

**POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS CYCLING POSER DALAM MEREKRUT  
ANGGOTA BARU**

**POSER CYCLING COMMUNITY COMMUNICATION PATTERNS IN  
RECRUITING NEW MEMBERS**

**Arya Giri Putra<sup>1</sup>, Maya Sekar Wangi<sup>2</sup>, Lukas Maserona Sarungu<sup>3</sup>**

Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi

*Arya Giri Putra*

[aryagiri900@gmail.com](mailto:aryagiri900@gmail.com)

**ABSTRAK**

Komunitas Cycling Poser merupakan salah satu komunitas sepeda yang berasal dari Solo. Komunitas ini di dirikan oleh Angga Septian Hari Wibowo dan Annaz Fauzan pada tahun 2020. Awal mula berdirinya agar melestarikan budaya bersepeda di kota Solo, selain itu adanya *work from home* membuat Angga Annaz mencari kegiatan yang berbau dengan olahraga. Empat tahun berjalan kondisi komunitas ini semakin meningkat, banyak orang yang sudah mengenal komunitas ini dan ingin menjadi anggota komunitas. Muncul pertanyaan yang berasal dari latar belakang, bagaimana cara pola komunikasi komunitas Cycling Poser dalam merekrut anggota baru? Apa hambatan dalam merekrut anggota pada komunitas ini? Pada kesempatan ini peneliti menggunakan teori pola komunikasi menurut Joseph A Devito, teori ini memiliki lima pola, yaitu pola lingkaran, pola roda, pola Y, pola rantai dan pola bintang. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada komunitas Cycling Poser menggunakan pola komunikasi bintang, selain itu ada hambatan yang terjadi yaitu, adanya ketidakcocokan antar individu menjadi kendala utama dalam merekrut anggota baru, sehingga membuat pendiri lebih extra dalam menjalin persahabatan dan silaturahmi.

**Kata kunci: Komunikasi, Pola komunikasi dan Komunitas Cycling Poser**

**ABSTRACT**

*The Cycling Poser Community is a bicycle community originating from Solo. This community was founded by Angga Septian Hari Wibowo and Annaz Fauzan in 2020. It was founded to preserve cycling culture in the city of Solo, apart from that, the existence of work from home made Angga and Annaz look for activities related to sports. In the four years since, the condition of this community has improved, many people already know this community and want to become members of the community. The question arises from the background, what is the communication pattern of the Cycling Poser community in recruiting new members? What are the barriers to recruiting members to this community? On this occasion the researcher used the theory of communication patterns according to Joseph A Devito, this theory has five patterns, namely the circle pattern, wheel pattern, Y pattern, chain pattern and star pattern. This type of research is qualitative with descriptive methods. Data collection techniques were carried out by means of observation, interviews and*

*documentation. The results of this research show that the Cycling Poser community uses a star communication pattern, apart from that there are obstacles that occur, namely, the existence of incompatibility between individuals is the main obstacle in recruiting new members, thus making the founder more extra in establishing friendships and relationships.*

**Keyword: Communication, Communication patterns and the Cycling Poser Community**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Komunikasi merupakan inti dari suatu pembicaraan dalam berbagai hal, komunikasi memiliki aspek penting dalam suatu organisasi atau komunitas, dengan adanya komunikasi didalam komunitas tersebut membuat komunitas seakan hidup. Mereka yang mengikuti komunitas bergantung satu sama dengan yang lain. Interaksi berdasarkan komunikasi merupakan hal mendasar dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa hidup tanpanya. Tindakan mengirimkan informasi dari satu komunikator ke komunikan lain dikenal sebagai komunikasi. Komunikasi merupakan hal mendasar bagi semua bagian kehidupan kita. Ketika kedua belah pihak berpartisipasi dalam percakapan dan pesan dapat dipahami dengan baik oleh penerima, maka komunikasi menjadi tercapai.

Para ahli di bidang komunikasi, kata Mukti Ali (dikutip dalam Ali, 2017: VII), berbeda pendapat mengenai apa sebenarnya komunikasi itu. Namun, secara umum, mayoritas memandang komunikasi sebagai cara untuk menyampaikan ide atau pemikiran yang didasarkan pada referensi atau budaya yang mendasarinya. Pada dasarnya, Pesan dikirim dan diterima melalui media komunikasi, yang memerlukan transmisi ide atau penerapan praktik budaya yang dilakukan oleh orang-orang yang berpartisipasi dalam pertukaran. Ketika orang menyederhanakan ide dan pengalaman mereka untuk berkomunikasi, kualitas pesan mereka dan bentuk komunikasi lainnya biasanya menurun sebagai konsekuensinya.

