

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Pola Komunikasi

Pola komunikasi merujuk pada jaringan hubungan antara dua individu atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan (Djamarah dalam Sentosa, 2015). Pola ini menunjukkan bagaimana pesan disampaikan dari komunikator ke komunikan dengan tujuan untuk mengubah pendapat, perilaku, atau tindakan komunikan. Komunikator dan komunikan dapat berkomunikasi secara langsung atau melalui media tertentu, termasuk simbol komunikasi dalam bahasa verbal atau nonverbal dan teknologi informasi (Tubbs dan Moss dalam Sentosa, 2015). Pola komunikasi dapat berbentuk komplementer, dimana perilaku dominan satu partisipan memicu perilaku tunduk pada partisipan lain, atau simetris, di mana partisipan berinteraksi berdasarkan kesamaan.

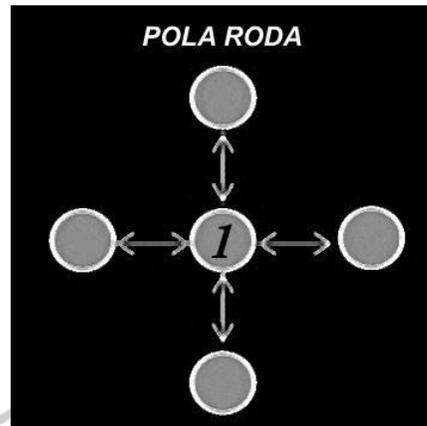
Pola komunikasi dan kegiatan organisasi sangat dipengaruhi oleh tujuan, gaya manajemen, dan iklim kelompok atau organisasi. Komunikasi dalam organisasi bergantung pada kekuatan-kekuatan peran yang bekerja di dalamnya dan melibatkan pertukaran pesan antara anggota organisasi, termasuk antara pimpinan dan bawahan. Komunikasi yang dirancang dengan baik sangat penting untuk mengkoordinasikan kegiatan dalam komunitas dan mencapai kesepakatan sejati tanpa memaksa keputusan.

Pola komunikasi menjadi elemen kunci yang memastikan sistem yang mendukung komunitas mencerminkan norma komunikasi komunitas dengan benar.

Mereka dapat didefinisikan sebagai serangkaian definisi alur kerja komunikatif dan norma yang menggambarkan interaksi komunikatif yang diterima dan diinginkan dalam sebuah komunitas. Alur kerja komunikatif adalah urutan langkah yang harus dilakukan untuk menyelesaikan interaksi komunikatif. Norma komunikasi adalah kumpulan satu atau lebih tindakan komunikatif yang mana individu atau kelompok (*stakeholder*) tentukan dapat, harus, atau tidak boleh dilakukan dalam alur kerja komunikatif. Pada akhirnya, pola komunikasi juga dapat berisi meta-norma, yaitu serangkaian tindakan yang mana seorang pelaku dapat, harus, atau tidak diperbolehkan dalam menentukan atau mengakses pola komunikasi. Seiring waktu, komunitas biasanya membentuk pola komunikasi unik mereka sendiri yang mengatur interaksi mereka. Membandingkan pola komunikasi ini dari komunitas yang berbeda memungkinkan pembelajaran dan penerapan praktik terbaik lintas komunitas.

Pola komunikasi merupakan model interaksi yang menggunakan bahasa yang khas dan berulang-ulang kode yang dipengaruhi oleh interaksi linguistik, sosial, dan budaya (Haryono 2015). Terdapat lima jenis pola komunikasi menurut Sitti & Phill (2020), yakni roda, rantai (bersambung), Y, lingkaran dan bintang (menyeluruh).

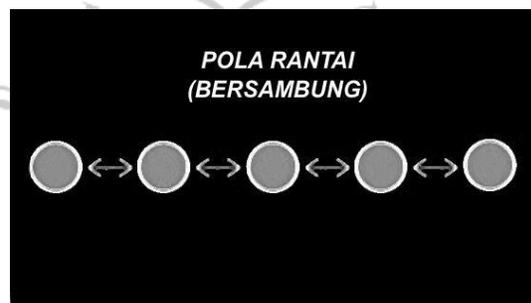
### 2.1.1 Pola Komunikasi Roda



**Gambar 2.1 Pola Roda dalam Kelompok**

Pola komunikasi roda ini yakni dimana seorang individu sebagai pemimpin atau *opinion leader* berada di pusat komunikasi dan bertindak sebagai posisi sentral yang mengarahkan dan mengontrol aliran informasi. Posisi sentral merupakan sumbu roda yang dapat menyampaikan dan menerima pesan dari semua anggota. Dengan begitu, jika anggota ingin berkomunikasi dengan anggota lainnya, maka harus disampaikan melalui pemimpinnya dahulu.

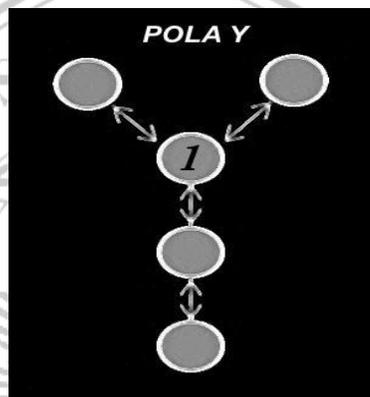
### 2.1.2. Pola Komunikasi Rantai (Bersambung)



**Gambar 2.2 Pola Rantai dalam Kelompok**

Dalam pola ini, komunikasi mengikuti pola berurutan, dimana satu individu berkomunikasi antar anggota kelompok berikutnya membentuk suatu urutan tertentu. Pola komunikasi ini menganut model hubungan komunikasi garis langsung (komando) dan biasanya berlaku ketika terdapat sebuah pekerjaan atau perintah dari pemimpin pada anggota dalam kelompok yang lebih bersifat berkelanjutan.

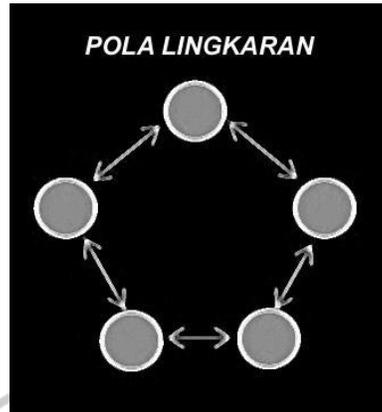
### 2.1.3 Pola Komunikasi Huruf Y



**Gambar 2.3 Pola Huruf Y dalam Kelompok**

Pola ini memiliki satu individu atau anggota kelompok yang bertindak sebagai "cabang" atau titik tengah dari pola Y, sementara 3 individu atau 3 seksi, divisi di dalam kelompok berada di ujung-ujungnya. Informasi mengalir dari titik tengah ke ujung-ujungnya dan sebaliknya. Pola komunikasi yang dilakukan dalam sebuah kelompok dimana pemimpin melakukan menaruh wewenang atau kepercayaan kepada sebagian dari anggota kelompok sebagai perantara. Dengan begitu, segala pekerjaan atau perencanaan kegiatan tidak hanya menitikberatkan pada pemimpin, yang dimana anggota lain juga menanggung peran penting dalam kelompok.

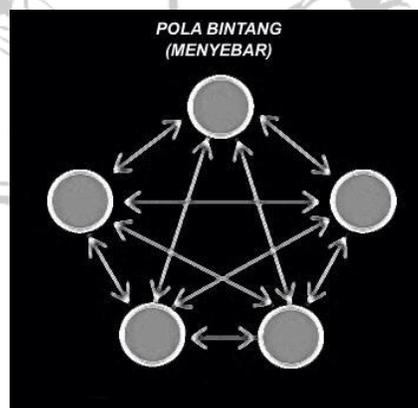
### 2.1.4 Pola Komunikasi Lingkaran



**Gambar 2.4 Pola Lingkaran dalam Kelompok**

Setiap anggota kelompok atau individu terhubung dengan satu sama lain dalam bentuk menyerupai lingkaran yang lebih tepatnya bersifat forum tertutup. Pada pola ini semua anggota kelompok bisa berkomunikasi dengan anggota lain tanpa harus mempunyai pemimpin, sehingga informasi dapat mengalir secara efisien di antara semua anggota.

### 2.1.5 Pola Komunikasi Bintang (Menyebar)



**Gambar 2.5 Pola Bintang dalam Kelompok**

Di dalam pola ini, memungkinkan berlakunya arus informasi secara bebas pada semua anggota kelompok. Karena seluruh anggota dan pemimpin memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pesan atau informasi, sehingga semua anggota dapat berpartisipasi secara menyebar dan adil.

