

Analisa Efektivitas Film Pendek sebagai Jembatan Komunikasi Gen Z dengan Keluarga

Juandricho Misael Waradana
jwaradana@student.ciputra.ac.id

Visual Communication Design, School of Creative Industry
Ciputra University

ABSTRAK

Generasi Z memiliki pola komunikasi yang berbeda di era digital, yang cenderung cepat, berbasis teks, dan kurang menekankan ekspresi emosional secara langsung. Hal ini berpotensi menimbulkan kesenjangan komunikasi dalam hubungan keluarga, sehingga diperlukan medium alternatif untuk menyampaikan emosi secara lebih utuh. Dalam konteks tersebut, film pendek tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana ekspresi yang memungkinkan Generasi Z merepresentasikan pengalaman dan perasaan yang sulit diungkapkan secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran film pendek sebagai jembatan komunikasi antara Generasi Z dan keluarga mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana film pendek dapat menjadi jembatan komunikasi antara Gen Z dengan keluarga mereka. Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode campuran melalui kuesioner kepada 54 responden Gen Z yang berusia 18-25 tahun, serta wawancara secara mendalam terhadap 5 responden yang terpilih. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa film pendek berpotensi menjadi media yang cukup efektif untuk menghubungkan komunikasi secara emosional antara orang tua dan anak. Mayoritas responden percaya bahwa menonton film dapat membantu mereka memiliki hubungan komunikasi yang lebih terbuka dan membantu untuk memahami perasaan satu sama lain. Hal tersebut menegaskan bahwa film pendek bukan hanya berfungsi sebagai media hiburan tetapi juga sarana ekspresi diri dan emosional yang baik untuk mempererat hubungan keluarga lintas generasi.

Kata kunci: Film pendek, Komunikasi, Keluarga

ABSTRACT

Generation Z exhibits distinct communication patterns in the digital era, which tend to be fast-paced, text-based, and less focused on direct emotional expression. This condition has the potential to create communication gaps within family relationships, highlighting the need for alternative media to convey emotions more effectively. In this context, short films function not only as entertainment media but also as a form of expression that allows Generation Z to represent experiences and feelings that are difficult to articulate directly.

This study aims to examine the role of short films as a communication bridge between Generation Z and their families. It seeks to determine the extent to which short films can facilitate communication between Gen Z individuals and their family members. The research employs a mixed-method approach, involving questionnaires distributed to 54 Gen Z respondents aged 18–25, as well as in-depth interviews with 5 selected participants.

The findings indicate that short films have the potential to serve as an effective medium for fostering emotional communication between parents and children. Most respondents believe that watching films helps create more open communication and enhances mutual understanding of each other's feelings. These results suggest that short films are not only a form of entertainment but also an effective medium for self-expression and emotional connection, strengthening intergenerational family relationships.

Keywords: Short films, Communication, Family

PENDAHULUAN

Film pendek merupakan bentuk karya seni berbasis audio-visual berdurasi kurang dari 50 menit yang memberikan kebebasan berekspresi bagi pembuatnya. Sebagai medium artistik, film pendek juga berperan sebagai sarana ekspresi diri yang memuat pesan personal dan subjektivitas pembuatnya (Komara, 2021). Wujud ekspresi diri ini dituangkan dalam cerita naratif yang diambil dari pengalaman dan keresahan pembuat film. Hal tersebut membuat pengemasan film pendek terasa autentik dan lebih dekat dengan masyarakat.

Selain sebagai sarana kreatif, film pendek juga dapat dipahami sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan emosi dan pengalaman manusia secara mendalam. Dalam konteks ini, komunikasi memiliki peran yang penting untuk menjadi jembatan antar individu. Menurut KBBI, komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Salah satu bentuk lingkup komunikasi yang paling dekat adalah komunikasi yang terjadi dalam keluarga. Menurut Gregory Bateson (dalam Saptya & Suzan, 2023). (dalam Saptya & Suzan, 2023) komunikasi keluarga intinya terletak pada interaksi dan pertukaran pesan secara verbal maupun non-verbal yang terjadi antar anggota keluarga. Interaksi yang sehat dalam sebuah keluarga, tentunya menciptakan sistem keluarga yang bahagia dan harmonis juga.