Definisi komunikasi menurut Wilbur Shcram yang dikutip oleh Hafied Cangara (Cangara, 2018) ialah komunikasi sebagai suatu perwujudan persamaan makna antara komunikan dan komunikator. Komunikasi bukan sekedar pertukaran pendapat atau pesan melainkan suatu proses penyampaian pesan di mana seseorang berusaha untuk mengubah perilaku penerima pesan atau komunikan.

Komunikasi adalah kebutuhan mendasar bagi manusia yang vital keberadaannya tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Segala aktivitas manusia, organisasi, dan

lembaga memerlukan komunikasi untuk berjalan dengan lancar. Salah satu dari beberapa strategi yang digunakan komunikator untuk berkomunikasi secara efektif adalah pemanfaatan pola komunikasi. Ketika seseorang ingin membangun suatu aspek komunikasi tertentu, ia dapat menggunakan pola komunikasi sebagai model atau bentuk untuk melakukannya. Bentuk atau struktur yang tetap itulah arti kata “pola” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jumlah orang yang berpartisipasi dalam suatu komunikasi membantu mengidentifikasi pola apa pun yang mungkin ada di dalamnya. Salah satu cara untuk melihat pola dalam komunikasi adalah sebagai deskripsi atau format interaksi.

Kata “pola” dan “komunikasi” adalah bentuk dasar dari pola komunikasi. Effendi berpendapat bahwa pola komunikasi adalah suatu pendekatan representasi yang disesuaikan agar keterkaitan dan kesinambungan komponen-komponen yang terlibat dapat dipahami secara metodis dan rasional. Apa yang kita sebut "pola komunikasi" sebenarnya hanyalah cara berinteraksi antar individu yang memungkinkan kita mengirim dan menerima pesan dengan jelas dan efisien.

Ada lima jenis pola komunikasi berbeda yang diidentifikasi oleh Joseph A. DeVito (2018). Pola yang pertama adalah pola lingkaran, dimana tidak ada pemimpin yang ditunjuk dan setiap orang mempunyai peran yang setara. Adapun tipe kedua, pola komunikasi roda, jelas mempunyai pemimpin sentral yang merupakan satu-satunya penerima dan pengirim komunikasi dari seluruh anggota. Dalam Pola Y, jenis komunikasi ketiga, satu orang bertindak baik sebagai pemimpin maupun orang kedua secara de facto. Sebaliknya, pada Pola Rantai (pola keempat), orang terakhir dalam rantai hanya boleh berbicara dengan satu orang lainnya. Individu yang menempati posisi tengah membimbing yang lain.

Semua saluran atau bintang, pola komunikasi yang kelima, menyatakan bahwa setiap anggota masyarakat mempunyai kemampuan yang sama besarnya untuk mempengaruhi orang lain. Komunitas merupakan bagian dari suatu kelompok sosial yang berisi individu yang hidup bersamaan dalam satu tujuan, sehingga menghasilkan suatu hubungan dan timbal balik sesama anggotanya.

Adanya komunitas sebagai kelompok sosial, memberikan dampak positif bagi setiap anggotanya, yaitu membangun kekeluargaan, mampu berkomunikasi secara langsung dan tidak langsung, berproses dan tumbuh bersama untuk mencapai tujuan tertentu melalui aktivitas yang dilakukan bersama, sehingga menciptakan solidaritas

sosial di antara anggota komunitas. Menurut Kertajaya (2008), komunitas adalah kumpulan individu yang memiliki minat yang sama, yang saling berinteraksi untuk bertukar informasi, pendapat, dan saran guna mendapatkan umpan balik.

