebih efektif dalam membangun hubungan yang harmonis, mengurangi potensi konflik, serta memperkuat kolaborasi lintas budaya dan generasi (Coombs et al., 2024).

Dalam konteks kontroversi film Merah Putih One For All, gaya komunikasi menjadi aspek penting yang patut dikaji karena menentukan bagaimana pesan yang disampaikan produser, pembuat film, maupun pihak terkait diterima oleh masyarakat luas. Film sebagai media komunikasi massa memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini publik, sehingga gaya komunikasi yang digunakan dalam menyajikan pesan sangat berpengaruh terhadap respons audiens. Kontroversi muncul ketika pesan yang ingin diangkat pihak pembuat film tidak dipahami oleh masyarakat akibat cara penyampaiannya. Misalnya, gaya komunikasi yang cenderung persuasif atau bahkan simbolik dalam adegan-adegan tertentu bisa ditangkap berbeda oleh penonton yang memiliki preferensi tertentu. Di

sisi lain, gaya komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak produser dalam merespons kritik juga turut memengaruhi eskalasi kontroversi (Lee et al., 2021).

Saat produser menggunakan gaya komunikasi defensif atau agresif, hal tersebut dapat memperbesar konflik karena menimbulkan kesan tidak terbuka terhadap kritik. Sebaliknya, penggunaan gaya komunikasi asertif dan inklusif yang menekankan keterbukaan, empati, serta klasifikasi yang jelas justru dapat meredakan ketegangan dan mengurangi kesalahpahaman. Dalam kasus ini, terlihat bahwa kegagalan komunikasi pada interaksi antara produser dengan publik melalui media massa maupun media sosial. Hal ini menunjukkan pentingnya pemilihan gaya komunikasi yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan melalui sebuah karya seni tidak justru menimbulkan polemik, melainkan menjadi sarana edukasi, refleksi, dan pemersatu (Mahoney et al., 2024).

Kontroversi komunikasi dalam film Merah Putih One For All berakar pada perbedaan interpretasi masyarakat terhadap pesan dan representasi yang ditampilkan dengan keinginan produser film. Sebagian pihak menilai film ini tidak sepenuhnya merepresentasikan nilai nasionalisme sebagaimana diharapkan produser. Perbedaan penafsiran ini memunculkan pro dan kontra yang meluas di ruang publik, khususnya melalui media sosial, sehingga menjadi masalah nasional. Kontroversi tersebut memperlihatkan adanya kesenjangan komunikasi antara produser film dan audiens. Hal ini berkaitan erat dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya tujuan ke-16 tentang Peace, Justice, and Strong Institutions, yang menekankan pentingnya membangun dialog yang damai, transparan, serta menghargai keragaman perspektif (Saaida et al., 2023).

2. LANDASAN TEORI

Manajemen secara umum dapat dipahami sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya yang dimiliki suatu organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Efektivitas berarti sejauh mana tujuan dapat dicapai sesuai

dengan perencanaan, sedangkan efisiensi berkaitan dengan bagaimana tujuan tersebut dicapai dengan penggunaan sumber daya yang seminimal mungkin. Manajemen tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga menyangkut keterampilan dalam mengelola manusia sebagai aset terpenting dalam organisasi (Rachmad et al., 2025).

Manajemen harus melibatkan koordinasi yang sistematis antara berbagai fungsi seperti produksi, pemasaran, keuangan, hingga sumber daya manusia. Hal ini membuat manajemen tidak hanya relevan dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam bidang pendidikan, pemerintahan, sosial, hingga seni dan budaya. Dengan kata lain, manajemen menjadi kerangka kerja yang memandu individu maupun kelompok dalam merumuskan strategi, mengambil keputusan, serta memastikan setiap aktivitas berjalan sesuai dengan rencana (Atmadja et al., 2021).

Hubungan antara manajemen dan komunikasi dapat dikatakan sebagai dua hal yang saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan dalam proses pencapaian tujuan organisasi. Manajemen pada dasarnya membutuhkan komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, instruksi, maupun umpan balik dari satu pihak ke pihak lain. Tanpa komunikasi yang efektif, fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian tidak dapat berjalan dengan baik (Wijaya et al., 2021).

