

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI PADA KEGIATAN  
PRODUKSI *COMPANY PROFILE* UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH JEMBER 2024**

***THE EFFECTIVENESS OF ORGANIZATIONAL  
COMMUNICATION DURING THE PRODUCTION OF THE 2024  
MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF JEMBER COMPANY  
PROFILE***

**Zaky Aly Majid<sup>1</sup>, Kukuh Pribadi<sup>2</sup>**  
<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Jember.  
<sup>1,2</sup>Ilmu Komunikasi  
Email:<sup>1</sup>[zakyalymajid064@gmail.com](mailto:zakyalymajid064@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini berfokus pada evaluasi efektivitas komunikasi organisasi dalam konteks krusial produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember tahun 2024. Melalui penerapan pendekatan kualitatif yang mendalam, studi ini secara cermat menganalisis bagaimana dinamika komunikasi antar anggota tim secara langsung memengaruhi kualitas akhir dari produk *Company Profile* tersebut. Hasil temuan secara konsisten menggarisbawahi bahwa komunikasi yang lancar, transparan, dan terstruktur merupakan fondasi esensial bagi kelancaran seluruh tahapan kegiatan produksi. Lebih lanjut, penelitian ini juga menyoroti pentingnya pemanfaatan media komunikasi yang tepat dan efektif sebagai elemen pendukung yang tidak kalah vital dalam memastikan informasi tersampaikan dengan akurat dan efisien. Implikasi dari studi ini sangat signifikan, khususnya bagi upaya peningkatan kualitas produksi *Company Profile* di masa mendatang. Temuan ini memberikan kerangka kerja yang jelas mengenai bagaimana institusi dapat mengoptimalkan praktik komunikasi internal untuk mencapai hasil yang superior. Ini bukan hanya tentang bertukar informasi, tetapi juga tentang membangun pemahaman bersama, menyelaraskan ekspektasi, dan mendorong kolaborasi yang erat di antara semua pihak yang terlibat. Singkatnya, penelitian ini menegaskan bahwa investasi dalam strategi komunikasi yang kuat adalah kunci untuk menghasilkan *Company Profile* yang tidak hanya informatif tetapi juga berdaya saing tinggi dan merepresentasikan identitas Universitas Muhammadiyah Jember secara optimal.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, *Company Profile*, Universitas Muhammadiyah Jember

**ABSTRACT**

*This research focuses on evaluating the effectiveness of organizational communication within the crucial context of the 2024 Muhammadiyah University of Jember Company Profile production. Through a qualitative approach, this study meticulously analyzes how the*

*dynamics of communication among team members directly influence the final quality of the Company Profile product. The findings consistently underscore that smooth, transparent, and structured communication serves as an essential foundation for the seamless execution of all production stages. Furthermore, the research also highlights the significant importance of utilizing appropriate and effective communication media as an equally vital supporting element in ensuring that information is conveyed accurately and efficiently. The implications of this study are highly significant, particularly for efforts to enhance the quality of future Company Profile productions. These findings provide a clear framework on how institutions can optimize internal communication practices to achieve superior results. It's not merely about exchanging information, but also about building shared understanding, aligning expectations, and fostering close collaboration among all involved parties. In essence, this research confirms that investing in strong communication strategies is key to producing a Company Profile that is not only informative but also highly competitive and optimally represents the identity of Muhammadiyah University of Jember.*

*Keyword: Organisasi Communication, Company Profile, University Muhammadiyah Jember.*

## PENDAHULUAN

Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan dasar yang dilakukan setiap hari oleh manusia, dengan melakukan kegiatan komunikasi manusia dapat mencari informasi atau menyampaikan informasi yang diinginkan (Dyatmika, 2020). Manusia juga makhluk sosial yang pada umumnya manusia akan melakukan kegiatan komunikasi sesuai dengan tujuannya, baik untuk mendapatkan informasi ataupun menyampaikan komunikasinya.

Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling bertukar pesan dalam satu jaringan hubungannya yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah (Silviani, 2020).

Menurut Goldaber (1993:14-15) pada buku Komunikasi Organisasi oleh Dr. Irene Silviani, MSP. Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan sebagai berikut.

1. Komuikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya, baik internal seperti budayanya maupun eksternya
2. Komunikasi organisasi melibatkan pesan dan saluran, tujuan, arah, dan media
3. Komunikasi organisasi melibatkan orang orang dan sikap mereka, perasaan, dan hubungan, dan keterampilan

*Company Profile* atau yang sering disebut sebagai Profil Perusahaan, merupakan suatu dokumen penting yang berfungsi untuk memperkenalkan perusahaan secara komprehensif kepada berbagai pihak, baik itu calon klien, mitra bisnis, investor, maupun masyarakat luas. Di dalam *Company Profile*, terdapat pengenalan secara tertulis yang berisi informasi detail mengenai sejarah perusahaan, bagaimana perusahaan tersebut didirikan, serta perjalanan yang telah dilalui hingga mencapai posisinya saat ini. Selain itu, *Company Profile* juga memuat visi dan misi perusahaan, yang menggambarkan arah dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, serta prinsip-prinsip yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis (Hendrik, 2021)

Tidak hanya itu, dokumen ini juga mencakup nilai-nilai inti perusahaan yang mencerminkan budaya organisasi dan etika kerja, sehingga dapat memberikan gambaran jelas tentang karakter perusahaan. Di dalamnya, juga dijelaskan tujuan bisnis, yaitu target yang ingin dicapai perusahaan baik dari sisi pertumbuhan, ekspansi, maupun kontribusi terhadap industri dan masyarakat. Informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan

juga menjadi bagian penting dari *Company Profile*, termasuk keunggulan dan manfaat yang dapat dihadirkan bagi pelanggan.

Untuk menambah kredibilitas, *Company Profile* sering kali memuat fakta-fakta terkait reputasi profesional perusahaan di dunia bisnis, seperti pencapaian, penghargaan, serta kerja sama strategis dengan pihak-pihak terkait. Dengan demikian, *Company Profile* bukan hanya sekadar dokumen informasi, tetapi juga alat yang strategis dalam membangun citra perusahaan yang profesional dan terpercaya di mata audiensnya.