Cycling poser merupakan merupakan salah satu komunitas sepeda yang berdomisi di kota Solo sekaligus sebagai bahasan pada penelitian ini. Di dalam komunitas tersebut tidak membedakan jenis sepeda dan merk sepeda, dari sepeda MTB sampai Roadbikepun ada. Komunitas Cycling Poser dibuat pada tahun 2020 bulan September, komunitas ini dibuat oleh Septian Angga Hari Wibowo dan Annaz Fauzan, mereka berdua membangun komunitas ini karena keresahan mereka yang tidak punya wadah untuk bersepeda dan untuk sharing masalah hobi sepeda mereka bersama teman-teman.

Selain itu Cycling Poser (Cp) juga berperan dalam menghidupkan kembali kepopuleran bersepeda. Sering mengadakan agenda bersepeda, membuat komunitas ini menjadi kompak dan solid. Komunitas Cycling Poser memiliki jadwal bersepeda yaitu setiap hari Rabu dan Minggu. Tidak hanya itu komunitas cycling poser dibuat dan merekrut anggota baru untuk meramaikan acara yang bernama SLFR atau *Solo Last Friday Night*. SLFR merupakan event sepeda yang dilaksanakan di Kota Solo pada hari Jumat bulan terakhir dijam 20.00, event ini sempat fakum pada waktu *Covid 19*. Setelah vakum 3 tahun event ini kembali lagi pada tahun 2023 dengan semangat baru. Dengan adanya komunitas ini anggota dapat sharing pengalaman dan berbincang-bincang mengenai sepeda mereka. Komunitas Cycling Poser ini awalnya beranggotakan 4 orang menjadi 30 orang, hal ini tak luput dari pola komunikasi yang dilakukan oleh dua pendiri tersebut, selain itu pengikat komunitas ini adanya *endorsemet* dan ajakan kolaborasi dari coffeshop atau instansi lainnya. Adanya *endors* membuat anggota tidak perlu patungan atau iuran untuk melaksanakan kegiatan bersepeda.

Tak sedikit peran anggota dalam mengajak individu lainnya untuk bergabung dalam komunitas ini, misalnya Angga mengajak teman yang bernama Irvan untuk bersepeda pada hari minggu dan mencari sarapan, lama kelamaan Irvan menjadi gemar bersepeda, lalu Irvan mengajak temannya yang lain untuk bersepeda juga. Setelah mengajak teman-temannya angga juga mengajak komunitas sepeda lain, agar banyak yang mengetahui komunitas Cycling Poser tersebut. Selain mengajak langsung, Angga juga mengajak teman-teman via media sosial instagram milik komunitas Cycling Poser, contohnya dengan mengupload ajakan bersepeda dimedia sosial Cycling Poser dan yang membuat tertarik yaitu konten bersepedanya yang selalu bervariasi, mulai dari main

lumpur sampai ke alam-alam ada. Adanya interaksi antar dari satu anggota ke anggota lain merupakan kunci kesuksesan dalam menjalankan pola komunikasi tersebut.

Dari penjelasan latar belakang diatas menarik untuk meneliti tentang bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh pendiri komunitas tersebut sehingga dapat merekrut anggota baru secara cepat.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dapat dihasilkan dengan menggunakan informasi latar belakang yang telah dijabarkan menjadi, Bagaimana pola komunikasi komunitas Cycling poser dalam merekrut anggota baru?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pola komunikasi komunitas Cycling Poser dalam merekrut anggota baru.

## **Metode Penelitian**

Penulis menggunakan metodologi dengan strategi penelitian kepustakaan, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Mempelajari sebanyak-banyaknya tentang peristiwa atau item yang diteliti merupakan tujuan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu mencoba memberikan gambaran utuh, menjelaskan, dan memahami topik yang dibahas (Sugiyono, 2016). Sumber data penelitian ini merupakan sumber data primer, untuk teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, terakhir objek pada penelitian ini komunitas sepeda Cycling Poser.