Kehidupan sosial pertama manusia dimulai dari keluarga. Melalui keluarga, setiap individu disiapkan untuk menghadapi lingkungan sosial dalam masyarakat. Pembentukan jati diri pada anak juga sangat dipengaruhi oleh kondisi keluarga yang dimilikinya. Oleh karena itu, kondisi keluarga yang harmonis adalah faktor penting dalam pertumbuhan kepribadian anak. Kualitas komunikasi yang baik antara orang tua dan anak merupakan salah satu cara untuk menciptakan keharmonisan dalam keluarga. Perkembangan gaya hidup modern telah menciptakan dinamika baru dalam hubungan orang tua dan anak, khususnya antara generasi sebelumnya dan Generasi Z. Kesenjangan generasi ini sering kali menimbulkan perbedaan pandangan tentang cara berkomunikasi dalam keluarga, yang berpotensi memengaruhi kedekatan emosional antara anak dan orang tua.

Sebagai generasi yang akrab dengan media digital, Gen Z memiliki kebiasaan berkomunikasi melalui platform media sosial. Pola komunikasi ini sering kali membuat mereka lebih terbuka di ruang digital dibanding dalam interaksi emosional dalam keluarga. Di sisi lain, Gen Z memiliki karakteristik yang mandiri, lebih toleran, dan bebas, sedangkan pola asuh orang tua mereka cenderung otoriter (Nurlaila et al., 2024). Kondisi ini memicu pola komunikasi satu arah yang membuat anak kesulitan mengekspresikan emosi

secara terbuka, sehingga berpotensi menimbulkan jarak emosional dalam hubungan keluarga. Ketika anak menjadi pribadi yang tertutup, intensitas komunikasi menurun, kesalahpahaman antara orang tua dan anak menjadi sering terjadi (Scriptura 2022).

Untuk memperbaiki jarak emosional ini, dibutuhkan media yang mampu untuk mengekspresikan keresahan Gen Z sekaligus menjawab kebingungan orang tua. Pada era digitalisasi ini, medium audio-visual merupakan media yang paling mudah untuk diakses oleh sebagian besar orang. Salah satu mediumnya adalah film pendek. Dengan cerita yang dibangun atas dasar keresahan yang terjadi di sekitar masyarakat, cerita yang dibuat oleh film pendek berfungsi untuk menggambarkan realitas sosial dengan cara yang jujur dan dekat dengan pengalaman penontonnya (Komara, 2021). Melalui film pendek, harapannya penonton dapat merefleksikan cerita dan gagasan yang disampaikan, sehingga menimbulkan diskusi dan pembicaraan yang sebelumnya jarang terjadi di dalam keluarga.

Namun, hingga saat ini, masih sedikit penelitian yang menyoroti bagaimana film pendek dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi emosional antara Generasi Z dan keluarganya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana film pendek dapat berperan sebagai media komunikasi antara Generasi Z dan keluarganya.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data untuk penelitian ini akan dilaksanakan dengan metode campuran supaya hasil penelitian bisa didapatkan secara spesifik dan mendalam. Metode campuran dipilih karena penelitian ini membutuhkan data yang presisi dan objektif melalui pendekatan kuantitatif, tetapi juga pemahaman yang lebih dalam secara emosional melalui pendekatan kualitatif. Untuk menetralkan kelemahan dari masing-masing jenis data yang berlawanan; peneliti menggunakan metode campuran berguna mempertegas penemuan penelitian; meningkatkan kredibilitas temuan dan pengembangan

temuan ke sintesis. Pendekatan ini dirasa sesuai dengan topik penelitian yang dipilih karena berkaitan dengan aspek emosional dan persepsi individu terhadap film pendek dan komunikasi gen Z yang terjadi dalam keluarga.

Teknik pengumpulan akan dilaksanakan menggunakan dua cara, yaitu melalui kuesioner dan wawancara secara mendalam. Penggunaan kuesioner bertujuan untuk mendapatkan data responden yang masif dan objektif (Utomo, dan Wardaya, 2023), sebagai penilaian terhadap persepsi Gen Z terhadap film dan dinamika komunikasi dalam keluarga. Sedangkan wawancara dilakukan pada narasumber yang terpilih untuk menggali pengalaman emosional dan makna personal serta validasi dari data kuantitatif yang telah dikumpulkan. Penggunaan kedua metode tersebut diharapkan dapat menghasilkan data yang kuat bukan hanya secara statistik, namun juga kaya akan makna dan konteks emosional berdasarkan pengalaman responden.