Fungsi dibuatnya *Company Profile* sangat beragam dan memiliki beberapa tujuan penting. Pertama, untuk menciptakan brand story yang dapat memperkenalkan sejarah, visi, misi, dan nilai-nilai yang dipegang oleh perusahaan. Kedua, sebagai alat untuk mempromosikan brand perusahaan kepada khalayak luas, baik itu kepada calon pelanggan, investor, maupun mitra bisnis, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan daya saing perusahaan di pasar. Ketiga, *Company Profile* juga berperan dalam menunjukkan karakter dan identitas perusahaan, sehingga orang dapat lebih memahami budaya, keunikan, dan posisi perusahaan di industri yang digelutinya.

*Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember pada tahun sebelumnya sudah ada, baik itu pada tahun 2018 dan pada tahun 2020 pada masa Pandemi Virus Corona 2019. Pada awalnya, pembuatan *Company Profile* dilaksanakan empat tahun sekali atau pada setiap pergantian rektorat baru, sebagai bentuk evaluasi dan penyajian informasi terbaru mengenai kemajuan dan pencapaian universitas. Namun, perkembangan situasi pandemi pada tahun 2020 mempengaruhi proses pembuatan dan penyebaran profil ini, yang mengharuskan universitas beradaptasi dengan format digital serta metode komunikasi daring untuk memastikan informasi tetap dapat diakses oleh publik, calon mahasiswa, serta mitra akademik secara efektif.

Pembaruan *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember kali ini bertujuan untuk melakukan rebranding menyeluruh terhadap citra kampus. Langkah ini diambil karena adanya peningkatan signifikan pada berbagai fasilitas yang dimiliki universitas, baik dari segi infrastruktur fisik maupun layanan akademik. Seiring dengan berjalannya waktu, banyak fasilitas baru yang telah ditambahkan, termasuk gedung perkuliahan, laboratorium, pusat penelitian, serta ruang-ruang kegiatan mahasiswa yang dirancang untuk mendukung proses belajar mengajar dan kegiatan ekstrakurikuler secara lebih efektif. Semua perkembangan ini perlu diperlihatkan dalam *Company Profile* terbaru agar dapat mencerminkan kondisi aktual kampus serta memberikan gambaran yang akurat kepada calon mahasiswa, mitra kerja, dan masyarakat luas.

Selain itu, pembaruan ini juga diperlukan karena Video *Company Profile* sebelumnya, yang disusun pada masa pandemi Covid-19, sudah tidak lagi relevan dengan situasi saat ini. Pada masa itu, profil universitas difokuskan pada adaptasi kampus terhadap pembelajaran daring serta protokol kesehatan. Namun, dengan berakhirnya pandemi dan kembalinya aktivitas kampus secara normal, narasi yang diangkat perlu disesuaikan kembali untuk menggambarkan dinamika universitas dalam era pasca-pandemi. Ini termasuk pencapaian terbaru universitas dalam bidang akademik, riset, dan inovasi, yang tidak hanya beradaptasi selama krisis tetapi juga berkembang lebih pesat setelahnya. Rebranding ini juga dimaksudkan untuk memperkuat posisi Universitas Muhammadiyah Jember sebagai institusi pendidikan yang terus berkembang dan siap bersaing di tingkat nasional maupun internasional, sejalan dengan visinya untuk menjadi kampus unggul berbasis nilai-nilai Islami. Pembaruan *Company Profile* ini diharapkan mampu memperkuat identitas baru universitas dan menarik lebih banyak minat dari para calon mahasiswa, akademisi, serta mitra industri.

Pada saat melakukan kegiatan produksi *Company Profile*, tidak dapat dipungkiri bahwa akan muncul berbagai hambatan, terutama dalam hal komunikasi, baik yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Hambatan komunikasi ini bisa berupa perbedaan

pemahaman, interpretasi pesan yang kurang tepat, atau bahkan keterbatasan dalam menyampaikan ide dan informasi antar pihak yang terlibat. Hambatan-hambatan tersebut sering kali muncul akibat perbedaan latar belakang, sudut pandang, atau keahlian dari masing-masing individu yang terlibat dalam proses produksi. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan adanya koordinasi dan kolaborasi yang efektif agar setiap langkah dalam produksi dapat berjalan lancar.

Dalam konteks ini, pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember dari berbagai departemen, seperti dosen, staf, hingga mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Keterlibatan mahasiswa memungkinkan mereka untuk belajar secara langsung tentang proses pembuatan *Company Profile*, termasuk aspek kreatif, teknis, dan strategis. Sementara itu, staf universitas berperan dalam memberikan arahan, pengalaman, serta dukungan administratif dan profesional. Kerjasama antara staf dan mahasiswa ini dapat menciptakan sinergi yang produktif, meskipun terkadang tantangan komunikasi masih bisa terjadi karena perbedaan peran, tanggung jawab, serta tingkat pengalaman yang dimiliki masing-masing pihak. Namun, dengan adanya kerjasama yang baik, hambatan-hambatan komunikasi tersebut dapat diatasi, sehingga proses produksi dapat menghasilkan *Company Profile* yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

1. Pendekatan komunikasi apa saja yang dipakai dalam kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024?
2. Kendala komunikasi apa saja yang terjadi pada saat kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024?

### TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini mengacu pada berbagai kajian sebelumnya yang membahas komunikasi organisasi pada kegiatan produksi video, terkhususnya pada produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 yang berjudul *Wise the Dream*.

Berdasarkan penelitian Ari Susanti dan Krisnawati SN (2022) dari STIEPARI Semarang, "Budaya Organisasi, Kedisiplinan dan Kepemimpinan Pengaruhnya Terhadap Kinerja (Studi Pada Perangkat Desa Bumen Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)", disimpulkan bahwa kedisiplinan dan kepemimpinan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja perangkat Desa Bumen. Dari ketiga variabel yang diteliti, kepemimpinan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja. (Ari Susanti & Krisnawati SN, 2022). Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian lakunan adalah pada objek penelitian. Penelitian Susanti dan Krisnawati berfokus pada perangkat Desa Bumen, sedangkan penelitian Anda meneliti subjek pada kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember. Namun, persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama mengkaji pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja.