Untuk Analisis Interaktif menggunakan Model Miles dan Huberman (1992) yang sering disebut metode analisis data kualitatif yang memiliki 3 tahap yaitu, pertama Reduksi data, mereduksi data berarti memilih dan memilih informasi apa yang akan disimpan, menarik poin-poin penting, dan sebaliknya mengubah serta mengabstraksi data mentah yang dikumpulkan di lapangan. Hal ini terjadi sepanjang pembelajaran, dari langkah pertama hingga langkah terakhir. Tujuan reduksi data adalah membuat interpretasi yang benar dengan cara membersihkan, mengorganisasikan, mengelompokkan, mengarahkan, dan menghilangkan bagian-bagian yang asing. Kedua Penyajian data adalah kemampuan mengambil kesimpulan dan mengambil tindakan yang tepat difasilitasi oleh penyajian data, yang diartikan sebagai kumpulan fakta yang terstruktur secara sistematis. Prosa naratif, grafik, bagan, jaringan, atau matriks adalah cara yang valid untuk menampilkan data. Tujuannya adalah membuat pembacaan

menjadi lebih mudah dan membuat kesimpulan menjadi lebih mudah. Ketiga penarikan, aspek integral dari upaya yang lebih besar adalah penarikan kesimpulan. Temuan penelitian diuraikan guna memahami data yang telah diringkas dan diolah dalam penyajiannya.

## **KAJIAN TEORI**

### **A. Landasan Teori**

#### **1. Komunikasi**

Komunikasi tidak hanya merupakan pertukaran pendapat atau pesan, tetapi juga merupakan suatu proses penyampaian pesan di mana seseorang berupaya untuk mengubah perilaku penerima pesan atau komunikan (Hovland, 1953). Shannon dan Weaver mengungkapkan bahwa komunikasi adalah bentuk hubungan manusia antara satu dengan yang lain yang memberikan pengaruh. Dalam komunikasi tersebut, penggunaan bahasa verbal tidaklah menjadi satu-satunya cara, melainkan juga melibatkan ekspresi wajah, seni, lukisan, dan teknologi. Onong Uchjana Effendy menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses menyampaikan pernyataan kepada orang lain atau untuk mengubah perspektif ataupun perilaku. Pesan dapat disampaikan baik secara lisan maupun melalui media.

Adapun unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell yang dikutip oleh (Mulyana, 2017) yaitu,

- a. Sumber, yang juga disebut sebagai pengirim (sender), penyandi (encoder), komunikator (communicator), pembicara (speaker), atau originator, adalah pihak yang memiliki inisiatif atau kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber dapat berasal dari individu, organisasi, kelompok, perusahaan, bahkan negara.
- b. Pesan adalah informasi yang disampaikan dari sumber kepada penerima, atau dari komunikator kepada komunikan. Tiga komponen pesan meliputi makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna, dan struktur pesan. Pesan diartikan sebagai kumpulan simbol verbal atau nonverbal yang menginterpretasikan perasaan, gagasan, dan nilai dari sumber.
- c. Saluran atau media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima. Saluran dapat merujuk pada bentuk pesan yang akan disampaikan, baik itu dalam bentuk verbal atau nonverbal.

- d. Penerima (receiver) juga sering disebut sebagai sasaran atau tujuan (destination), komicate (communicatee), khalayak (audience), penyandi-balik (decoder), pendengar (listener), dan penafsir (interpreter). Penerima adalah individu yang menerima pesan dari sumber atau komunikator.
- e. Efek adalah apa yang terjadi setelah komunikan menerima pesan dari komunikator. Efek tersebut bisa berupa penambahan pengetahuan, hiburan, serta perubahan dalam sikap, keyakinan, dan perilaku.

Fungsi komunikasi menurut Dedy Mulyana (2017) yang mengutip dari cara berpikir William I. Gorden yang membagi beberapa fungsi komunikasi:

- a. Fungsi komunikasi sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan, membangun konsep diri, mengaktualisasikan diri, dan merasa bebas dari perbedaan.
- b. Fungsi Komunikasi Ekspresif bisa dilakukan oleh individu atau kelompok, tujuannya bukan untuk memberikan pengaruh, melainkan untuk mengekspresikan perasaan. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan melalui pesan yang bersifat nonverbal, seperti raut wajah, gerakan tubuh, atau ekspresi artistik. Perasaan seperti kesal, sedih, marah, bahagia, takut, benci, simpati, dan lain sebagainya dapat diekspresikan melalui komunikasi ekspresif. Selain itu, komunikasi ekspresif juga dapat dilakukan melalui karya seni seperti lukisan, puisi, musik, patung, dan lainnya.
- c. Fungsi komunikasi Ritual adalah komunikasi yang dilakukan oleh kelompok, seringkali terjadi dalam konteks komunitas, organisasi, atau kelompok yang secara berkala menyelenggarakan kegiatan seperti upacara, penghormatan, dan sejenisnya. Dalam acara-acara tersebut, anggota kelompok secara bersama-sama mengucapkan kata-kata dan melakukan tindakan-tindakan yang memiliki makna simbolis.
- d. Fungsi Komunikasi Instrumental, secara umum komunikasi ini dimaksudkan untuk memberikan informasi, mengajar, mengubah sikap, keyakinan dan perilaku. Komunikasi instrumental juga bertujuan untuk melakukan suatu Tindakan, menghibur, mempengaruhi orang lain.