Subjek penelitian ini adalah Generasi Z, yaitu individu dengan tahun kelahiran 1997 hingga 2012. Responden dalam penelitian ini dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria yang spesifik guna mendapatkan data yang optimal dan relevan (Nyimbili & Nyimbili, 2024). Kriteria responden yang dipilih, terdiri dari:

1. Individu berusia antara 18-25 tahun.
2. Pernah menonton atau menyukai film pendek pada media digital maupun non digital.
3. Memiliki hubungan komunikasi aktif dengan orang tua.

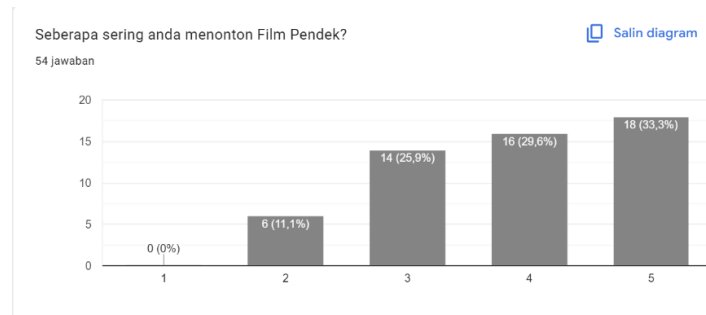
Sementara itu, narasumber wawancara dipilih berdasarkan responden kuesioner yang bersedia untuk melakukan wawancara lebih lanjut serta yang memiliki pengalaman yang relevan sesuai dengan topik penelitian. Data yang diperoleh dari kuesioner dan wawancara akan dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan persepsi dan pengalaman responden terkait film pendek serta komunikasi dalam keluarga. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

HASIL & PEMBAHASAN

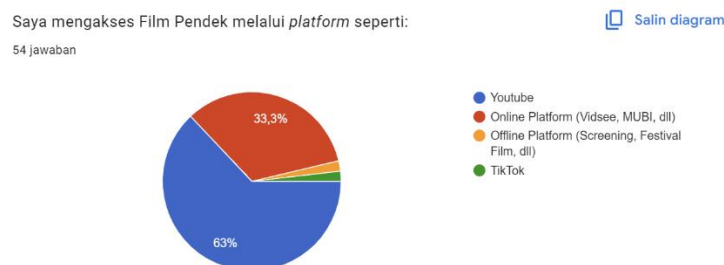
Bab ini membahas hasil pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara lebih dalam untuk memahami persepsi Generasi Z terhadap film pendek dan dinamika komunikasi dalam keluarga. Dari hasil penyebaran kuesioner, terkumpul 54 responden, sementara 5 di antaranya bersedia untuk mengikuti wawancara lanjutan untuk memberikan pandangan lebih dalam mengenai pengaruh film pendek terhadap hubungan dan komunikasi dalam keluarga mereka. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh pola persepsi, pengalaman personal dan makna film pendek dalam dinamika keluarga.

Persepsi Gen Z Terhadap Film Pendek.

Dari 54 responden tersebut, seluruhnya merupakan bagian dari Generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun yang menyukai film pendek dan menonton setidaknya satu kali dalam sebulan.

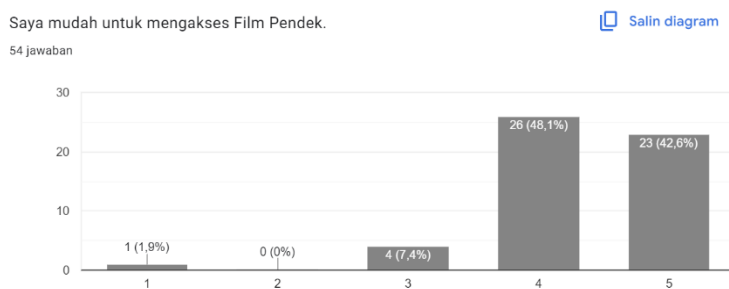


Gambar 1. Frekuensi Gen Z untuk menonton film pendek.
sumber: dokumentasi penulis