Penelitian oleh Candra Wijaya, Ela Junita Duwiska, dkk. (2022) dari UIN Sumatra Utara, "Peranan Komunikasi Organisasi bagi Kepemimpinan Organisasi di MTs Al-Ikhlas Sidodadi Ramunia", menyimpulkan bahwa kepemimpinan yang berhasil sangat ditentukan oleh keterampilan komunikasi yang efektif. Pemimpin yang mampu berkomunikasi dengan baik dan efektif akan mampu memengaruhi individu dalam organisasi, meningkatkan kinerja dan motivasi, serta memastikan informasi diterima dengan baik. Kepercayaan terhadap pemimpin juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan komunikasi. (Wijaya et al., 2022). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Anda terletak pada objek penelitian. Penelitian Wijaya dkk. berfokus pada organisasi di MTs Al-Ikhlas Sidodadi Ramunia, sementara penelitian Anda meneliti kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember. Namun, keduanya memiliki persamaan topik, yaitu menyoroti peran komunikasi

organisasi dalam kepemimpinan, khususnya dalam hal penyampaian pesan yang efektif, cepat, dan akurat.

Penelitian Muhammad Rio Akbar dan Arya Maulana (2022) dari Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, berjudul "Perancangan *Company Profile* Arh Construction Group," menyimpulkan bahwa *Company Profile* adalah media penting untuk merepresentasikan perusahaan kepada khalayak luas. Pengelolaan elemen-elemennya, mulai dari gambar, *layout*, hingga tulisan, secara maksimal akan merefleksikan kualitas perusahaan. Dengan adanya *company profile*, terutama yang disajikan melalui media video, perusahaan seperti ARH Construction Group dapat lebih efektif memperkenalkan diri kepada masyarakat luas dan klien, khususnya dalam bidang konstruksi, renovasi, serta interior dan eksterior. (Rio & Maulana, 2022). Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian Anda terletak pada fokus pembahasannya. Jurnal ini lebih terfokus pada perancangan *Company Profile* untuk perusahaan yang belum memiliki profil sebelumnya, yaitu ARH Construction Group. Sementara itu, persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas topik *company profile*. Namun, penelitian Anda akan lebih mendalami komunikasi organisasi dalam kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember

Penelitian Tutut Dewi Astuti, Azfa Mutiara Ahmad Pabulo, dkk. (2023) dari Universitas Mercu Buana Yogyakarta, berjudul "Pembuatan *Company Profile* Untuk Gula Kelapa Kulon Progo Berbasis Website," menyimpulkan bahwa pembuatan *Company Profile* berbasis *website* dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan Gula Kelapa asli Kulon Progo. Proses pembuatannya meliputi analisis kebutuhan hingga pengembangan *website* itu sendiri. (Astuti et al., 2023). Perbedaan utama antara jurnal ini dan penelitian Anda terletak pada hasil akhir dari kegiatan produksi *company profile*. Dalam jurnal ini, hasilnya adalah *website* untuk pengenalan produk dan kemudahan transaksi, sedangkan penelitian Anda berfokus pada *Company Profile* berbasis audio visual (video) untuk memperkenalkan perusahaan. Meskipun begitu, keduanya memiliki persamaan dalam hal pembahasan mengenai produksi *company profile*, mulai dari tahap perencanaan hingga hasil akhir yang telah dibuat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori komunikasi organisasi, dan yang menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini merupakan gaya kepemimpinan dari sutradara yang memimpin kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif eksploratif yang pada penelitian ini mengungkap kejadian fakta atau yang terjadi di lingkungan dan bertujuan untuk menggali informasi lebih jauh atau lebih dalam, berfikir secara kreatif, fleksibel, terbuka, dan semua sumber dianggap penting. Hasil dari penelitian ini masih belum diketahui atau belum ada prediksi dari peneliti, dan hasil penelitian ini baru hasil penelitian awal yang masih belum di kaji ulang untuk menemukan penelitian lanjutan dengan tujuan mendapatkan kesimpulan yang terbaik.

Kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 pada 22 Juli 2024 sampai 1 Agustus 2024 yang berlokasi pada Universitas Muhammadiyah Jember pada Jalan Karimata No.49 Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Namun untuk kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada 1 September 2024 hingga 25 Desember 2024 pada Universitas Muhammadiyah Jember yang beralamat pada Jalan Karimata No. 49 Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, Indonesia



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pendekatan yang dipakai oleh sutradara kepada anggota tim produksi

Pada waktu produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024, Sutradara memilih teori sistem. Teori ini memberikan pandangan yang lebih dinamis terhadap organisasi dengan menganggapnya sistem terbuka yang terdiri atas berbagai subsistem yang saling terhubung. Dalam kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember, sutradara menggunakan teori sistem dikarenakan dalam kegiatannya ada kegiatan yang berkesinambungan dalam mencapai hasil yang dituju, seperti perencanaan yang matang, efisien dalam waktu produksi, dan menghasilkan output yang maksimal. Dalam mencapai hasil yang maksimal, sutradara memberikan informasi yang terbuka untuk semua pihak yang terlibat melalui media komunikasi seperti *Whatsapp*, *gogle doc*, dan *google sheet*.

Selain menggunakan teori sistem, sutradara juga menggunakan teori jaringan komunikasi (*Network Theory*), yang menekankan pentingnya memahami pola hubungan dan aliran informasi, baik informasi formal maupun informal. Dengan memahami alur komunikasi, kegiatan produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 akan berjalan dengan lancar dan minim penyimpangan pesan. Dengan menalisa alur komunikasi, sutradara dapat memberikan informasi dengan jelas dan efisien.