## **2.2 Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok melibatkan interaksi tiga orang atau lebih untuk menyelesaikan tugas tertentu (misalnya, Rothwell, 2013) dan umumnya dianggap bahwa orang dapat mencapai lebih banyak dengan bekerja dalam kelompok daripada bekerja sendiri. Di era digital, interaksi kelompok bermigrasi online dan mengambil bentuk komunikasi bermedia komputer (CMC). Kelompok berkolaborasi melalui email, forum diskusi, wiki, dan teknologi Web 2.0 lainnya (Black et al, 2011).

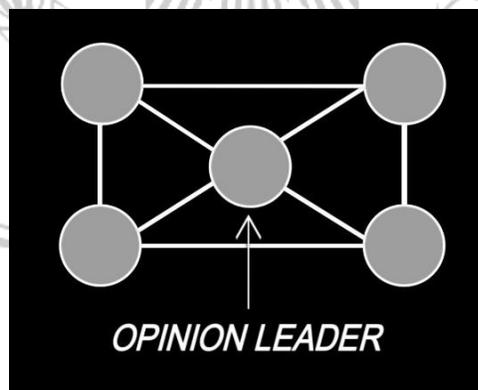
Komunikasi merupakan salah satu alat terpenting bagi suatu organisasi saat ini untuk pertukaran informasi, membangun jaringan, dan menjamin kelancaran alur kerja di dalam perusahaan. Praktik komunikasi sudah dilakukan sejak zaman kuno, di mana merupakan salah satu kegiatan fundamental yang dilakukan antara individu dan masyarakat (Ors, 2015). Ada tiga dimensi komunikasi: formal eksternal, internal, dan komunikasi informal.

Komunikasi kelompok adalah proses interaksi antara tiga orang atau lebih yang bekerja bersama untuk mencapai suatu tujuan atau menyelesaikan tugas tertentu. Dalam konteks ini, anggota kelompok saling bertukar informasi, ide, dan pandangan untuk mencapai pemahaman bersama dan mengoordinasikan upaya mereka. Komunikasi kelompok dapat melibatkan berbagai saluran seperti diskusi tatap muka,

pesan elektronik, atau media sosial, dan memiliki peran penting dalam meningkatkan kolaborasi, membangun hubungan, dan mencapai hasil yang diinginkan.

*Group Syntality Theory* (Teori Kepribadian Kelompok) oleh Raymond B. Cattell merupakan perwujudan perilaku, kepribadian, dinamika, kebersamaan, dan kemampuan kelompok. Yang mana karakter kolektif yang dimiliki oleh individu atau populasi dalam kelompok dibentuk oleh *leader* atau pemimpin sehingga kelompok tersebut dapat bertindak sebagai satu kesatuan. Dengan asumsi dasar bahwa transformasi kepribadian atau karakter dapat dilihat melalui *influence* seorang pemimpin pada aspek moralitas kelompok atau dalam kompetensi kelompok untuk memecahkan masalah. Dalam hal ini, menurut Sitti Roskina Mas dan Phill. Ikhfan Haris dalam buku yang berjudul *Komunikasi dalam Organisasi* (2020), terdapat beberapa peranan yang berpengaruh pada komunikasi kelompok yaitu sebagai berikut:

### 2.2.1 Opinion Leader



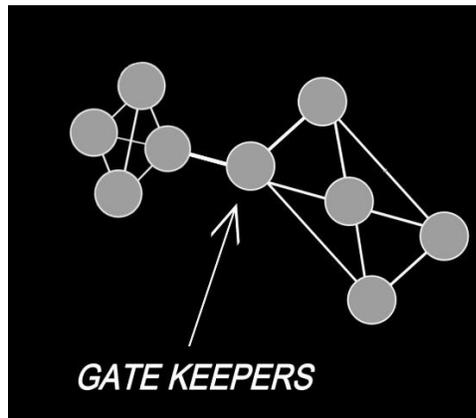
**Gambar 2.6 Opinion Leader dalam Kelompok**

Sebuah studi akan konsep opinion leader "*The People's Choice*" yang dilakukan oleh Lazarsfeld, Berelson dan Gaudet pada tahun 1944 mengemukakan bahwa *opinion*

*leader* dianggap sebagai orang yang lebih berpengaruh dalam jaringan sosial (*social networking*) daripada yang lain. Karakteristik dan visibilitas aktivitas sosial yang dimiliki seorang *opinion leader* merupakan aspek penting yang termasuk pada kompetensi pemimpin, sebab *opinion leader* dapat dipercaya karena mereka memiliki keahlian khusus dan tervalidasi. Skill komunikasi massa, kelompok dan interpersonal tentu sangat berkaitan dengan *opinion leader*, namun *value* kredibilitas *opinion leader* juga sangat memberikan pengaruh signifikan dan positif ketika mempersuasi kelompoknya atau massa.

Rata-rata *opinion leader* mengimplementasikan *two step flow of communication*, yang dimana *input* informasi yang diterima dari media ke *opinion leader* dievaluasi dan disintesis tanpa bias terlebih dahulu lalu disalurkan pada populasi atau anggota kelompok. Pada umumnya seorang *opinion leader* memiliki *frame of references* dan *field of experiences* yang lebih dari lainnya. Kebanyakan juga memiliki status pendidikan yang lebih tinggi dan sering ditunjuk menjadi orang pertama yang mengakui informasi dan menerapkannya pada kehidupan pribadi mereka (Salomo, 2007).

### 2.2.2 Gate Keepers



**Gambar 2.7 Gate Keepers dalam Kelompok**

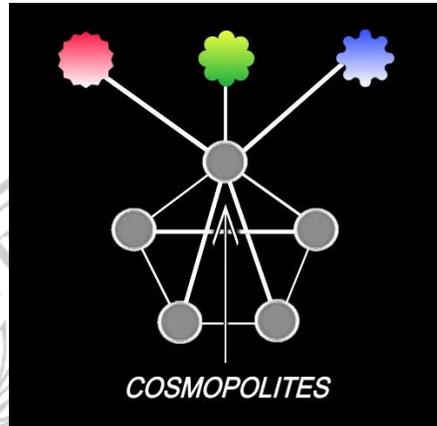
*Gatekeeper* berperan sebagai penjaga pintu informasi. Mereka mengontrol aliran informasi dalam jaringan komunikasi dengan memutuskan apa yang akan diteruskan kepada orang lain dan apa yang tidak. Dengan demikian, mereka dapat memengaruhi jenis dan jumlah informasi yang diterima oleh anggota jaringan lainnya. Dalam banyak kasus, *gatekeeper* memiliki posisi strategis yang memungkinkan mereka untuk mempengaruhi persepsi dan pengetahuan orang lain.

Sebagai contoh, dalam sebuah organisasi, seorang manajer atau pemimpin tim dapat berfungsi sebagai *gatekeeper* dengan memilih informasi mana yang disampaikan kepada tim dan bagaimana informasi tersebut disajikan. Peran ini sangat penting karena *gatekeeper* dapat memengaruhi arah komunikasi dan dinamika jaringan, termasuk mengendalikan wacana atau topik yang menjadi perhatian utama dalam kelompok.

*Gatekeeper* juga dapat bertindak sebagai penjaga kualitas, memastikan bahwa informasi yang disebarluaskan akurat dan relevan, atau sebaliknya, mereka bisa juga membatasi informasi yang dianggap sensitif atau berpotensi menimbulkan konflik.

Dalam konteks media, jurnalis atau editor sering berfungsi sebagai *gatekeeper* yang menentukan berita mana yang akan diterbitkan atau ditayangkan, yang pada akhirnya mempengaruhi opini publik.

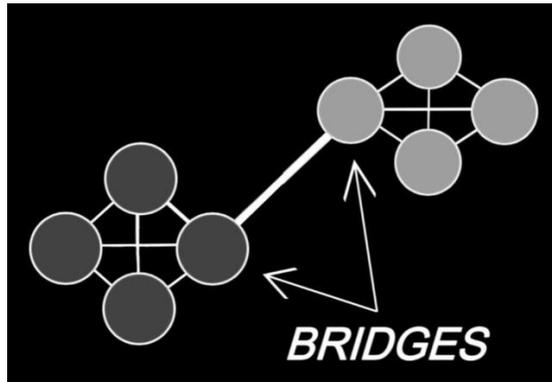
### 2.2.3 Cosmopolites



**Gambar 2.8 Cosmopolites dalam Kelompok**

*Cosmopolites* adalah individu dalam kelompok yang memiliki keterbukaan terhadap dunia luar dan sering terlibat dalam komunikasi dengan orang-orang di luar jaringan utama atau frekuensi kelompok mereka. Mereka membawa ide-ide atau referensi baru dan informasi dari luar yang dapat memengaruhi jaringan komunikasi internal dan juga membawa pengaruh pada perkembangan sumber daya kelompok.