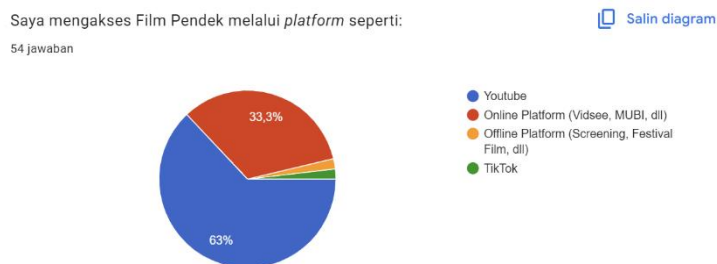


Gambar 2. Persentase platform yang digunakan Gen Z untuk menonton film pendek.
sumber: dokumentasi penulis

Berdasarkan hasil kuisioner, mayoritas responden merasa bahwa akses terhadap film pendek sangat mudah. Sebanyak 63% responden menonton lewat YouTube, sementara sebagian lainnya menggunakan platform *online* khusus *streaming* film pendek seperti Vidsee, MUBI, dan lain lain. Temuan ini menunjukkan bahwa distribusi film pendek tidak lagi terbatas di festival film, tetapi telah menjangkau khalayak luas melalui platform digital.



Gambar 3. Aksesibilitas Gen Z untuk menonton film pendek
sumber: dokumentasi penulis



Gambar 4. Platform yang digunakan Generasi Z untuk menonton film pendek
sumber: dokumentasi penulis

Kondisi ini dapat menyimpulkan bahwa film pendek merupakan media yang cukup familiar dikalangan Gen Z. Selain karena akses yang semakin terbuka, kebiasaan Gen Z dalam menggunakan platform digital juga memperkuat hubungan mereka dengan medium film sebagai bentuk ekspresi diri.



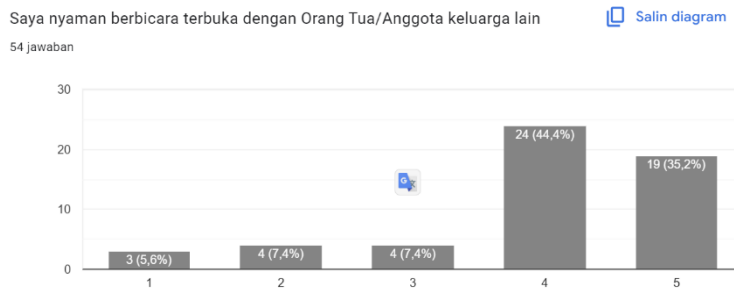
Gambar 5. Persentase relevansi isu dalam film pendek bagi Gen Z
sumber: dokumentasi penulis

Selain itu, sebagian besar responden menyatakan bahwa film pendek yang mereka tonton sering kali membahas isu-isu yang dekat dengan kehidupan mereka seperti, dinamika sosial, hubungan keluarga, drama romansa dan motivasi hidup.

Hal ini menunjukkan bahwa film pendek memiliki potensi besar sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan. Karena selain aksesnya yang makin meluas melalui berbagai platform digital, film pendek juga menjadi media yang dekat dengan Gen Z karena mampu merepresentasikan keresahan dan pengalaman emosional mereka. Potensi inilah yang menjadikan film pendek untuk diteliti lebih jauh sebagai sarana komunikasi tidak hanya antar individu, tetapi juga dalam lingkup keluarga.

Dinamika Komunikasi Dalam Keluarga

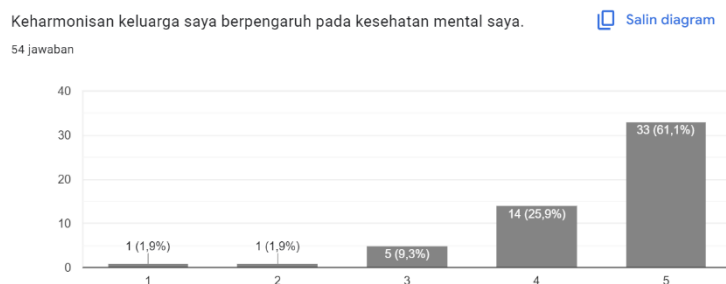
Pada bagian kedua kuesioner, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka memiliki dinamika komunikasi keluarga yang baik. Sebanyak 68,5% (37 orang) responden mengaku rutin meluangkan waktu bersama keluarganya, dan hal ini berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan yang dimiliki dalam berkomunikasi. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya 79,6% (43 orang) responden merasa nyaman berbicara secara terbuka dengan orang tua/anggota keluarga lain.