Komunikasi dalam konteks arahan berfungsi untuk memberikan motivasi, arahan, serta memastikan setiap individu bergerak ke arah tujuan yang sama. Bahkan pada tahap pengendalian, komunikasi diperlukan untuk menyampaikan hasil evaluasi dan memperbaiki kesalahan yang terjadi. Oleh karena itu, komunikasi tidak hanya berperan sebagai pendukung, tetapi juga sebagai inti dari Manajemen. Pemahaman mengenai keterkaitan manajemen dan komunikasi menjadi penting untuk membangun organisasi yang efektif, harmonis, serta mampu beradaptasi dengan dinamika lingkungan (Ufuophu et al., 2022).

Dalam konteks film Merah Putih One For All, hubungan antara manajemen dan komunikasi terlihat jelas dalam proses produksi maupun penyebaran informasi kepada publik.

Manajemen berperan dalam mengatur alur kerja produksi, pembagian tugas tim, serta strategi promosi film, sedangkan komunikasi menjadi sarana untuk menyampaikan pesan baik kepada masyarakat. Ketika komunikasi tidak dikelola dengan baik, pesan yang disampaikan melalui film maupun klarifikasi produser dapat menimbulkan kontroversi di kalangan masyarakat. Hal inilah yang memicu masalah karena adanya perbedaan antara pesan yang diinginkan dan pesan yang diterima. Dengan demikian, efektivitas manajemen komunikasi dalam sebuah karya film sangat menentukan keberhasilan (Vilella et al., 2021).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai pendekatan utama untuk menganalisis implementasi kegagalan komunikasi dalam kontroversi film Merah Putih One For All. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam terkait pola komunikasi, gaya penyampaian pesan, serta respons publik. Pendekatan ini menekankan pada pengumpulan data non-numerik (Lim et al., 2025)

Salah satu teknik penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis media. Analisis media memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana pesan yang terkandung dalam film Merah Putih One For All, termasuk pernyataan produser dan tanggapan publik, diproduksi, disebarkan, dan diterima. Teknik ini mencakup pengamatan terhadap berbagai media, mulai dari film itu sendiri sebagai media utama, artikel berita, rilis pers, hingga postingan di media sosial. Peneliti mengumpulkan data berupa kutipan pernyataan resmi dan komentar audiens. Data yang diperoleh bersifat primer ketika berasal langsung dari sumber, seperti wawancara produser, serta sekunder ketika diperoleh dari media massa atau literatur terkait. Teknik Analisis media dapat mengidentifikasi pola komunikasi yang berhasil maupun gagal, serta melihat bagaimana gaya komunikasi produser dan kru film memengaruhi persepsi publik. Teknik analisis media dianggap efektif karena memungkinkan penelitian menangkap fenomena komunikasi secara interaktif (Denny et al., 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu sumber kegagalan komunikasi muncul dari kritik publik terkait kualitas animasi film ini. Merah Putih: One For All dianggap jauh di bawah standar film animasi yang diharapkan setelah muncul film seperti Jumbo. Visual yang dikeluarkan dianggap “kaku”, kurang rapi, dan tidak menunjukkan produksi yang siap.



Gambar 1. Visual Merah Putih : One For All

Ada adegan dalam trailer yang menampilkan senjata laras panjang (AK-47) yang disimpan dalam lemari di balai desa. Adegan ini tidak masuk akal karena dalam konteks cerita mengapa senjata tersebut berada di situ. Publik menganggap ini sebagai simbol yang tidak tepat dalam konteks film anak/kebangsaan. Produser menjelaskan bahwa senjata tersebut bukan senjata sungguhan, tapi merupakan properti untuk pentas yang menggambarkan karakter tentara Belanda dalam pertunjukan 17 Agustus, dan hanya diletakkan sebagai bagian dari latar adegan di gudang balai desa.