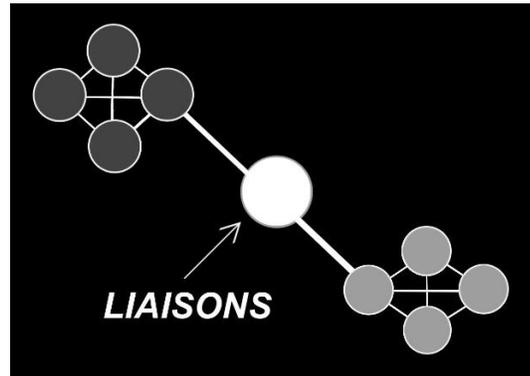
### 2.2.4 Bridges



**Gambar 2.9 Bridges dalam Kelompok**

*Bridges* atau jembatan adalah individu dalam kelompok yang menghubungkan dua kelompok atau jaringan yang berbeda. Mereka berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan pertukaran informasi antara kelompok yang mungkin tidak memiliki interaksi langsung. *Bridges* juga dapat membantu mengatasi kesenjangan informasi dan mendorong kolaborasi lintas fungsi, sehingga organisasi atau komunitas lebih terintegrasi dan kohesif. Dalam konteks sosial yang lebih luas, seseorang yang memiliki jaringan sosial yang luas dan beragam bisa menjadi *bridges* yang menghubungkan berbagai komunitas atau kelompok sosial, memperkaya pertukaran budaya, pengetahuan, dan pengalaman antar kelompok yang berbeda. Dalam jaringan komunikasi, *bridges* memfasilitasi inovasi dan pembelajaran dengan membawa perspektif yang berbeda ke dalam diskusi atau proses pengambilan keputusan, yang dapat menghasilkan solusi yang lebih kreatif dan efektif.

### 2.2.5 Liaison



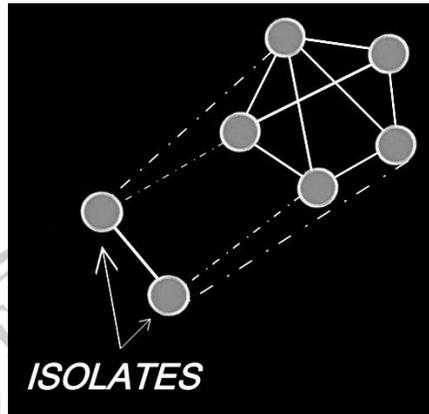
**Gambar 2.10 Posisi Liaisons dalam Peran Komunikasi Kelompok**

*Liaison* atau penghubung adalah individu yang menghubungkan berbagai kelompok dalam jaringan, tetapi tidak termasuk dalam kelompok mana pun yang mereka hubungkan. Mereka berperan dalam mengoordinasikan dan memfasilitasi komunikasi antara kelompok yang berbeda. Peran *liaison* sangat penting dalam situasi di mana beberapa kelompok atau tim dalam organisasi atau komunitas perlu berkoordinasi atau berkolaborasi, tetapi mereka memiliki perbedaan budaya, struktur, atau tujuan. *Liaison* atau pihak ketiga membantu mengatasi hambatan komunikasi dengan menjembatani kesenjangan dan memfasilitasi aliran informasi di antara kelompok-kelompok yang mungkin tidak berinteraksi secara langsung.

*Liaison* tidak terikat dengan salah satu kelompok, mereka sering dianggap sebagai mediator yang adil dan objektif, mampu mengatasi potensi konflik atau kesalahpahaman antara kelompok yang berbeda. Dengan kemampuan mereka untuk berpindah-pindah di antara berbagai kelompok, *liaison* juga dapat membantu menyebarkan praktik terbaik, mengidentifikasi peluang untuk kolaborasi, dan

memastikan bahwa semua bagian dari organisasi atau komunitas bergerak ke arah yang sama.

### 2.2.6 Isolates



**Gambar 2.11 Isolates dalam Kelompok**

*Isolates* atau orang yang terisolasi adalah individu yang memiliki sedikit atau bahkan tidak ada koneksi dalam jaringan komunikasi. Mereka jarang berkomunikasi dengan anggota lain dan sering tidak terlibat dalam aliran informasi utama dalam jaringan.

*Isolates* dapat terjadi karena berbagai alasan, seperti kepribadian, kurangnya minat, keterampilan komunikasi yang rendah, atau karena mereka merasa tidak memiliki peran yang penting dalam kelompok. Dalam beberapa kasus, *isolates* mungkin juga disengaja oleh kelompok atau organisasi, terutama jika mereka memegang pandangan yang berbeda atau dianggap tidak sesuai dengan norma-norma kelompok. Dalam organisasi atau komunitas yang efektif, upaya biasanya dilakukan untuk mengurangi jumlah isolates dengan mendorong keterlibatan yang lebih besar,

meningkatkan komunikasi, dan memastikan bahwa semua anggota jaringan merasa memiliki peran yang berarti dan diikutsertakan dalam proses komunikasi.

### 2.2.7 Unsur-Unsur Komunikasi Kelompok

Menurut Rakhmat dalam Damanik (2019) terdapat empat aspek yang menjadi indikatornya, yaitu solidaritas, intensitas, tindakan komunikatif, dan motivasi.

#### 1. Solidaritas

Solidaritas merujuk pada tingkat kebersamaan dan persatuan di antara anggota kelompok. Ini mencerminkan seberapa kuat hubungan interpersonal di dalam kelompok, seberapa besar rasa saling peduli dan dukungan yang ada di antara anggota. Solidaritas yang tinggi biasanya menunjukkan bahwa anggota kelompok memiliki rasa keterikatan yang kuat dan bersedia untuk saling membantu, yang berdampak positif pada efektivitas komunikasi dan kerja sama dalam kelompok.

#### 2. Intensitas

Intensitas merujuk pada frekuensi dan kekuatan interaksi di antara anggota kelompok. Ini mencakup seberapa sering anggota berkomunikasi dan seberapa dalam atau signifikan komunikasi tersebut. Intensitas yang tinggi dapat menunjukkan adanya komunikasi yang aktif dan produktif, di mana anggota kelompok terlibat secara penuh dalam diskusi dan pengambilan keputusan. Intensitas ini juga mencerminkan komitmen anggota untuk berkontribusi terhadap tujuan kelompok. Tingginya intensitas komunikasi sering kali mencerminkan keterlibatan dan komitmen yang kuat, serta kemauan anggota untuk berkolaborasi secara efektif dan menghadapi tantangan bersama

### 3. Tindakan Komunikatif

Tindakan komunikatif mengacu pada interaksi yang terjadi di dalam kelompok yang ditujukan untuk mencapai pemahaman bersama. Ini melibatkan upaya untuk mendengarkan, berbagi informasi, dan bernegosiasi dalam konteks yang saling menghormati. Tindakan komunikatif yang efektif berarti bahwa anggota kelompok terlibat dalam dialog yang bermakna, di mana pandangan semua pihak dipertimbangkan dan keputusan dibuat secara kolaboratif.

### 4. Motivasi

Motivasi merujuk pada dorongan atau keinginan individu untuk berpartisipasi dan berkontribusi dalam komunikasi kelompok. Ini mencakup faktor internal seperti minat pribadi atau tujuan bersama, serta faktor eksternal seperti penghargaan atau pengakuan. Motivasi yang tinggi di antara anggota kelompok akan meningkatkan keterlibatan dan kualitas komunikasi, karena anggota yang termotivasi cenderung lebih proaktif dan bersemangat dalam berbagi ide dan bekerja sama untuk mencapai tujuan kelompok.

#### 2.2.8 Tahap Komunikasi Kelompok

Fisher mengemukakan bahwa terdapat empat fase yang relatif konsisten dalam proses diskusi kelompok ketika memutuskan suatu ide, gagasan, masalah, dan lain-lain.