Pendekatan yang digunakan oleh Achmad Kayyis Azmy pada waktu produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 yaitu menggunakan pendekatan mikro yang merupakan pendekatan yang terfokuskan kepada komunikasi dalam unit atau sub unit pada suatu organisasi atau perusahaan dalam artian tim produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024. Dalam melakukan pendekatan ini, Achmad Kayyis Azmy melakukan pendekatan kepada sub unit dibawahnya seperti sutradara kemudian ke *assistant* sutradara, kemudian ke sub unitnya yaitu *cameraman*, *technical director*, *art director*, koordinator *talent*, kemudian ke anggota sub unitnya seperti *assistant technical director*, *assistant art director*, *assistant technical director*, *asistant koordinator talent*, *soundman* dan *behind the scine*. Pendekatan ini dipilih untuk mengoptimalkan penyampaian pesan dengan tujuan terarah dan tidak saling tumpang tindih pesan atau salah penafsiran pesan.

Pemimpin produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 yang merupakan Achmad Kayyis Azmy atau yang biasa dipanggil dengan Kayis menggunakan Gaya Kepemimpinan Pembinaan. Gaya kepemimpinan ini dapat membina dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada anggota tim dan dapat membina anggota tim menjadi lebih baik. Kayis memposisikan anggota tim sesuai dengan keahlian dan minat bakat dari setiap individu yang tergabung dalam anggota tim produksi. Dengan menempatkan setiap individu sesuai dengan keahlian dan minat bakat dapat mempermudah dan mempercepat waktu produksi.

Achmad Kayyis Azmy pada waktu produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember menggunakan Gaya Kepemimpinan *Pacesetting*. Gaya kepemimpinan ini pemimpin yang akan menentukan contoh produktifitas, kinerja, dan kualitas tinggi dan anggota tim diharapkan mengikuti jejak mereka. Jika ada anggota yang tidak bisa mengikuti, maka pemimpin akan langsung turun tangan untuk menyelesaikan tugas dengan benar. Dalam hal ini, Achmad Kayyis memiliki pengalaman dalam bangku perkuliahan di Universitas Negeri Jember pada Fakultas Ilmu Budaya, Program Studi Televisi dan Film. Maka kualitas yang dijunjung oleh Achmad Kayyis Azmy diharapkan bisa menyamai atau bahkan melebihi yang biasa diproduksi oleh Achmad Kayyis Azmy pada bangku perkuliahannya dulu.

Pada waktu produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024, Achmad Kayyis Azmy menggunakan pola komunikasi *downward* yang dimana alur komunikasi ini berawal dari pemimpin kepada anggota anggotanya yang berupa intruksi kerja,

arahan, atau evaluasi kerja. Kelebihan dari pola komunikasi *downward* adalah memudahkan dalam kontrol dari sutradara kepada bawahan, menjamin tugas sesuai dengan arahan, dan umpan balik dari bawahan memberikan masukan penting untuk mengambil keputusan. Pola komunikasi *downward* yang terjadi pada kegiatan produksi video *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 berawal dari sutradara yang memiliki informasi, kemudian ke *assistant* sutradara menyampaikan ke sub unitnya yaitu *cameraman*, *technical director*, *art director*, koordinator *talent*, kemudian ke anggota sub unitnya seperti *assistant technical director*, *assistant art director*, *assistant technical director*, *asistant* koordinator *talent*, *soundman* dan *behind the scine*.

### **Strategi Komunikasi Yang Dipilih Oleh Sutradara Kepada Anggota Tim Produksi**

Komunikasi yang efektif dipandang sebagai faktor terpenting dalam keberhasilan produksi *Company Profile* karena banyaknya pihak yang terlibat. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas komunikasi dan kualitas hasil akhir produksi; komunikasi yang lancar dan baik akan menghasilkan kegiatan yang lancar pula, yang pada akhirnya berdampak positif pada hasil akhir.

Sutradara memastikan semua anggota tim mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui komunikasi yang teratur dan berkelanjutan. Rapat terbuka, baik antar koordinator divisi maupun seluruh tim, menjadi strategi utama untuk menjaga komunikasi yang terbuka dan jujur. Konflik atau miskomunikasi diatasi dengan koordinasi yang intensif dengan semua divisi, bahkan sejak H-7 sebelum syuting untuk memastikan semua persiapan jelas. Hambatan komunikasi yang sering dihadapi relatif minim, mungkin hanya berupa respons yang lambat di *WhatsApp*, namun jarang terjadi. Efektivitas komunikasi diukur dengan melihat kelancaran syuting sesuai jadwal. Saat ini, tidak ada perubahan yang dianggap perlu dalam sistem komunikasi yang ada.

Komunikasi yang efektif memegang peranan sangat besar dalam menentukan kelancaran koordinasi tugas dan penyelesaian masalah, terutama dalam lingkungan produksi yang melibatkan banyak divisi dan tim. Tanpa komunikasi yang jelas dan terarah, setiap pihak dapat bekerja berdasarkan asumsi yang berbeda, sehingga menimbulkan ketidaksinkronan dalam pelaksanaan tugas. Hal ini pada akhirnya berpotensi menghambat produktivitas, menciptakan duplikasi pekerjaan, atau bahkan mengakibatkan kesalahan yang sebenarnya dapat dihindari. Oleh karena itu, membangun sistem komunikasi yang baik-baik secara verbal, tertulis, maupun melalui media digital menjadi fondasi penting agar seluruh anggota tim dapat bergerak secara selaras menuju tujuan yang sama.

Menurut Hendra Pradana (*Assistant Artistic*), komunikasi yang transparan dan kerja sama yang baik merupakan kunci utama dalam mempercepat penyelesaian masalah. Ketika setiap anggota tim terbuka dalam menyampaikan kendala, masukan, dan solusi, proses identifikasi masalah dan pencarian jalan keluar dapat dilakukan dengan lebih efisien. Misalnya, dalam produksi sebuah proyek kreatif, jika tim *artistic* menghadapi kendala teknis, komunikasi yang jujur dan responsif dengan tim lain seperti *lighting*, *sound*, atau *director* akan memungkinkan perbaikan cepat sebelum masalah tersebut berkembang lebih besar. Dengan demikian, kolaborasi yang didukung oleh komunikasi efektif tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga meningkatkan kualitas hasil kerja secara keseluruhan.