Gambar 6. Keterbukaan komunikasi dalam keluarga Gen Z
sumber: dokumentasi penulis

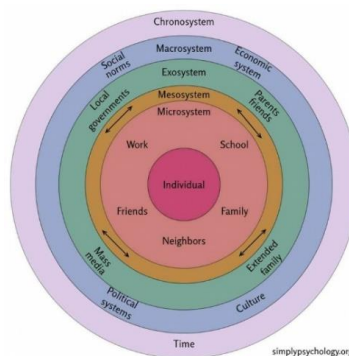
Data tersebut menunjukkan bahwa kualitas dinamika keluarga dipengaruhi oleh intensitas dan keterbukaan komunikasi antar anggota keluarga. Ketika keluarga memiliki waktu bersama secara konsisten serta komunikasi yang saling mendukung, hubungan emosi yang tercipta pun menjadi lebih positif. Salah satu responden (R3) wawancara menyebutkan bahwa, *“Ketika komunikasi di dalam keluargaku berjalan dengan baik, pasti aku merasa secure dan gak over thinking akan diriku sendiri.”*

Pernyataan ini menggambarkan bahwa komunikasi yang sehat dalam keluarga dapat menciptakan keseimbangan emosional bagi anak. Hal tersebut sejalan dengan hasil kuesioner dengan 87% responden yang meyakini bahwa keharmonisan keluarga sangat mempengaruhi kesehatan mental mereka.



Gambar 7. Pengaruh keharmonisan keluarga terhadap kesehatan mental Gen Z
sumber: dokumentasi penulis

Temuan ini juga sesuai dengan baik buruknya struktur dalam keluarga dan masyarakat akan memberikan pengaruh baik atau buruknya kepribadian anak. Hal ini juga diperkuat dengan adanya *Ecological Theory* dari Bronfenbrenner (1977) yang menjelaskan bahwa lingkungan anak tersusun atas struktur berlapis yang disusun berdasarkan besaran dampak yang paling berpengaruh terhadap perkembangan seorang anak, dimana keluarga menjadi salah satu struktur paling dasar yang berdampak langsung terhadap perkembangan individu.



Gambar 8. Lapisan struktur ecological theory dari Bronfenbrenner
sumber: <https://www.simplypsychology.org/bronfenbrenner.html>

Salah satu responden wawancara lainnya (R4) menambahkan bahwa komunikasi tidak cukup dengan hanya dibiasakan, tapi juga perlu dilatih dan diusahakan supaya mampu menciptakan budaya komunikasi yang baik. Dengan adanya komunikasi antar pribadi yang berkualitas, keharmonisan keluarga akan tercipta dengan sendirinya.

Namun, hasil temuan dari wawancara menunjukkan dinamika yang lebih kompleks. Beberapa responden mengakui bahwa meskipun komunikasi keluarga berjalan dengan baik secara umum, namun mereka tidak selalu dapat mengekspresikan emosi yang sebenarnya mereka rasakan. Salah satu responden (R5) menyebutkan, “*Aku sering curhat ke mamaku, tapi terkadang tanggapan mamaku menurutku kurang solutif. Mungkin karena mamaku gak bisa relate dengan apa yang aku rasain.*”

Ketidaksesuaian persepsi ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam keluarga Gen Z tidak hanya ditentukan oleh frekuensi dan intensitas interaksi saja namun juga kedalaman emosi dalam obrolan yang biasa terjadi antara anggota keluarga. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi dalam keluarga Generasi Z masih menghadapi berbagai hambatan emosional dan ekspresif. Kondisi ini membuka peluang bagi media seperti film pendek untuk berperan sebagai jembatan untuk memicu kedekatan emosional antar anggota keluarga.