##### 1. Fase Orientasi

Fase Orientasi adalah tahap awal yang krusial dalam proses diskusi kelompok, di mana anggota kelompok mulai saling memperkenalkan diri dan membangun

hubungan interpersonal. Pada fase ini, anggota kelompok berkenalan, saling berbagi informasi dasar tentang latar belakang mereka, dan menciptakan suasana kerja yang nyaman dan terbuka. Selanjutnya, kelompok menetapkan tujuan dari diskusi dengan mendefinisikan masalah atau topik yang akan dibahas serta hasil yang ingin dicapai. Penetapan tujuan yang jelas membantu memfokuskan diskusi dan memastikan bahwa semua anggota memiliki pemahaman yang sama mengenai isu yang dibahas.

Selain itu, anggota kelompok mulai mengidentifikasi dan merumuskan masalah, ide, atau gagasan yang akan menjadi fokus diskusi. Mereka mengumpulkan informasi relevan yang diperlukan untuk mendukung pembahasan lebih mendalam, termasuk mencari data atau menyajikan fakta yang berkaitan dengan topik. Fase ini juga melibatkan penetapan aturan atau pedoman untuk diskusi, seperti cara mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, dan prosedur pembuatan keputusan. Dengan dasar yang kuat ini, kelompok dapat melanjutkan ke fase berikutnya dengan pemahaman yang jelas dan fokus yang terarah, mempersiapkan mereka untuk proses diskusi yang lebih mendalam dan efektif.

## 2. Fase Konflik

Fase Konflik adalah tahap dalam proses diskusi kelompok di mana terjadi perdebatan dan pertentangan di antara anggota kelompok mengenai solusi atau pendekatan yang berbeda. Anggota kelompok mulai menyampaikan argumen dan pandangan mereka tentang masalah atau topik yang dibahas. Diskusi menjadi lebih dinamis karena anggota kelompok mengemukakan berbagai perspektif, pro, dan kontra terkait opsi yang ada. Fase ini penting karena memungkinkan anggota kelompok untuk

mengidentifikasi dan mengeksplorasi perbedaan pendapat serta mengatasi ketidaksepakatan.

Kedua, fase konflik melibatkan proses evaluasi kritis terhadap berbagai opsi atau solusi yang diusulkan. Anggota kelompok mendiskusikan kelebihan dan kekurangan dari setiap alternatif dan mempertimbangkan dampak potensial dari keputusan yang akan diambil. Diskusi yang terjadi selama fase ini dapat mencakup analisis risiko, pemikiran kreatif, dan debat tentang pendekatan terbaik untuk menyelesaikan masalah.

Selama fase konflik, kelompok juga mungkin mengalami ketegangan atau ketidaksetujuan yang bisa mengarah pada konflik interpersonal. Namun, konflik ini merupakan bagian alami dari proses diskusi dan dapat memicu refleksi yang lebih mendalam dan pemecahan masalah yang lebih efektif. Penanganan konflik dengan cara yang konstruktif, seperti dengan mendengarkan dengan penuh perhatian dan mencari kompromi, adalah kunci untuk melanjutkan ke fase berikutnya. Fase konflik berfungsi untuk memastikan bahwa semua sudut pandang dipertimbangkan sebelum mencapai konsensus, sehingga keputusan akhir yang diambil adalah hasil dari pertimbangan yang matang dan dialog yang terbuka. Dengan mengatasi perbedaan pendapat dan mencari solusi bersama, kelompok dapat mencapai pemahaman yang lebih baik dan membuat keputusan yang lebih solid.

### 3. Fase Konsensus

Fase Konsensus adalah tahap di mana anggota kelompok mulai bergerak menuju kesepakatan bersama setelah melewati fase konflik. Pertama, anggota kelompok mulai mencari titik temu di antara berbagai pandangan dan opsi yang telah

dibahas. Mereka berusaha untuk menemukan solusi yang dapat diterima oleh semua pihak, mengintegrasikan berbagai perspektif, dan mencapai kesepakatan yang memuaskan. Proses ini sering melibatkan negosiasi dan kompromi, di mana anggota kelompok mungkin harus menyesuaikan pandangan mereka atau mengubah ide-ide mereka agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan kelompok secara keseluruhan.

Kedua, fase konsensus melibatkan evaluasi dan penyempurnaan dari solusi yang diusulkan. Anggota kelompok menilai apakah opsi yang telah disepakati memenuhi tujuan dan kebutuhan mereka secara efektif. Mereka mungkin menguji solusi tersebut melalui simulasi atau diskusi lebih lanjut untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil adalah yang terbaik.

Selama fase ini, penting untuk menciptakan suasana yang inklusif dan kolaboratif, di mana setiap anggota merasa didengar dan dihargai. Proses ini dapat mencakup kegiatan seperti voting atau diskusi tambahan untuk mengkonfirmasi bahwa semua anggota benar-benar setuju dengan keputusan yang diambil.

Fase konsensus bertujuan untuk mencapai keputusan yang diterima oleh semua anggota kelompok, memastikan bahwa setiap individu merasa memiliki bagian dalam keputusan tersebut dan siap untuk mendukung pelaksanaan keputusan. Dengan mencapai konsensus, kelompok dapat melanjutkan ke fase implementasi dengan keyakinan bahwa keputusan yang diambil adalah hasil dari proses kolaboratif yang mendalam dan inklusif.

#### 4. Fase Implementasi

Fase Implementasi adalah tahap akhir dalam proses diskusi kelompok, di mana keputusan yang telah disepakati diterapkan dalam praktik. Pada fase ini, beberapa langkah kunci terjadi:

Pertama, kelompok merencanakan dan mengorganisasi langkah-langkah praktis untuk melaksanakan keputusan. Ini mencakup penyusunan rencana tindakan yang rinci, pengalokasian sumber daya, dan penetapan jadwal untuk pelaksanaan. Anggota kelompok menentukan siapa yang bertanggung jawab untuk setiap tugas dan memastikan bahwa semua aspek dari keputusan diimplementasikan dengan efisien.

Kedua, fase implementasi melibatkan komunikasi yang jelas tentang keputusan dan rencana tindakan kepada semua anggota kelompok. Informasi mengenai peran, tanggung jawab, dan jadwal yang telah disepakati disampaikan secara terperinci untuk memastikan bahwa setiap anggota memahami apa yang diharapkan dari mereka dan bagaimana mereka dapat berkontribusi pada pelaksanaan keputusan.

Selama fase ini, kelompok juga memantau kemajuan implementasi dan mengevaluasi hasil sementara untuk memastikan bahwa pelaksanaan berjalan sesuai rencana. Jika diperlukan, kelompok melakukan penyesuaian atau perbaikan untuk mengatasi masalah atau tantangan yang muncul. Proses pemantauan dan evaluasi memungkinkan kelompok untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan dan memastikan bahwa keputusan diimplementasikan dengan sukses.

Fase implementasi berfokus pada realisasi keputusan dan pencapaian hasil yang diinginkan. Dengan melakukan perencanaan, komunikasi, dan pemantauan yang efektif, kelompok dapat memastikan bahwa keputusan yang telah dibuat diterapkan dengan cara yang produktif dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

## 2.3 Gaya komunikasi

Gaya komunikasi adalah cara atau pendekatan seseorang dalam menyampaikan dan menerima pesan saat berinteraksi dengan orang lain. Gaya ini mencakup pilihan kata, nada suara, ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan cara mendengarkan yang digunakan dalam komunikasi. Gaya komunikasi dapat bervariasi dari satu individu ke individu lainnya, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya, kepribadian, situasi, dan hubungan antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

Gaya komunikasi merupakan metode spesifik dalam menyampaikan dan menerima pesan yang melibatkan pilihan kata, nada suara, dan bahasa tubuh. Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang unik, yang dipengaruhi oleh kepribadian, pengalaman, dan konteks sosial. Gaya komunikasi mengacu pada cara seseorang mendekati interaksi sosial, termasuk bagaimana mereka mengekspresikan pikiran, emosi, dan kebutuhan mereka. Ini mencakup bagaimana seseorang mendengarkan, merespons, dan beradaptasi dengan gaya komunikasi orang lain dalam sebuah percakapan.