## **2. Pola komunikasi**

Pola komunikasi adalah gambaran sederhana dari proses komunikasi yang menghubungkan komponen-komponen komunikasi dengan yang lainnya. Pola komunikasi didefinisikan sebagai bentuk atau pola di mana dua orang atau lebih menjalin hubungan dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan metode yang benar sehingga mereka dapat memahami pesan yang dimaksud (Bahri, 2017). Menurut Soenarto, ada dua jenis dimensi dalam pola komunikasi, yakni pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada masyarakat dengan berbagai arah hubungan yang berbeda.

Menurut Joseph Devito (2018) teori pola komunikasi ada lima yaitu,

- a. Struktur lingkaran

### **Gambar 1 Struktur lingkaran**

Dalam model struktur komunikasi lingkaran, setiap anggota dapat berkomunikasi dengan dua anggota lain yang terdekat. Pola ini tidak memiliki pemimpin, di mana semua anggota memiliki posisi yang sama. Mereka memiliki kekuatan dan wewenang yang sama untuk mempengaruhi kelompok.

- b. Pola struktur roda

### **Gambar 2 Pola Struktur roda**

Terdapat pemimpin yang jelas yang berada di posisi pusat. Pemimpin ini adalah satu-satunya individu yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua



anggota. Anggota lain yang ingin berkomunikasi dengan anggota lainnya hanya bisa melakukannya melalui pemimpin mereka.

c. Pola Y

**Gambar 3 Pola Komunikasi Y**

Pola Y memiliki pusat yang lebih jelas dibandingkan dengan pola komunikasi lainnya. Dalam pola Y, terdapat satu pemimpin yang ditonjolkan, namun anggota lain juga memiliki peran sebagai pemimpin kedua. Anggota ini dapat berkomunikasi dengan dua

anggota lainnya, sementara komunikasi dengan tiga anggota lainnya dibatasi hanya kepada satu orang. Pola ini menitik beratkan pada dua orang untuk menyampaikan informasi kepada anggota lain di luar batas kelompok. Pola Y mirip dengan pola rantai, di mana sejumlah saluran komunikasi luar dibatasi. Komunikasi bersifat terdesentralisasi, sehingga orang hanya dapat berkomunikasi secara resmi dengan orang-orang tertentu saja.

- d. Pola struktur rantai

#### **Gambar 4 Pola komunikasi Rantai**

Pola komunikasi rantai mirip dengan pola struktur lingkaran, namun anggota yang berada di ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu anggota lainnya. Di sisi lain, anggota yang berada di tengah lebih aktif sebagai pemimpin daripada mereka yang berada di posisi lain. Struktur ini juga dikenal sebagai komunikasi sistem vertikal, dengan arus komunikasi yang bergerak ke atas (upward) dan ke bawah (downward).

- e. Pola struktur semua saluran atau pola bintang

#### **Gambar 5 Pola komunikasi Pola Bintang**

Pola Komunikasi Bintang hampir sama dengan pola struktur lingkaran, di mana semua anggota dianggap sama dan memiliki kekuatan yang setara untuk mempengaruhi anggota lainnya. Namun, dalam pola ini, setiap anggota memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan semua anggota lainnya. Hal ini memungkinkan partisipasi maksimal dari seluruh anggota. Dalam pola ini, semua saluran komunikasi terbuka, sehingga setiap anggota dapat berkomunikasi dengan

semua anggota lainnya. Pola ini mencerminkan struktur komunikasi yang terdesentralisasi.