Film Pendek Sebagai Jembatan Komunikasi

Berdasarkan temuan sebelumnya mengenai persepsi Gen Z terhadap film pendek dan dinamika dalam keluarga, terlihat adanya hubungan yang saling melengkapi. Film pendek terbukti bisa menjadi media yang dekat dengan Gen Z karena mudah diakses dan sering kali membahas isu yang relevan dengan yang mereka alami. Sementara itu, meskipun sebagian besar Gen Z memiliki hubungan yang baik dengan keluarga, masih terdapat celah emosional yang membuat mereka sulit untuk mengekspresikan perasaan mereka secara terbuka. Kondisi ini membuka peluang bagi film untuk tidak hanya sebagai jembatan komunikasi saja, namun juga emosional antara orang tua dan anak. Data yang didapat dari kuesioner mendukung ide tersebut. Sebanyak 79,6% responden (43 orang) berpendapat bahwa menonton film bersama keluarga dapat membantu mereka menjadi lebih dekat.



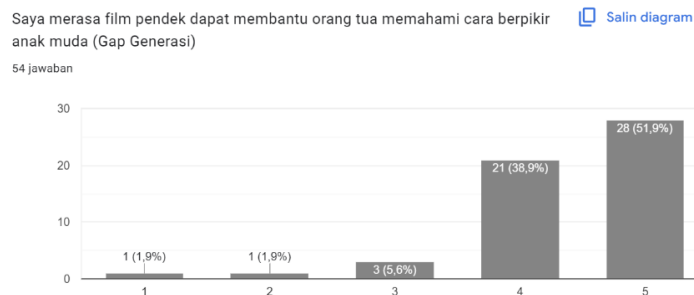
Gambar 9. Persentase pengaruh menonton film pada keluarga Gen Z
sumber: dokumentasi penulis

Selain itu, sebanyak 75,9% (31 orang) di antaranya setuju bahwa film pendek bisa menjadi pemicu percakapan antara mereka dengan orang tua, sedangkan 88,9% (48 orang) responden juga merasa bahwa film pendek mampu digunakan sebagai medium ekspresi terhadap keresahan yang mereka rasakan.



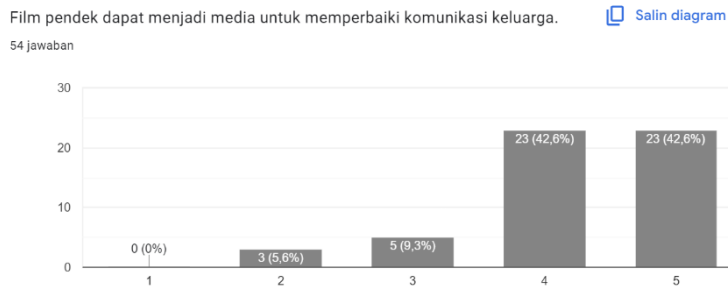
Gambar 10. Persepsi film pendek terhadap representasi keresahan Gen Z
sumber: dokumentasi penulis

Sementara itu, 90,8% (49 orang) responden juga setuju bahwa film pendek bisa membantu orang tua untuk memahami cara berpikir anak muda dari film yang relevan dengan Gen Z dan dinamika keluarga.



Gambar 11. Persentase pemahaman orang tua terhadap Gen Z dalam film pendek
sumber: dokumentasi penulis

Angka tersebut menunjukkan bahwa film pendek bukan hanya menjadi media hiburan saja namun juga titik awal interaksi emosional yang terjadi dalam keluarga. Hal ini sangat didukung dengan 85,6 responden (46 orang) yang percaya bahwa film pendek bisa memperbaiki komunikasi dalam keluarga mereka.



Gambar 12. Tingkat persentase pengaruh film pendek terhadap hubungan komunikasi keluarga
sumber: dokumentasi penulis

Menurut Social Cognitive Theory dari Albert Bandura (dalam Koutroubas dan Galanakis, 2022) mengungkapkan bahwa manusia belajar dan meniru dari apa yang mereka observasi atau lihat. Melalui proses pembelajaran lewat observasi, penonton tidak hanya menerima pesan secara pasif, namun juga memahami dan meniru pola interaksi emosional yang ditampilkan di dalam film.