### 2.3.1 Aspek dalam Gaya Komunikasi

Isti Novitasari (2016) mengutip pendapat Norton pada penelitian Allen, Rybczyk, & Judd (2006), gaya komunikasi dapat dibagi menjadi sepuluh aspek utama, yang mencerminkan berbagai pendekatan dan perilaku dalam berkomunikasi yang dibawa oleh seorang individu. Berikut adalah sepuluh aspek gaya komunikasi tersebut:

1. Dominant (Dominan)

Gaya ini ditandai dengan kontrol tinggi dalam interaksi, di mana komunikator cenderung mengarahkan percakapan, mengendalikan topik, dan sering mendominasi pembicaraan.

## 2. Dramatic (Dramatis)

Gaya ini mencakup penggunaan ekspresi berlebihan, bahasa yang penuh warna, dan gestur yang dramatis untuk menarik perhatian dan membuat komunikasi lebih hidup dan menarik.

## 3. Contentious (Kontensius)

Gaya ini mencerminkan kecenderungan untuk berdebat atau menantang pendapat orang lain, sering kali disertai dengan sikap yang kritis atau konfrontatif.

## 4. Animated Exspresive (Animatif)

Komunikator dengan gaya ini menunjukkan banyak gerakan non-verbal seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, dan kontak mata yang aktif untuk menyampaikan pesan secara lebih hidup.

## 5. Impression-Leaving (Meninggalkan Kesan)

Gaya ini fokus pada menciptakan kesan yang kuat dan bertahan lama pada orang lain, sering kali melalui penggunaan bahasa yang mencolok atau perilaku yang menonjol.

## 6. Relaxed (Santai)

Gaya ini menunjukkan ketenangan dan kenyamanan dalam berkomunikasi, tanpa menunjukkan tekanan atau ketegangan, yang menciptakan suasana yang rileks dan ramah.

## 7. Attentive (Perhatian)

Komunikator yang memiliki gaya ini sangat fokus pada mendengarkan dan memperhatikan lawan bicara, menunjukkan empati, dan memberikan tanggapan yang penuh perhatian.

#### 8. Open (Terbuka)

Gaya ini mencerminkan keterbukaan dalam berbagi informasi pribadi, perasaan, dan pemikiran dengan orang lain, menciptakan kesan kejujuran dan keterusterangan.

#### 9. Friendly (Bersahabat)

Gaya ini ditandai dengan sikap ramah, hangat, dan mendukung, di mana komunikator cenderung menciptakan suasana yang menyenangkan dan nyaman dalam interaksi.

#### 10. Precise (Tepat)

Gaya ini berfokus pada keakuratan dan ketepatan dalam penyampaian informasi, dengan perhatian terhadap detail dan penggunaan bahasa yang jelas dan langsung.

### 2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Komunikasi

Menurut Saphiere, D.H., Mikk, B.K., & DeVries, B.I. dalam Novitasari (2016), Penerapan gaya komunikasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor yang mana seperti:

#### 1. Kondisi Fisik

Kondisi fisik mencakup aspek-aspek seperti kesehatan fisik, tingkat energi, kelelahan, dan suasana hati seseorang. Misalnya, seseorang yang sedang merasa lelah

atau sakit mungkin berkomunikasi dengan cara yang lebih singkat atau kurang energik. Ketika kondisi fisik seseorang tidak optimal, hal ini dapat mempengaruhi tingkat konsentrasi, ketepatan dalam pemilihan kata, dan ekspresi non-verbal, seperti intonasi suara atau ekspresi wajah. Misalnya, seseorang yang kurang tidur mungkin menjadi lebih mudah tersinggung dan cenderung memiliki gaya komunikasi yang lebih agresif atau defensif.

## 2. Peran

Peran merujuk pada posisi sosial atau profesional yang dipegang seseorang dalam konteks tertentu. Peran ini dapat mencakup peran sebagai atasan, bawahan, teman, atau anggota keluarga. Gaya komunikasi seseorang sering kali disesuaikan dengan peran yang sedang dijalankan. Misalnya, seorang manajer mungkin menggunakan gaya komunikasi yang lebih tegas dan formal saat berbicara dengan timnya, dibandingkan dengan gaya komunikasi yang digunakan dalam percakapan dengan teman dekat.

## 3. Konteks Histori

Konteks histori mengacu pada pengalaman masa lalu, latar belakang, dan riwayat interaksi yang telah membentuk perspektif dan pola komunikasi seseorang. Pengalaman sebelumnya dapat mempengaruhi harapan, persepsi, dan reaksi seseorang dalam situasi komunikasi saat ini. Misalnya, seseorang yang pernah mengalami konflik dengan rekan kerja mungkin menjadi lebih berhati-hati atau defensif dalam interaksi berikutnya dengan orang tersebut.

## 4. Kronologi

Kronologi merujuk pada urutan waktu atau kejadian dalam konteks komunikasi. Ini bisa melibatkan urutan pesan dalam sebuah diskusi atau waktu tertentu dalam kehidupan seseorang. Urutan waktu dapat mempengaruhi bagaimana pesan diterima dan ditafsirkan. Misalnya, sebuah pesan yang dikirim pada awal hari kerja mungkin diterima dengan lebih terbuka dibandingkan dengan pesan yang sama yang dikirim pada akhir hari, ketika orang cenderung lebih lelah dan kurang responsif.

#### 5. Bahasa

Bahasa mencakup pilihan kata, struktur kalimat, dialek, dan kemampuan linguistik yang dimiliki oleh individu. Pilihan bahasa yang tepat dapat membantu memperjelas pesan dan menghindari kesalahpahaman. Sebaliknya, perbedaan bahasa atau penggunaan dialek yang tidak familiar dapat menimbulkan kebingungan atau kesalahan dalam komunikasi. Misalnya, penggunaan jargon teknis dalam percakapan dengan orang yang tidak memiliki latar belakang yang sama dapat menyebabkan miskomunikasi.

#### 6. Budaya

Budaya mencakup nilai-nilai, norma, kebiasaan, dan tradisi yang dipegang oleh individu atau kelompok tertentu. Budaya mempengaruhi persepsi, pola pikir, dan praktik komunikasi. Budaya dapat menentukan apa yang dianggap sebagai gaya komunikasi yang sopan atau tidak sopan, serta bagaimana pesan harus disampaikan dan diterima. Misalnya, dalam budaya yang sangat menghargai hierarki, gaya komunikasi mungkin lebih formal dan penuh penghormatan dibandingkan dengan budaya yang lebih egaliter.

#### 7. Kendala

Kendala mencakup berbagai hambatan atau batasan yang dihadapi dalam proses komunikasi. Ini bisa berupa kendala teknis, seperti masalah dengan perangkat komunikasi, atau kendala situasional, seperti keterbatasan waktu atau gangguan lingkungan. Kendala-kendala ini dapat menghambat kelancaran komunikasi, menyebabkan distorsi pesan, atau bahkan menghalangi komunikasi sama sekali. Misalnya, komunikasi melalui email memiliki kendala dalam hal nada dan nuansa yang sulit disampaikan dibandingkan dengan komunikasi tatap muka.

### 2.3.3 Jenis Gaya Komunikasi dalam Kelompok

Berdasarkan sifat dan perilaku seorang individu dalam menerapkan interaksi atau berkomunikasi dalam kelompok, jenis gaya komunikasi tersebut dapat diklasifikasikan kedalam enam bentuk (Tubbs & Moss dalam Sitti & Phill, 2020), yaitu:

#### 1. Controlling Style (Gaya Mengendalikan)

Gaya komunikasi mengendalikan ditandai oleh pendekatan dominan dan otoriter dalam interaksi. Individu yang mengadopsi gaya ini cenderung memimpin percakapan dan membuat keputusan secara sepihak, sering kali tanpa banyak mempertimbangkan masukan dari pihak lain. Mereka fokus pada pengendalian arah komunikasi dan seringkali memerintah atau memberikan instruksi. Gaya ini sering terlihat dalam situasi di mana perlu ada struktur yang jelas atau keputusan cepat, seperti dalam konteks manajerial atau kepemimpinan. Meski efektif dalam situasi yang membutuhkan arah dan kontrol, gaya ini dapat mengurangi partisipasi dan kreativitas anggota tim yang lain.

## 2. The Equalitarian Style (Gaya Setara)

Gaya komunikasi setara menekankan pada hubungan yang seimbang dan partisipatif antara semua pihak yang terlibat dalam percakapan. Orang dengan gaya ini cenderung menghindari dominasi atau pengendalian, dan lebih memilih untuk berbagi ide dan mendengarkan pandangan orang lain secara adil. Gaya ini mempromosikan dialog terbuka dan kolaboratif, di mana setiap peserta memiliki kesempatan untuk menyuarakan pendapat mereka dan berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan. Gaya ini sangat berguna dalam tim atau kelompok kerja di mana sinergi dan konsensus diperlukan untuk mencapai hasil yang efektif.