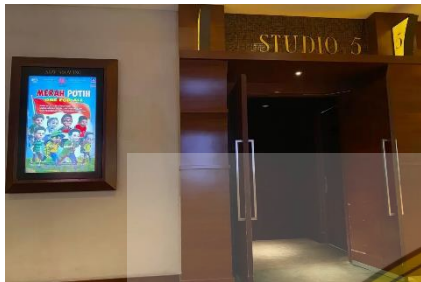


Gambar 2. AK47 di Merah Putih : One For All

Setelah pemutaran perdana, respons publik di media sosial banyak yang negatif dan kecewa. Beberapa warganet mengeluhkan audio film

yang mengganggu telinga, alur cerita yang mudah ditebak dan tidak masuk akal.

Sutradara film *Ayat-Ayat Cinta* Hanung Bramantyo juga ikut memberi kritik untuk film tersebut dengan berpendapat bahwa filmnya belum selesai dibuat dan tayangannya terlalu dipaksakan karena slot bioskop diberikan sementara banyak film Indonesia lain masih menunggu antrean.



Gambar 3. Penayangan Merah Putih : One For All

Kontroversi film *Merah Putih: One For All* memperlihatkan kegagalan komunikasi yang kompleks antara produser dan publik. Kritik pertama yang muncul berkaitan dengan kualitas animasi yang dinilai kaku dan jauh dari standar film animasi modern. Dalam komunikasi, kualitas pesan visual menjadi elemen penting karena berpengaruh besar terhadap persepsi audiens. Pesan yang tidak sesuai dengan ekspektasi dapat membuat makna yang diharapkan pembuat film tidak tersampaikan secara efektif (McQuail et al, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa produser gagal membaca preferensi serta standar penerimaan audiens terhadap karya animasi.

Kontroversi juga diperkuat oleh adegan dalam trailer yang menampilkan senjata AK-47 di balai desa. Walaupun produser menjelaskan bahwa senjata tersebut hanyalah properti untuk pentas, masyarakat menafsirkannya sebagai simbol yang tidak pantas untuk konteks film anak atau kebangsaan. Perbedaan penafsiran ini menggambarkan kegagalan komunikasi simbolik. Dalam perspektif semiotika, simbol yang digunakan dalam media dapat menghasilkan makna yang beragam tergantung kerangka interpretasi audiens (Chandler et al, 2022). Pesan yang dikodekan oleh pembuat film tidak selalu dipandang dengan cara yang

sama oleh penonton, sehingga perbedaan makna sangat mungkin terjadi (Xie et al, 2022).

Kontroversi semakin diperkuat dengan kritik dari sutradara Hanung Bramantyo yang menilai film tersebut belum layak tayang dan seolah dipaksakan hanya karena adanya slot bioskop. Kritik dari figur publik atau ahli memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk opini masyarakat karena sesuai dengan teori agenda, media dan tokoh berpengaruh dapat menentukan isu mana yang dianggap penting oleh publik (McCombs et al, 2023). Alih-alih memanfaatkan kritik tersebut sebagai ruang dialog, produser justru gagal membuka komunikasi yang sehat dengan publik maupun kritikus.

5. KESIMPULAN

Kontroversi yang muncul dari film *Merah Putih One For All* memperlihatkan adanya kegagalan komunikasi antara produser dan publik. Kegagalan ini tampak pada beberapa aspek, mulai dari kualitas animasi yang tidak sesuai dengan ekspektasi audiens, penggunaan simbol (seperti adegan senjata AK-47) yang ditafsirkan berbeda oleh penonton, hingga respons produser yang kurang efektif dalam menghadapi kritik publik maupun tokoh perfilman. Perbedaan interpretasi pesan yang ingin disampaikan produser dengan pemahaman masyarakat memicu pro dan kontra yang meluas, terutama di media sosial.