Di sisi lain, Unas Aleansa (*Technical Director*) memberikan perspektif berbeda dengan menekankan bahwa komunikasi yang buruk justru dapat menjadi sumber masalah, terutama dalam aspek teknis. Kesalahan kecil seperti miskomunikasi mengenai jadwal pengambilan gambar, spesifikasi peralatan, atau perubahan konsep mendadak dapat berakumulasi menjadi penundaan produksi yang signifikan. Bahkan, dalam kasus tertentu, kesalahan teknis yang terjadi akibat komunikasi tidak jelas bisa memerlukan waktu dan biaya tambahan untuk

perbaikan. Misalnya, jika tim produksi tidak mendapatkan informasi terbaru tentang perubahan script, adegan yang sudah direkam mungkin harus diulang, sehingga mengganggu alur kerja dan menambah beban anggaran.

Dari kedua pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif bukan sekadar alat koordinasi, melainkan juga faktor penentu keberhasilan dalam menghadapi tantangan teknis dan operasional. Membiasakan budaya komunikasi terbuka, mendengarkan aktif, dan responsif terhadap umpan balik akan meminimalkan risiko kesalahan serta memastikan setiap masalah dapat diselesaikan dengan solusi terbaik. Pada akhirnya, dalam dunia produksi yang dinamis dan penuh tekanan, kemampuan berkomunikasi dengan baik adalah salah satu kompetensi terpenting yang harus dimiliki oleh setiap tim untuk mencapai hasil maksimal.

Sebagian besar anggota tim menerima informasi produksi melalui pesan instan (*WhatsApp*) dan rapat. Beberapa juga menyebutkan komunikasi langsung saat produksi berlangsung. Frekuensi komunikasi yang dilakukan dalam kegiatan produksi tergolong intens, terutama saat mendekati hari produksi. Salsabila Sari Yasmin (*Assistant Kortel*) menambahkan bahwa informasi disampaikan hampir setiap hari, mulai dari persiapan hingga pasca-produksi. Sementara itu, Gede Devananda (*Assistant Technical Director*) mengungkapkan bahwa pesan di grup *WhatsApp* sering bertumpuk, sehingga informasi penting terkadang terlewat. Athara M Akbar (*Soundman/Asisten Kamera*) menyatakan bahwa informasi sering diperbarui setiap hari. Saluran komunikasi yang digunakan meliputi grup *WhatsApp* (formal dan informal), HT (*handy talkie*), serta rapat langsung. Namun, kendala seperti jaringan internet dan kuota data sering menghambat kelancaran komunikasi.

### **Media Komunikasi Yang Digunakan Dalam Kegiatan Produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024**

Media komunikasi yang digunakan dalam kegiatan produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024 terdapat berbagai macam. Antara lain seperti *Whatsapp*, HT (*handy talkie*), *Google Document*, *Google Sheets*, dan *Google Drive*. Namun berkomunikasi melalui media *WhatsApp* sering digunakan untuk koordinasi antar anggota dan sangat mempengaruhi komunikasi dalam tim dengan memberikan kecepatan dalam penyampaian informasi. Meskipun sangat efektif, kendala sinyal di lokasi tertentu dapat mengurangi efektivitas alat komunikasi ini. *WhatsApp* menjadi alat komunikasi yang paling sering digunakan.

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan terhadap proses komunikasi internal tim, mayoritas anggota menyatakan bahwa penyampaian informasi melalui media komunikasi yang digunakan selama ini telah cukup jelas dan dapat diterima dengan baik. Media seperti email, grup percakapan digital, dan pertemuan rutin dinilai mampu menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi penting terkait progres produksi, pembaruan jadwal, maupun instruksi teknis. Namun demikian, meskipun secara umum dianggap memadai, terdapat beberapa catatan penting mengenai kendala yang masih sering muncul dalam praktik komunikasi sehari-hari. Fahmi Fajri Ramdani selaku *Technical Director*, misalnya, mengungkapkan bahwa komunikasi melalui pesan teks terkadang menimbulkan multitafsir karena keterbatasan konteks dan nuansa bahasa. Hal ini terutama terlihat ketika diskusi melibatkan instruksi kompleks atau situasi darurat yang membutuhkan presisi tinggi dalam pemahaman. Sementara itu, Gede Devananda menambahkan bahwa penggunaan istilah-istilah teknis tanpa penjelasan memadai sering kali menjadi penghalang bagi anggota tim non-teknis untuk memahami pesan secara utuh, sehingga berpotensi menciptakan jarak pengetahuan yang berdampak pada eksekusi tugas.



Hendra Pradana (*Assistant Artistic*) dalam observasinya terhadap berbagai proyek produksi menyoroti bagaimana komunikasi yang transparan dan semangat kerja sama yang solid mampu menjadi katalis dalam percepatan penyelesaian masalah. "Ketika tim artistik menghadapi kendala teknis dalam merealisasikan konsep visual tertentu, komunikasi terbuka dengan tim lighting dan set design memungkinkan kami menemukan solusi kreatif dalam waktu singkat," ujarnya memberikan contoh konkret. Pola komunikasi semacam ini tidak hanya mengandalkan pertukaran informasi dasar, tetapi juga melibatkan aspek-aspek kolaboratif seperti kesediaan untuk mendengarkan perspektif berbeda, keberanian mengungkapkan keterbatasan, dan fleksibilitas dalam menerima masukan. Dalam lingkungan seperti ini, masalah yang seharusnya memakan waktu penyelesaian berhari-hari bisa dipangkas menjadi hitungan jam karena seluruh sumber daya intelektual tim dapat dimobilisasi secara optimal.