## 3. The Structuring Style (Gaya Terstruktur)

Gaya komunikasi terstruktur fokus pada pengaturan dan klarifikasi struktur percakapan atau informasi. Individu yang menggunakan gaya ini cenderung menyusun ide atau topik secara terorganisir, memberikan kerangka kerja yang jelas, dan mengarahkan percakapan dengan cara yang sistematis. Mereka sering kali membuat daftar, menetapkan agenda, atau menggunakan langkah-langkah terstruktur untuk memastikan bahwa semua poin penting dibahas dan dipahami. Gaya ini sangat efektif dalam situasi yang memerlukan perencanaan yang cermat atau penyampaian informasi yang kompleks, seperti dalam rapat bisnis atau presentasi.

## 4. The Dynamic Style (Gaya Dinamis)

Gaya komunikasi dinamis ditandai oleh energi tinggi dan ekspresi yang hidup dalam interaksi. Orang dengan gaya ini sering kali antusias dan bersemangat dalam menyampaikan ide mereka, seringkali menggunakan variasi nada suara, bahasa tubuh, dan gaya berbicara yang energik. Gaya ini mampu menarik perhatian dan memotivasi

audiens, serta dapat menciptakan suasana yang positif dan inspiratif. Gaya dinamis biasanya efektif dalam situasi yang memerlukan dorongan motivasi atau presentasi yang memerlukan keterlibatan aktif dari audiens.

#### 5. The Relinquishing Style (Gaya Mengalah)

Gaya komunikasi mengalah ditandai oleh kecenderungan untuk memberikan kebebasan kepada orang lain dalam percakapan atau pengambilan keputusan. Individu dengan gaya ini cenderung pasif dan jarang mengambil alih kontrol dalam interaksi. Mereka lebih suka membiarkan orang lain memimpin percakapan atau membuat keputusan, dan lebih banyak mendengarkan daripada berbicara. Gaya ini sering kali digunakan dalam situasi di mana penting untuk memberikan ruang bagi orang lain untuk mengambil inisiatif, seperti dalam tim yang mengutamakan kolaborasi atau dalam interaksi dengan individu yang membutuhkan dorongan untuk berbicara.

#### 6. The Withdrawal Style (Gaya Menghindar)

Gaya komunikasi menghindar dicirikan oleh kecenderungan untuk menarik diri dari interaksi atau menghindari konfrontasi. Individu dengan gaya ini seringkali enggan terlibat dalam percakapan yang intens atau kontroversial, dan lebih memilih untuk menjaga jarak atau menghindari situasi yang bisa menimbulkan ketegangan. Mereka mungkin cenderung memberikan jawaban singkat atau kurang terlibat dalam diskusi yang mendalam. Gaya ini sering kali digunakan dalam situasi di mana seseorang merasa tidak nyaman atau ingin menghindari konflik, namun dapat mengurangi efektivitas komunikasi jika tidak diimbangi dengan keterlibatan yang cukup.

## 2.4 Solidaritas Kelompok

Solidaritas adalah fenomena interpersonal di mana komunikasi membawa kepada hubungan akrab antara dua individu yang ditandai oleh sinkronisasi dan kepercayaan. Solidaritas telah didefinisikan dalam berbagai cara, seperti keintiman hubungan dan kedekatan psikologis dan lebih khusus, telah dijelaskan dalam hal kualitas hubungan, persepsi kedekatan, dan keberadaan harmoni dan kepercayaan. MacDonald et al. (2014) menjelaskan bahwa, solidaritas dapat dikonseptualisasikan sebagai penilaian terhadap keakraban yang dirasakan berdasarkan pengalaman komunikasi masa lalu, terutama yang melibatkan pengungkapan diri.

Meskipun solidaritas sebagian besar telah diteliti dalam konteks interpersonal, telah terbukti mempengaruhi lingkungan. Itzkovich dan Heilbrunn (2016) menemukan bahwa kurangnya solidaritas di antara rekan komunitas berkaitan dengan peningkatan ketidakberesan di tempat kerja, yang menyebabkan perilaku menyimpang terhadap organisasi meningkat. Solidaritas, secara umum adalah perasaan simpati dan tanggung jawab timbal balik dari suatu kelompok. Menurut Laitinen dan Pessi (2015), solidaritas dalam arti deskriptifnya, merujuk pada “jenis koneksi dengan orang lain, dengan anggota kelompok lain, besar atau kecil”, sedangkan dalam arti normatifnya, itu memerlukan prasangka timbal balik dan mungkin keanggotaan kelompok bersama dan perilaku sesuai norma kelompok tertentu.

Konsep solidaritas yang diperkenalkan dalam teori sosiologi oleh Emile Durkheim ini merupakan aset berharga dan juga aspek fundamental bagi keberlangsungan hidup masyarakat.

#### 2.4.1 Jenis Solidaritas

Terdapat dua jenis solidaritas menurut Durkheim, diantaranya yaitu solidaritas mekanik dan organik. Sederhananya solidaritas mekanik adalah hubungan sosial yang didasarkan pada kesamaan dan ketergantungan kolektif, bukan pada perbedaan atau spesialisasi individu. Dalam solidaritas mekanik ini sering ditemukan pada masyarakat yang masih kental dengan nilai tradisionalnya, yang dimana individu merasa terikat satu sama lain karena kesamaan mereka dalam hal kepercayaan, nilai-nilai, dan tugas-tugas sosial yang serupa.

Lalu dengan solidaritas organik yakni bentuk solidaritas sosial yang dimana masyarakat saling bergantung satu sama lain karena spesialisasi pekerjaan dan peran yang berbeda-beda. Dalam solidaritas organik, hubungan antar individu didasarkan pada perbedaan fungsi dan kontribusi mereka dalam masyarakat modern.

#### 2.5 Komunitas

Komunitas diartikan sebagai kelompok atau koneksi individu yang saling terhubung melalui interaksi komunikasi yang rutin dan berbagi nilai, norma, atau tujuan yang sama. Anggota komunitas berinteraksi secara teratur melalui berbagai saluran, seperti percakapan langsung, media sosial, atau forum online, membangun hubungan sosial yang mendalam dan saling mendukung (Hadi, 2019). Nilai dan norma bersama yang dimiliki anggota komunitas membentuk dasar dari komunikasi mereka, mempengaruhi cara mereka berkolaborasi, menyelesaikan konflik, dan mencapai tujuan bersama.

Komunitas juga memberikan rasa identitas kolektif kepada anggotanya. Melalui komunikasi yang terjadi dalam komunitas, anggota merasa terhubung dan memiliki rasa pertentangan yang kuat terhadap kelompok tersebut. Identitas kolektif ini sering kali dipengaruhi oleh pengalaman, cerita, dan diskusi yang dibagikan di antara anggota. Komunikasi dalam komunitas berfungsi untuk membentuk makna bersama dan mempengaruhi pandangan anggota, serta menciptakan jaringan dukungan di mana individu dapat saling membantu dan berbagi informasi. Keterlibatan aktif dan partisipasi anggota adalah elemen penting dalam komunitas, yang berkontribusi pada dinamika dan kesehatan kelompok serta memperkuat ikatan sosial.

Chavis dalam Madara (2019) melihat bahwa suatu komunitas adalah kelompok beberapa orang yang berbagi minat yang sama dan terbentuk oleh empat faktor utama:

1. Kepentingan Bersama

Anggota komunitas memiliki minat, tujuan, atau kebutuhan yang serupa. Kepentingan bersama ini menjadi dasar untuk interaksi dan kolaborasi dalam komunitas. Misalnya, komunitas penggemar buku terbentuk karena anggotanya memiliki minat yang sama dalam membaca dan mendiskusikan literatur.

2. Interaksi Rutin

Komunitas terbentuk melalui interaksi yang terjadi secara teratur antara anggotanya. Interaksi ini bisa berupa percakapan tatap muka, diskusi online, atau kegiatan bersama yang memperkuat hubungan sosial dan membangun ikatan di antara anggota.

3. Norma dan Nilai Bersama

Anggota komunitas berbagi norma dan nilai yang membentuk dasar untuk komunikasi dan perilaku mereka. Norma dan nilai ini membantu mengatur cara anggota berinteraksi dan menyelesaikan konflik, serta menciptakan rasa persatuan dan identitas kelompok.