Fenomena ini menunjukkan pentingnya pemilihan gaya komunikasi yang tepat, baik dalam menyampaikan pesan melalui karya film maupun dalam merespons opini publik. Komunikasi yang defensif atau agresif hanya memperbesar konflik, sedangkan komunikasi yang asertif, inklusif, dan terbuka mampu meredakan ketegangan. Kasus ini menegaskan bahwa komunikasi bukan sekadar penyampaian pesan, melainkan juga proses membangun kepercayaan, mengelola simbol, dan menciptakan dialog yang sehat. Dengan demikian, efektivitas manajemen komunikasi sangat menentukan keberhasilan sebuah karya seni agar dapat menjadi media edukasi, refleksi, sekaligus pemersatu, bukan sumber kontroversi

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi positif dalam bidang komunikasi dan manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Vilella, S., Semeraro, A., Paolotti, D., & Ruffo, G. (2021). The impact of disinformation on a controversial debate on social media. *arXiv preprint arXiv:2106.15968*.
- Fauziati, E., Amalia, S. D., Zahra, H. A., Ningrum, S. E., Sidiq, Y., & Budiono, A. (2025). Hate Speech Typology of Selected Controversial Figures on Social Media: A Discourse-Analytic Perspective. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, 22, 552-564.
- Túñez-López, M., Campos-Freire, F., & Rodríguez-Castro, M. (Eds.). (2021). *The values of public service media in the Internet society* (pp. 364-364). Cham: Palgrave Macmillan.
- Mahoney, L. M., & Tang, T. (2024). *Strategic social media: From marketing to social change*. John Wiley & Sons.
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. Ali, BJ, & Anwar, G.(2021). *Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. International journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 5(2), 26-39.
- Coombs, T., & Holladay, S. (2022). Crisis communication as strategic communication: process and insights. In *Research handbook on strategic communication* (pp. 259-273). Edward Elgar Publishing.
- Coombs, W. T. (Ed.). (2024). *Media and Crisis Communication*. Taylor & Francis.
- Lee, Y. I., Lu, X., & Jin, Y. (2021). Uncertainty management in organizational crisis communication: the impact of crisis responsibility uncertainty and attribution-based emotions on publics' further crisis information seeking. *Journal of Communication Management*, 25(4), 437-453.
- Powell, A., Stavros, C., & Dobeles, A. (2022). Transmission of negative brand-relevant content on social media. *Journal of Product & Brand Management*, 31(4), 671-687.
- Saaida, M. (2023). The role of social media in shaping political discourse and propaganda. *Science for all Publication*, 3(2), 1-8.
- Rachmad, Y. E. (2025). From Degree to Competence: Human Resource Management Strategies in the Gen Z Era. *United Nations Development Programme*.
- Atmadja, A. T., Saputra, K. A. K., Tama, G. M., & Paranoan, S. (2021). Influence of human resources, financial attitudes, and coordination on cooperative financial management. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 8(2), 563-570.
- Wijaya, B. A., Noveriady, M., Puspaningratri, N., & Shaddiq, S. (2021). The Role of Corporate Marketing Communications Management in Implementing Advertising Ethics and Standards. *Jurnal Mantik*, 5(2), 807-811.
- Ufuophu-Biri, E., & Ayewumi, E. T. (2022). Influence of organization communication on employee's job motivation and job performance in the broadcast organizations in Nigeria. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 24, 223-240.
- Lim, W. M. (2025). What is qualitative research? An overview and guidelines. *Australasian Marketing Journal*, 33(2), 199-229.
- Denny, E., & Weckesser, A. (2022). How to do qualitative research? Qualitative Research Methods. *Bjog*, 129(7), 1166.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). McQuail's media and mass communication theory.
- Chandler, D. (2022). *Semiotics: the basics*. Routledge.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (2023). The agenda-setting function of mass media. In *The Political Communication Reader* (pp. 170-175). Routledge.
- Xie, Y., Yasin, M. A. I. B., Alsagoff, S. A. B. S., & Hoon, L. (2022). An overview of

- Stuart Hall's encoding and decoding theory with film communication. *Multicultural Education*, 8(1), 190-198.
- Rachmad, Y. E. (2022). Communication Engagement Theory.
- Lee, Y., & Li, J. Y. Q. (2021). The role of communication transparency and organizational trust in publics' perceptions, attitudes and social distancing behaviour: A case study of the COVID-19 outbreak. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 29(4), 368-384.
- Zhang, Y., & Yang, F. (2021). Corporate social responsibility disclosure: Responding to investors' criticism on social media. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 7396.
- Gilboa, E. (Ed.). (2021). *Media and conflict: Framing issues, making policy, shaping opinions*. Brill.