Dari hal tersebut, film pendek memiliki potensi untuk menjadi medium komunikasi dua arah yang efektif. Alasannya, karena film pendek, dirasa mampu menggabungkan unsur emosional, visual dan reflektif cukup dekat dengan keseharian Generasi Z serta dinamika keluarga modern. Selain itu, kejujuran yang diberikan oleh pembuat film pendek memberikan pengaruh yang lebih dalam karena biasanya mereka menceritakan pengalaman dari perspektif yang berbeda (Komara, 2021). Selain itu, penggunaan *storytelling* juga menjadi elemen penting yang memungkinkan film pendek bisa menyampaikan pesan secara jujur, relevan dan membekas secara emosional bagi penontonnya (Sutikno, 2025).

Dengan semua temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa film pendek memiliki potensi yang cukup besar untuk menjadi media yang reflektif dan komunikatif bagi Gen Z dan keluarganya. Tidak hanya menghadirkan hiburan saja, tetapi juga ruang berdiskusi secara emosional yang mampu memicu

empati dan pemahaman antar anggota keluarga. Melalui visual dan cerita yang autentik, film pendek berperan sebagai sarana untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya komunikasi dalam keluarga.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa film pendek memiliki potensi sebagai medium untuk membangun komunikasi emosional dalam keluarga lintas generasi, khususnya antara orang tua dan Generasi Z. Lebih dari itu, temuan ini mengindikasikan bahwa kekuatan utama film terletak pada kemampuannya menghadirkan pengalaman emosional yang reflektif, sehingga dapat membuka ruang dialog yang sebelumnya sulit terjadi dalam komunikasi sehari-hari.

Implikasi dari temuan ini mengarah pada pentingnya perancangan film yang tidak hanya berorientasi pada alur cerita, tetapi juga pada pendekatan emosional dan representasi pengalaman yang relevan dengan keseharian Generasi Z. Film yang efektif dalam konteks ini cenderung menghadirkan situasi yang dekat dengan realitas keluarga, konflik yang relatable, serta ruang interpretasi yang memungkinkan penonton dari generasi berbeda untuk memahami sudut pandang satu sama lain.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena belum mengkaji secara spesifik elemen naratif dan visual yang paling berpengaruh dalam mendorong komunikasi antar anggota keluarga. Data yang diperoleh masih terbatas pada persepsi efektivitas film secara umum, tanpa mengidentifikasi secara rinci bentuk cerita, gaya visual, atau pendekatan penyutradaraan yang paling sesuai.

Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam mengenai desain narasi, struktur dramatik, serta strategi visual yang mampu memicu keterlibatan emosional dan dialog antar generasi dalam konteks keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Komara, L. H. (2021). *Potensi Film Pendek Di Era Internet*. *IKONIK : Jurnal Seni Dan Desain*, 3(2), <https://doi.org/10.51804/ijsd.v3i2.998>.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). *Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet*. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102. <https://doi.org/10.62383/KONSENSUS.V1I6.464>.
- Nyimbili, F., & Nyimbili, L. (2024). Types of Purposive Sampling Techniques with Their Examples and Application in Qualitative Research Studies. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(1), 90–99. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0419>
- Saptya, R., Permana, M., & Suzan, N. (n.d.). *PERAN KOMUNIKASI DALAM KONTEKS HUBUNGAN KELUARGA (Vol. 5, Issue 1)*.
- Scriptura, D. Y.-, & 2022, undefined. (n.d.). Pola komunikasi keluarga di mata Generasi Z. *Scriptura.Petra.Ac.Id*. <https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.33-42>
- Sutikno, D. (2025). *Analisa Penggunaan Metode Visual Storytelling Sebagai Strategi Pemasaran Pada Brand Tiffany & Co (Vol. 15, Issue 1)*.
- Utomo, C. W., & Wardaya, M. (2023). *Resin Coaster Business Innovation Through Design Thinking*. *VCD Journal of Visual Communication Design*, 08(1), 18–41.
- Virginia Koutroubas, & M. G. (2022). *Bandura's Social Learning Theory and Its Importance in the Organizational Psychology Context*. *Journal of Psychology Research*, 12(6). <https://doi.org/10.17265/2159-5542/2022.06.001>.