Di sisi lain, Unas Aleansa (*Technical Director*) memaparkan konsekuensi serius yang timbul dari komunikasi yang buruk dalam lingkup produksi. "Satu kesalahan teknis kecil akibat miskomunikasi antara tim *sound engineer* dan *floor manager* selama *live recording* bisa merembet menjadi bencana produksi yang membutuhkan reshoot lengkap," tegasnya. Kasus-kasus seperti salah interpretasi jadwal *shooting*, pemahaman yang berbeda tentang spesifikasi peralatan, atau kegagalan dalam menyampaikan perubahan konsep mendadak seringkali berujung pada penundaan yang tidak hanya merugikan dari segi waktu tetapi juga berdampak finansial yang signifikan. Lebih buruk lagi, komunikasi yang tidak efektif cenderung menciptakan lingkungan kerja yang penuh ketegangan dimana setiap anggota tim bekerja dalam asumsi yang berbeda-beda, sehingga energi yang seharusnya difokuskan pada kreativitas dan problem solving justru terkuras untuk mengatasi konflik internal yang sebenarnya bisa dihindari.

Lebih jauh lagi, Zeinel Arfin selaku *Art Director* memberikan perspektif kritis mengenai pentingnya menerapkan hierarki komunikasi yang terstruktur sebagai solusi untuk meminimalkan miskonsepsi. Dalam pengamatannya, arus informasi yang mengalir tanpa *filter* melalui grup chat besar justru berisiko menimbulkan kebingungan ketika tidak ada pihak yang secara jelas bertanggung jawab melakukan verifikasi dan penyaringan pesan. Ia mencontohkan kasus dimana perubahan desain yang disampaikan secara spontan dalam percakapan grup tanpa diikuti oleh dokumen resmi revisi, berujung pada versi final yang tidak seragam antara divisi. Oleh karena itu, ia menyarankan model komunikasi berjenjang dimana setiap level tim memiliki focal point yang bertugas mengonsolidasikan informasi sebelum diteruskan ke anggota lain, sekaligus memastikan bahwa setiap keputusan telah melalui proses validasi yang ketat.

Akan tetapi, komunikasi yang baik tidak hanya berperan sebagai alat koordinasi teknis semata, melainkan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap aspek psikologis anggota tim, khususnya dalam hal meningkatkan motivasi kerja. Ketika komunikasi berlangsung secara terbuka, respek, dan penuh dukungan, setiap individu dalam tim akan merasa lebih dihargai dan termotivasi untuk memberikan kontribusi terbaiknya. Fahmi Pradana (*Assistant Art Director*) menyatakan bahwa interaksi positif antartim, baik dalam bentuk apresiasi, diskusi yang konstruktif, maupun sekadar mendengarkan dengan empati, mampu menciptakan semangat kerja yang tinggi dan memperkuat ikatan kolektif. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa lingkungan kerja di mana setiap orang merasa didengar dan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan cenderung memunculkan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) terhadap proyek, sehingga secara alami mendorong setiap anggota untuk bekerja lebih antusias dan bertanggung jawab.

Namun sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif tidak hanya berdampak pada aspek teknis operasional, tetapi juga berpotensi menurunkan produktivitas dan menimbulkan

kesalahpahaman yang berujung pada demotivasi tim, sebagaimana diungkapkan oleh Salsabila. Komunikasi yang tidak jelas, instruksi yang kontradiktif, atau gaya komunikasi yang cenderung satu arah tanpa mempertimbangkan umpan balik dapat menciptakan frustrasi dan ketidaknyamanan dalam bekerja. Dalam jangka panjang, hal ini berisiko mengurangi keterlibatan (*engagement*) anggota tim, memicu konflik interpersonal, dan bahkan meningkatkan angka *turnover*. Misalnya, ketika seorang anggota tim terus-menerus menerima kritik tanpa solusi atau ketika informasi penting sengaja disembunyikan oleh atasan, hal tersebut tidak hanya merusak moral individu terkait tetapi juga dapat menyebar seperti virus ke seluruh tim, menciptakan atmosfer kerja yang *toxic* dan tidak produktif.

Oleh karena itu, membangun budaya komunikasi yang sehat harus dipandang sebagai investasi jangka panjang yang akan memberikan keuntungan ganda, baik dari segi kualitas hasil kerja maupun kepuasan anggota tim. Langkah-langkah seperti pelatihan komunikasi efektif, penyediaan kanal umpan balik yang aman, serta kepemimpinan yang mengedepankan transparansi dan empati dapat menjadi strategi untuk memaksimalkan dampak positif komunikasi terhadap motivasi kerja. Pada akhirnya, tim yang mampu berkomunikasi dengan baik tidak hanya akan bekerja lebih efisien, tetapi juga lebih bahagia dan bersemangat dalam menjalankan setiap tanggung jawabnya, yang pada gilirannya akan tercermin dari kualitas karya yang dihasilkan. Kesadaran bahwa setiap kata yang diucapkan atau ditulis dalam konteks profesional memiliki kekuatan untuk membangun atau justru merusak motivasi inilah yang harus senantiasa dipegang oleh setiap anggota tim, terutama mereka yang memegang posisi kepemimpinan.

#### **Kendala Yang Terjadi Pada Saat Kegiatan Produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024**

Penggunaan teknologi, terutama WhatsApp, sangat mempengaruhi komunikasi dalam tim dengan memberikan kecepatan dalam penyampaian informasi. Meskipun sangat efektif, kendala sinyal di lokasi tertentu dapat mengurangi efektivitas alat komunikasi ini. *WhatsApp* menjadi alat komunikasi yang paling sering digunakan. Hal ini perlu penggunaan alat komunikasi lain seperti HT (*handy talkie*) untuk penggunaan yang bisa mengatasi kekurangan *WhatsApp* supaya penyampaian komunikasi berjalan dengan maksimal dimanapun kegiatan produksi berlangsung.