### **3. Komunitas**

Kata "komunitas" berasal dari bahasa Latin, yaitu "communitas", yang memiliki dasar kata "communis" dengan makna masyarakat, publik, atau orang banyak. Komunitas didefinisikan sebagai sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan mempertimbangkan berbagai dimensi kebutuhan. Komunitas adalah kelompok individu yang saling menghargai satu sama lain melebihi yang seharusnya, di mana terjalin hubungan pribadi yang erat di antara anggotanya karena adanya kesamaan minat atau nilai (Hermawan, 2008). Komunitas merupakan suatu unit atau kesatuan sosial yang terorganisasi dalam kelompok-kelompok dengan kepentingan bersama (Communities of common interest), baik yang bersifat fungsional maupun yang mempunyai territorial (Rasdian, 2014: 1).

Komunitas adalah kelompok orang yang terhubung satu sama lain karena memiliki kesamaan kepentingan, tujuan, atau identitas. Mereka bisa berbagi nilai, norma, dan tujuan yang sama, dan biasanya saling mendukung serta berinteraksi secara rutin. Komunitas bisa terbentuk di berbagai konteks, seperti di lingkungan tempat tinggal, di dunia kerja, di hobi tertentu, atau bahkan secara online. Contoh komunitas termasuk komunitas lingkungan yang peduli pada pelestarian alam, komunitas hobi seperti bersepeda atau pecinta film, serta komunitas online yang berkumpul di forum atau media sosial untuk berbagi informasi dan pengalaman.

### **B. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian Maha Alfi Rizqiana "Pola Komunikasi Komunitas Speaker Muda Indonesia Dalam Merekrut Anggota Baru". Dalam penelitian ini mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan oleh komunitas Speaker Muda Indonesia dalam merekrut anggota baru melalui Instagram ini menggunakan pola komunikasi yang dicetuskan oleh DeVito (2018) yakni pola komunikasi Roda dan Pola komunikasi Semua Saluran atau Bintang. Studi ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual serta analisis media siber yang dikembangkan oleh Rulli Nasrullah, yang terdiri dari empat level analisis: ruang

media, dokumen media, objek media, dan pengalaman media. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara, observasi online, serta dokumentasi.

Persamaan penelitian Maha alfi Rizqiana dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teori pola komunikasi menurut DeVito (2018) dan teknik pengumpulan data yang sama. Sedangkan perbedaannya pada obyek penelitian dan metode yang digunakan oleh penelitian Maha Alfi Rizqiana adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi visual, sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif.

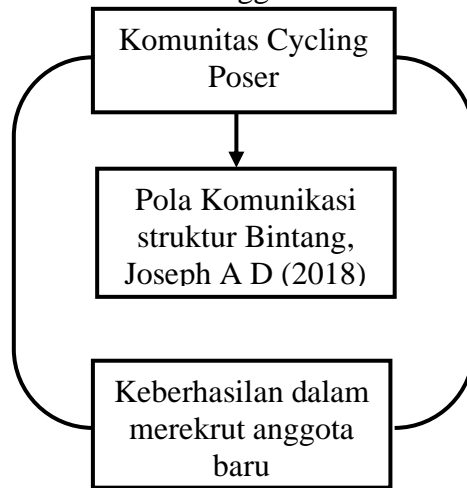
2. Penelitian Alamsyah Alamsyah, Agus Hitopa Sukma, Iswahyu Pranawukir, Misnan Misnan “Pola Komunikasi Organisasi Dalam Proses Rekrutmen Anggota Baru Partai Golkar”. Dalam penelitian ini menggunakan pola komunikasi dua arah simetris. Pola ini menekankan keseimbangan dan harmoni dalam hubungan antara organisasi dan publiknya. Penggunaan pola ini oleh partai Golkar melalui PDK Kosgoro 1957 Sulawesi Tenggara sesuai dengan visi dan misi organisasi yang sejalan dengan aspirasi masyarakat di wilayah tersebut. Pendekatan penelitian yang dipilih dalam artikel ilmiah ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun metode pengumpulan data yang dipilih meliputi metode wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumen.

Persamaan penelitian Alamsyah Alamsyah, Agus Hitopa Sukma, Iswahyu Pranawukir, Misnan Misnan dengan penelitian ini adalah temanya, sama meneliti tentang perekrutan anggota baru dan pendekatan kualitatif . Sedangkan perbedaan adalah pada obyek penelitian, dan teori yang digunakan.