#### 4. Struktur Organisasi

Komunitas sering kali memiliki struktur atau organisasi tertentu yang mengatur bagaimana anggotanya berfungsi bersama. Struktur ini bisa berupa kepemimpinan formal, peran tertentu, atau aturan yang mengatur kegiatan dan interaksi dalam komunitas. Struktur ini membantu dalam koordinasi dan pengelolaan komunitas, memastikan bahwa tujuan bersama dapat tercapai secara efektif.

Keempat faktor ini bekerja sama untuk membentuk dan mempertahankan komunitas, menciptakan lingkungan di mana anggota dapat berbagi minat, berinteraksi secara produktif, dan mencapai tujuan bersama.

##### 2.5.1 Komunitas Underground

Komunitas *underground* mengacu pada kelompok-kelompok atau subkultur yang beroperasi di luar arus utama atau norma-norma yang diterima secara luas atau umum dalam masyarakat. Istilah ini sering digunakan dalam konteks musik, seni, politik, dan budaya populer (*pop culture*).

Dalam konteks musik misalnya, komunitas *underground* seringkali terdiri dari musisi dan penggemar yang mengadopsi gaya atau genre musik yang tidak populer atau tidak mendapat perhatian di pasar musik *mainstream*. Komunitas *underground* sering dijumpai beroperasi di lingkungan lokal yang dapat terhubung melalui jaringan

online maupun tatap muka dengan sesama komunitas *underground* lain pada wilayah terdekat. Komunitas seperti ini sering menonjolkan nilai-nilai seperti kesadaran kolektif, otonomi kreatif, independensi dari label rekaman besar, dan penolakan terhadap komersialisasi.

Selain itu, komunitas *underground* dapat juga merujuk pada subkultur politik yang menentang sistem yang ada atau berjuang untuk tujuan-tujuan yang dianggap kontroversial atau “vulgar” oleh mayoritas. Misalnya, gerakan-gerakan aktivis atau kelompok-kelompok yang menentang penindasan politik atau sosial sering dikategorikan sebagai komunitas *underground*.

Dalam seni dan budaya populer, komunitas *underground* dapat merujuk pada kelompok-kelompok seniman atau penggemar yang mengeksplorasi atau memproduksi karya-karya yang tidak konvensional atau tidak sesuai dengan standar *mainstream*. Mereka mungkin menciptakan karya yang dianggap kontroversial atau menantang norma-norma sosial yang ada.

Secara umum, komunitas *underground* sering kali diidentifikasi oleh sifat mereka yang eksperimental, dan sering kali di luar batas-batas apa yang dianggap sebagai “normal” oleh masyarakat umum atau awam. Komunitas *underground* sering bertujuan untuk menjadi “*salad bowl*” untuk berbagai ekspresi kreatif, penemuan budaya, dan perubahan sosial.

### 2.5.2 Histori Dunia Musik Underground

Sejarah dunia *underground* secara general adalah kisah tentang suara-suaranya yang mengalir di luar arus *mainstream*. Ini berkembang dalam berbagai genre musik,

dari punk, hardcore, rock, hingga hip hop, dari metal hingga techno, eksperimental dan banyak lagi. Tidak hanya seni musik tetapi juga seni karya poster, buku, desain grafis. Meskipun beragam, mereka semua memiliki semangat yang sama yang dimana untuk mengekspresikan diri tanpa batasan yang diberlakukan oleh industri mainstream.

Pada banyak negara, musik *underground* sering menjadi platform bagi suara-suara alternatif, politis, atau bahkan kontroversial. Misalnya, gerakan punk di tahun 70-80an mengambil bentuk protes terhadap *establishment* dan menyoroti ketidakpuasan sosial dan politik. Hip hop *underground* juga memiliki akar dalam budaya jalanan dan sering kali menjadi medium untuk menyuarakan ketidakpuasan terhadap ketidakadilan sosial dan ketidaksetaraan. Indonesia sendiri mulai mengadopsi musik *underground* sudah ada sejak 80an yang kemudian marak di tahun 90an dan hingga sekarang musik ini semakin eksis di Indonesia.

Namun, meskipun terpisah dari industri musik *mainstream*, musik *underground* seringkali memiliki pengaruh yang kuat. Banyak artis dan genre *underground* akhirnya menemukan jalan mereka ke arus *mainstream*, baik dengan menemukan label rekaman besar atau dengan mempengaruhi arah musik populer secara keseluruhan. Seiring dengan perkembangan teknologi, internet telah menjadi sarana utama untuk menyebarluaskan musik *underground*. Situs web, *platform streaming*, dan media sosial memungkinkan musisi *underground* untuk mencapai audiens global tanpa perlu tergantung pada label rekaman besar.

Komunitas musik *underground* sering diasosiasikan dengan etos *Do It Yourself* (DIY), dimana seniman memproduksi, mendistribusikan, dan mempromosikan musik mereka secara mandiri. Disinilah komunitas *underground* melakukan peran vital nya,

selayaknya *Event Organizer* (EO) jika di dunia manajemen musik *mainstream*. Relasi atau hubungan antar teman kini menjadi faktor vital untuk musisi yang bermula dari titik awal dan juga untuk musisi yang sudah ternama dapat memiliki atau menambah *exposure*. *Benefit* yang didapatkan oleh kedua pihak tersebut yaitu koneksi yang diperoleh akan hubungan pertemanan. Bagi komunitas *underground* jikapun ada sebuah *profit* maka akan bersifat kolektif bukan untuk pribadi dan jika terdapat uang kolektif maka akan diolah kembali sebagai *event*, *gigs* atau keperluan produksi dan operasional. Adapun *profit* yang lebih maka akan dibagikan kepada musisi/band yang diundang.

Dalam konteks penelitian ini, fokus tertuju pada komunitas musik *underground*. Yang pada dasarnya muncul sebagai respons keresahan terhadap musikalitas lokal, keresahan lingkungan hidup dan keinginan merangkul pemuda untuk *aware* akan isu sosial dan politik di sekitarnya melalui karya seni. Yang sering kali dipelopori oleh seorang *opinion leader* dengan idealisme yang kuat lalu didukung oleh pertemanan yang suportif dan solid. Stigma negatif tentu tidak akan terlepas dari sekna *underground*.

Skena *underground* sendiri mencakup subkultur lain di dalamnya, namun yang paling khas yaitu punk. Fashion dan estetikanya sendiri merupakan persona simbolik, kebebasan, keberanian dan *rebel against mainstream*. *Public United Nothing Kingdom* (Punk) lahir akan keresahan kondisi politik dan sosial. Namun perkembangannya tidak berjalan lurus dengan awal mulanya, dimana perbedaan interpretasi, implementasi dan faktor ekonomi individu atau sumber daya manusia menjadi faktor pembeda yang

menciptakan *personality, behavior* dan tingkat pemahaman yang banyak terpisah dari ideologi awal.

Konsep awal atau *roots* dari ideologi punk sendiri yakni “*punk is struggle, punk is attitude & punk is not a crime*”, esensi punk tersebut merupakan hal yang fundamental yang jarang dipahami oleh khalayak umum bahkan bagi seorang yang berada di skena underground, hingga ada istilah “*punk is dead*” yang dicetuskan oleh band Crass (UK) pada tahun 1979. Stigma negatif yang sudah melekat di pikiran masyarakat dapat dipahami dengan adanya perilaku atau tindakan oknum yang terpisah dari konsep awal, apalagi di Indonesia. Tetapi tidak sepenuhnya benar, karena masih ada regenerasi dari komunitas underground yang masih ingin benar-benar mengadopsi ideologi punk dengan *roots* nya, dengan memperlihatkan aksi bahwa punk lebih dari hanya suatu trend *looks* atau *style fashion* dan musik.