Frekuensi komunikasi yang diterima tergolong intens, terutama saat mendekati hari produksi. Athara M Akbar (Soundman/Asisten Kamera) menyatakan bahwa informasi sering diperbarui setiap hari. Saluran komunikasi yang digunakan meliputi grup *WhatsApp* (formal dan informal), HT (*handy talkie*), serta rapat langsung. Dan anggota tim yang lain menilai informasi yang diterima cukup jelas, meskipun ada beberapa kendala seperti multitafsir dalam pesan teks (Fahmi Fajri Ramdani – Technical Director) atau istilah teknis yang kurang dipahami (Gede Devananda). Zeinel Arfin (Art Director) menekankan pentingnya hierarki komunikasi yang terstruktur untuk menghindari miskonsepsi.

Beberapa kendala yang sering muncul meliputi:

1. Jaringan internet dan kuota yang tidak stabil (Salsabila, Fahmi Pradana).
2. Pesan yang bertumpuk di grup *WhatsApp*, menyebabkan informasi terlewat (Gede Devananda).
3. Perbedaan istilah teknis dan gaya komunikasi yang terlalu cepat (Zeinel Arfin, Gede Devananda).
4. Keterbatasan alat komunikasi, seperti HT yang tidak selalu terjangkau sinyal di lokasi produksi (Salsabila).

Faktor pendukung yang dapat membatu kelancaran dalam produksi:

1. Keterbukaan dan kejelasan penyampaian informasi (Hendra Pradana).

2. Penggunaan alat komunikasi yang familiar, seperti *WhatsApp* dan HT (Zeinel Arfin).
3. Motivasi dan komitmen tinggi dari anggota tim (Athara M Akbar).

Faktor penghambat dalam kegiatan produksi:

1. Gaya komunikasi yang terlalu teknis atau terburu-buru (Gede Devananda).
2. Perbedaan latar belakang dan kepribadian anggota tim (Salsabila).
3. Beban kerja tinggi yang mengurangi fokus pada komunikasi (Fahmi Fajri Ramdani).

Bahasa tubuh dan ekspresi wajah memiliki peran dalam komunikasi tim. Sutradara menafsirkannya secara umum, misalnya melihat ekspresi lelah atau gerakan yang melambat sebagai indikasi perlunya istirahat. Perbedaan latar belakang budaya atau persepsi tidak terlalu sering memengaruhi efektivitas komunikasi karena tim cenderung tidak terlalu sering menggunakan bahasa lokal agar informasi dapat diterima dengan baik. Perbedaan kepribadian anggota tim tidak secara signifikan memengaruhi cara mereka berkomunikasi, dan tidak ada gaya komunikasi tertentu yang lebih dominan.

### **Cara Menangani Kendala Yang Terjadi Pada Kegiatan Produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024**

Dalam konteks evaluasi kinerja tim proyek, tingkat motivasi dan komitmen yang ditunjukkan oleh setiap anggota mendapatkan apresiasi yang tinggi, tercermin dari skor sempurna yaitu 10 dalam skala penilaian 1 hingga 10. Penilaian ini mengindikasikan adanya dedikasi yang luar biasa dan keterlibatan yang mendalam dari seluruh anggota tim terhadap tujuan dan kelancaran proyek. Motivasi yang membara dan komitmen yang kuat ini menjadi landasan yang kokoh, memastikan bahwa setiap individu memusatkan perhatian penuh pada setiap informasi dan instruksi yang disampaikan. Dengan fokus yang tajam, potensi terjadinya miskomunikasi atau terlewatnya detail penting dapat diminimalisir secara signifikan, yang pada akhirnya berkontribusi pada efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas.

Lebih lanjut, disadari sepenuhnya bahwa lingkungan kerja fisik memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dinamika komunikasi di antara anggota tim. Desain ruang kerja yang tertata dengan baik dan kondusif diyakini mampu memfasilitasi aliran informasi yang lancar dan interaksi yang efektif. Tata letak yang memungkinkan kolaborasi yang mudah, ketersediaan ruang diskusi informal, serta kenyamanan lingkungan secara keseluruhan dapat menciptakan atmosfer yang mendukung komunikasi terbuka dan konstruktif. Sebaliknya, lingkungan kerja yang kurang terorganisir atau tidak nyaman berpotensi menghambat interaksi dan bahkan menimbulkan kesalahpahaman.

Di sisi lain, penting untuk mempertimbangkan dampak beban kerja yang tinggi terhadap kualitas komunikasi dalam tim. Ketika anggota tim merasa tertekan oleh volume pekerjaan yang berlebihan, kemampuan mereka untuk berkomunikasi secara efektif dan mendengarkan dengan saksama dapat menurun. Kelelahan dan stres dapat memicu ketidaksabaran, mempersulit penyampaian pesan yang jelas, dan meningkatkan risiko terjadinya konflik. Oleh karena itu, pemantauan beban kerja secara berkala menjadi krusial. Jika teridentifikasi adanya divisi atau individu yang tampak sangat terbebani, langkah proaktif untuk melakukan redistribusi tugas secara merata perlu diimplementasikan. Dengan menyeimbangkan beban kerja, diharapkan setiap anggota tim dapat mempertahankan fokus, energi, dan kemampuan komunikasi yang optimal, sehingga berkontribusi pada kelancaran dan keberhasilan proyek secara keseluruhan.

## PENUTUP

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Dalam produksi *Company Profile* Universitas Muhammadiyah Jember 2024, sutradara Achmad Kayyis Azmy menerapkan pendekatan teori sistem dan jaringan komunikasi untuk memastikan koordinasi yang efektif, didukung oleh pendekatan mikro dalam struktur tim. Gaya kepemimpinan pembinaan dan *pacesetting* yang ia gunakan, bersama dengan pola komunikasi *downward*, berfokus pada efisiensi, kualitas, dan penempatan anggota tim sesuai keahlian.

Meskipun menghadapi beberapa kendala komunikasi seperti keterbatasan sinyal WhatsApp, multitafsir pesan teks, dan informasi bertumpuk, produksi ini berjalan lancar berkat motivasi dan komitmen tinggi tim. Media komunikasi utama yang digunakan adalah *WhatsApp*, HT, *Google Document*, *Google Sheets*, dan *Google Drive*. Kendala tersebut diatasi dengan keterbukaan informasi, optimalisasi penggunaan alat komunikasi yang familiar, serta manajemen beban kerja dan lingkungan kerja fisik yang mendukung.

Secara keseluruhan, keberhasilan proyek ini sangat ditentukan oleh komunikasi yang transparan, kolaborasi tim yang solid, dan dedikasi tinggi setiap anggota, meskipun ada tantangan teknis dalam penyampaian informasi..

#### Saran

Berdasarkan pernyataan mengenai komunikasi dalam tim produksi tersebut, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk lebih mengoptimalkan efektivitas komunikasi:

1. Pertahankan dan Perkuat Komunikasi Teratur: Strategi komunikasi yang sudah berjalan baik, seperti rapat terbuka dan koordinasi intensif, perlu dipertahankan. Frekuensi dan kualitas rapat dapat terus ditingkatkan dengan agenda yang jelas dan alokasi waktu yang efisien.
2. Optimalkan Penggunaan WhatsApp: Meskipun efektif, perlu ada strategi untuk mengatasi potensi respons lambat. Mungkin ada jam-jam tertentu di mana respons diharapkan lebih cepat, atau adanya penanggung jawab komunikasi di waktu-waktu krusial. Pertimbangkan juga penggunaan fitur-fitur WhatsApp secara maksimal, seperti *broadcast list* untuk informasi umum yang tidak memerlukan respons individual.
3. Antisipasi Kendala Teknologi: Mengingat kendala sinyal dapat menjadi masalah, terutama di lokasi syuting, tim perlu memiliki rencana komunikasi alternatif. Penggunaan alat komunikasi *offline* seperti *walkie-talkie* (jika memungkinkan dan relevan) atau penentuan titik kumpul untuk informasi penting bisa menjadi solusi.
4. Sosialisasi dan Pemahaman Nonverbal: Kesadaran akan bahasa tubuh dan ekspresi wajah sudah baik. Upaya untuk lebih mensosialisasikan pemahaman akan berbagai ekspresi dan implikasinya dalam komunikasi tim bisa ditingkatkan, mungkin melalui sesi *sharing* singkat atau observasi bersama.
5. Jaga Motivasi dan Komitmen: Mengingat dampaknya yang positif pada komunikasi, upaya untuk terus menjaga dan meningkatkan motivasi serta komitmen anggota tim perlu menjadi prioritas. Apresiasi, umpan balik positif, dan menciptakan lingkungan kerja yang suportif dapat berkontribusi.
6. Perhatikan Dampak Lingkungan Kerja: Jika memungkinkan, pertimbangkan desain ruang kerja yang lebih mendukung interaksi dan komunikasi yang efektif, terutama jika ada kebutuhan untuk kolaborasi yang lebih intens.
7. Kelola Beban Kerja dan Komunikasi: Strategi pembagian beban kerja saat tinggi sudah baik. Pastikan komunikasi tetap menjadi prioritas meskipun beban kerja meningkat,

- mungkin dengan alokasi waktu khusus untuk *update* singkat atau penggunaan alat komunikasi yang cepat seperti *walkie-talkie* untuk informasi mendesak.
8. Formalisasi Evaluasi Komunikasi: Meskipun briefing menjadi wadah evaluasi, pertimbangkan untuk sesekali melakukan evaluasi komunikasi yang lebih terstruktur. Ini bisa berupa survei singkat atau diskusi kelompok fokus untuk mengidentifikasi area yang bisa ditingkatkan dalam sistem komunikasi.
  9. Definisikan Indikator Keberhasilan Komunikasi Lebih Jelas: Selain ketepatan waktu, pertimbangkan indikator keberhasilan komunikasi yang lebih spesifik dan terukur, seperti tingkat pemahaman informasi, minimnya kesalahan akibat miskomunikasi, atau umpan balik positif dari anggota tim mengenai alur informasi.
  10. Dengan mempertimbangkan saran-saran ini, tim produksi dapat terus mengembangkan dan menyempurnakan sistem komunikasi mereka, yang pada akhirnya akan berkontribusi lebih besar lagi pada kelancaran dan keberhasilan proyek

### DAFTAR PUSTAKA

- Ari Susanti, & Krisnawati SN. (2022). Budaya organisasi, kedisiplinan dan kepemimpinan pengaruhnya terhadap kinerja (Studi Pada Perangkat Desa Bumen Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/jimek.v1i3.46>
- Astuti, T. D., Pabulo, A. M. A., & Setyaningsih, P. W. (2023). Pembuatan Company Profile untuk Gula Kelapa Kulon Progo Berbasis Website. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 37–41. <https://doi.org/10.31004/dedikasi.v1i1.14>
- Dyatmika, T. (2020). *Ilmu Komunikasi* (S. Bakhri (ed.)). Zahir Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=YmM0EAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Hendrik. (2021). *Company Profile: Pengertian, Fungsi, Isi, dan Langkah Membuat-Nya!* Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/company-profile-adalah/>
- Rio, M., & Maulana, A. (2022). Perancangan Company Profile Arh Construction Group. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 4, 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
- Silviani, I. (2020). *KOMUNIKASI ORGANISASI* (I. Silviani (ed.)). PT. Scopindo Media Pustaka. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=4DTeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=komunikasi+organisasi&ots=i1AfeHOvST&sig=TPNkgzZkFXIUeRQ3-\\_eJjug\\_C0&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=true](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=4DTeDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=komunikasi+organisasi&ots=i1AfeHOvST&sig=TPNkgzZkFXIUeRQ3-_eJjug_C0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true)
- Wijaya, C., Duwiska, E. J., Khodijah, S., Hasian Dalimunthe, A. F., Ramadhani, M. R., Nurdalila, N., & Rambe, F. (2022). Peranan Komunikasi Organisasi bagi Kepemimpinan Organisasi di MTs Al-Ikhlas Sidodadi Ramunia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13737–13747. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4500>