Sederhananya skena musik *underground* yakni cerita tentang *lifestyle*, perlawanan, perjuangan, jati diri, inovasi, keberanian eksperimen artistik dan untuk mewadahi suara rakyat yang berbeda tanpa batasan industri *mainstream* atau *standard pop culture*. Meskipun tersembunyi di bawah permukaan, musik *underground* terus menjadi *power* penting dalam bentuk-bentuk ekspresi budaya yang lebih luas.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Januar (2022) bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam perbedaan di dalam suatu komunitas dalam menjaga solidaritas anggotanya. Dalam komunitas CBR Riders Bekasi, terdapat cara komunikasi. Namun, dapat dilihat dalam pola komunikasi sehari-hari di komunitas ini. Komunitas ini juga

berhasil mengatur dan menjaga keanggotaannya untuk menjaga solidaritas, tetap aktif, dan membangun komunitas yang baik. Beberapa anggota ditunjuk untuk mengemban peran ketua, ketua harian, sekretaris, bendahara, petugas hubungan masyarakat, dan lainnya. Tentu saja, peran ketua adalah menjadi figur pemimpin dalam komunitas ini serta orang yang menjaga solidaritas anggota. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dan metode yang digunakan adalah studi kasus. Subjek penelitian ini adalah Komunitas Motor CBR Riders Bekasi. Objek yang harus diselidiki adalah pola komunikasi dalam solidaritas anggota CBR Riders Bekasi. Data dikumpulkan dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa komunitas sepeda motor ini menggunakan pola komunikasi primer dan sekunder. Tidak ada batasan dalam berkomunikasi di komunitas ini, dan latar belakang yang berbeda membuat solidaritas terjadi secara organik.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rumengan (2020) melihat bahwa penelitian ini fokus pada pola komunikasi yang terjadi pada grup band Royal Worship Alfa Omega di Manado. Fokus utama penelitian ini adalah band Royal Worship di Manado, yang berorientasi pada musik pop rohani. Penelitian mengidentifikasi bagaimana band ini menjaga kekompakan dan komunikasi di antara anggotanya. Terdapat empat pola komunikasi yang diamati: pola komunikasi primer, sekunder, interpersonal linear, dan sirkular. Pola komunikasi primer terjadi melalui diskusi langsung mengenai topik seperti ide lagu dan penampilan. Pola komunikasi sekunder melibatkan penggunaan alat komunikasi seperti handphone dan media sosial. Pola komunikasi interpersonal linear terjadi dalam latihan dan penampilan langsung,

sedangkan pola komunikasi sirkular melibatkan *feedback* dan diskusi berkelanjutan. Masalah utama yang dihadapi adalah penurunan motivasi akibat masalah pribadi anggota band. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang baik dan interpersonal yang mendukung merupakan kunci untuk menjaga kekompakan dan keberhasilan band.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Bangko (2021) yang menganalisis pola komunikasi dalam grup band Element, yang kembali aktif setelah vakum. Temuan dari wawancara dan observasi menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan dalam komunikasi dan koordinasi setelah sekian lama tidak aktif, grup ini berhasil mempertahankan eksistensi dan semangat berkat strategi bisnis yang diterapkan oleh Ferdy Taher sebagai *leader*. Penelitian ini mengungkap bahwa grup band Element, setelah sekian lama vakum, berhasil mempertahankan eksistensinya berkat semangat kebersamaan dan strategi bisnis yang diterapkan oleh *leader* mereka, Ferdy Taher. Meskipun ada tantangan dalam komunikasi dan koordinasi, Ferdy memanfaatkan momen-momen penting untuk membangkitkan kembali semangat grup dan mendapatkan tempat di hati masyarakat. Pola komunikasi dalam grup ini menunjukkan adanya pola Roda, dengan Ferdy sebagai pusat informasi, dan pola Y, di mana anggota sering menyampaikan ide melalui perantara seperti Lucky. Gejala pemikiran kelompok seperti keyakinan berlebihan pada keputusan *leader* dan penghilangan keraguan mempengaruhi dinamika komunikasi. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, penting dilakukan pengembangan diri agar anggota dapat menyampaikan ide secara langsung dan memperbaiki hubungan internal.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunadharna (2023) ini mengeksplorasi bagaimana komunikasi kelompok berperan dalam mempertahankan solidaritas di Komunitas Blues Malam Pekanbaru. Temuan utama menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif, baik formal maupun informal, sangat penting dalam membangun rasa kekeluargaan dan kohesivitas. Struktur komunitas terdiri dari ketua, pengurus, dan anggota yang masing-masing memiliki peran dalam komunikasi. Proses komunikasi berlangsung secara dua arah, dengan kesempatan yang sama bagi semua anggota untuk memberikan pendapat melalui musyawarah. Komunikasi dilakukan secara tatap muka dan virtual, menggunakan pola *all channel* untuk memastikan informasi dapat diterima dengan baik. Kegiatan rutin seperti Blues Night Show dan Coaching Clinic mendukung keterbukaan dan kerjasama antar anggota. Norma-norma komunitas dan kegiatan yang dilakukan berfokus pada tujuan internal dan memperkenalkan musik blues kepada masyarakat. Temuan juga menunjukkan bahwa menjaga komunikasi yang baik dan melaksanakan kegiatan rutin dapat memperkuat solidaritas dan mengurangi perdebatan dalam kelompok, meningkatkan ikatan antar anggota.

Penelitian yang dilakukan oleh Zaini (2018) menganalisis pola komunikasi dalam Komunitas Nusa Tenggara Timur (NT3C), yang berfokus pada bagaimana pola komunikasi mempengaruhi solidaritas anggotanya. Hasil analisis menunjukkan bahwa NT3C menggunakan berbagai pola komunikasi untuk mendukung kekeluargaan dan solidaritas di antara anggotanya. Komunikasi dalam komunitas ini dilakukan dengan tanpa adanya batasan antara atasan dan bawahan, yang mendukung rasa kekompakan dan keakraban di antara anggota. Pola komunikasi yang teridentifikasi meliputi pola komunikasi roda, Y, rantai, lingkaran, dan bintang, yang digunakan dalam berbagai

kegiatan seperti Kopdar (kopi darat), *Rolling*, dan *Touring*. Kegiatan-kegiatan ini memungkinkan anggota untuk berinteraksi langsung, yang pada gilirannya memperkuat rasa saling memiliki dan solidaritas. Solidaritas dalam NT3C dibangun melalui kesepakatan bersama, dukungan, dan tanggung jawab kolektif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemahaman dan pelaksanaan pola komunikasi yang efektif berperan penting dalam mengurangi konflik dan meningkatkan solidaritas di dalam komunitas.

Penelitian oleh Januar (2022), Rumengan (2020), Bangko (2021), dan Gunadharma (2023) memiliki kesamaan dalam menekankan pentingnya pola komunikasi dalam menjaga solidaritas di komunitas musik mereka masing-masing. Semua penelitian mengkaji bagaimana pola komunikasi mempengaruhi hubungan dan kekompakan anggota dalam konteks komunitas musik. Mereka menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode studi kasus untuk mengeksplorasi pola komunikasi yang mempengaruhi solidaritas. Selain itu, masing-masing penelitian menunjukkan adanya struktur dalam komunitas yang mempengaruhi komunikasi, baik itu dalam bentuk peran formal seperti ketua dan pengurus, maupun dalam bentuk struktur informal dalam interaksi antar anggota. Hal ini menegaskan bahwa pola komunikasi yang efektif adalah kunci dalam membangun dan mempertahankan solidaritas dalam berbagai jenis komunitas musik.

Perbedaan penelitian ini yaitu Januar (2022) berfokus pada komunitas CBR Riders Bekasi, meneliti bagaimana komunikasi dalam komunitas ini dikelola melalui peran formal seperti ketua dan struktur lainnya. Penelitian ini menemukan bahwa pola komunikasi primer dan sekunder digunakan tanpa batasan komunikasi di komunitas.

Sebaliknya, Rumengan (2020) mengeksplorasi band Royal Worship Alfa Omega di Manado dan mengidentifikasi empat pola komunikasi yang berbeda: primer, sekunder, interpersonal linear, dan sirkular. Penelitian ini menghadapi masalah penurunan motivasi anggota akibat masalah pribadi dan menekankan pentingnya komunikasi interpersonal untuk menjaga kekompakan. Bangko (2021) meneliti grup band Element yang kembali aktif setelah vakum dan mengamati pola komunikasi Roda dan Y, serta pengaruh pemikiran kelompok terhadap dinamika komunikasi. Fokus penelitian ini adalah pada strategi bisnis dan bagaimana *leader* menggunakan momen penting untuk membangkitkan semangat grup. Sementara itu, Gunadharna (2023) mengeksplorasi Komunitas Blues Malam Pekanbaru, menekankan pentingnya komunikasi formal dan informal serta kegiatan rutin untuk memperkuat solidaritas. Penelitian ini menggunakan pola *all channel* untuk komunikasi tatap muka dan *virtual*, serta menemukan bahwa komunikasi yang baik dan kegiatan rutin dapat mengurangi perdebatan dan memperkuat ikatan antar anggota.