### **C. Kerangka Berfikir**

Pada saat pandemi Covid-19, banyak masyarakat yang bekerja secara online atau melakukan work from home (WFH), yang menyebabkan sejumlah orang mencari kesibukan yang bersifat olahraga seperti bersepeda, saat ini banyak anak muda yang membentuk komunitas sepeda sebagai wadah untuk menjalankan kegiatan positif dan menjaga kebugaran tubuh mereka di tengah situasi yang membatasi interaksi sosial tersebut. Untuk membuat komunitas harus memiliki suatu tujuan, selain itu membuat komunitas harus pintar dalam merekrut anggotanya, salah satunya dengan adanya pola komunikasi, banyak teori pola komunikasi salah satunya adalah milik Joseph A Devito

(2018). Dengan adanya teori tersebut kita dapat mengetahui pola apa yang digunakan pelaku komunitas dalam merekrut anggota baru mereka.



Gambar 6. Kerangka berfikir

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Pola Komunikasi Komunitas Cycling Poser dalam Merekrut anggota baru.

Komunitas Cycling Poser melakukan perekrutan anggota baru melalui pendirinya dengan menggunakan sistem pola komunikasi yang sudah direncanakan. Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti komunitas ini menggunakan pola komunikasi bintang, yang ditemukan oleh Joseph A Devito. Banyaknya komunitas di Solo membuat orang ingin mengetahui satu persatu komunitas apa saja yang memiliki kegiatan dan tujuan positif. Selain itu banyak komunitas yang merekrut dengan caranya yang semenarik mungkin, contohnya dengan membuat event atau sekedar kumpul bersepeda bersama. Untuk menjawab pola yang digunakan peneliti memiliki beberapa pertanyaan sebagai berikut.

### B. Analisi Pola komunikasi menurut Joseph A Devito.

#### Komunikasi

Komunikasi dalam komunitas Cycling Poser sangatlah penting, karena komunikasi bukan hanya merupakan ujung tombak dalam upaya merekrut anggota baru, tetapi juga berperan krusial dalam membangun dan memperkuat hubungan antar anggota yang sudah ada, memastikan informasi dan tujuan komunitas disampaikan dengan jelas, serta memfasilitasi kolaborasi dan koordinasi dalam setiap kegiatan dan acara yang diadakan.

Selain komunikasi verbal, komunitas ini juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memperluas jangkauan dan menarik pengikut secara online meskipun demikian, media sosial hanya mampu menjangkau pengikut di dunia maya, sedangkan komunitas ini berkeinginan untuk berkembang bersama-sama secara menyeluruh dengan mengajak teman-teman dari keduanya tersebut, baik yang berinteraksi secara online maupun yang berpartisipasi dalam kegiatan offline, sehingga dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat dan membangun komunitas yang lebih solid.

Unsur-unsur komunikasi menurut Lasswell mencakup beberapa elemen kunci, salah satunya adalah adanya sumber, yang dalam konteks komunitas Cycling Poser merujuk pada komunikator atau individu yang pertama kali menyampaikan pesan; dalam hal ini, sumber dari komunitas Cycling Poser adalah Angga Septian Hari Wibowo, yang memainkan peran penting sebagai pendiri dan penyebar informasi awal mengenai komunitas ini, menginisiasi komunikasi dan memberikan pesan kepada calon anggota tentang tujuan, manfaat, dan aktivitas yang dilakukan oleh komunitas.

Yang kedua adalah pesan, komunitas Cycling Poser mengajak semua kalangan masyarakat untuk rajin berolahraga, salah satunya dengan bersepeda. Selain itu, bergabung dengan komunitas Cycling Poser juga memberikan banyak manfaat, seperti kesempatan untuk menjalin relasi dan persahabatan dengan teman-teman baru yang memiliki minat yang sama dalam bersepeda, serta menikmati berbagai kegiatan sosial dan acara yang diselenggarakan oleh komunitas. Yang ketiga saluran, pada komunitas ini saluran yang merujuk pada pesan disampaikan dalam bentuk verbal.

Yang keempat penerima pesan dalam konteks ini merujuk pada semua calon anggota baru komunitas Cycling Poser, yang akan menerima informasi yang disampaikan baik oleh pendiri komunitas maupun oleh anggota yang sudah ada, dan pesan tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas serta mempengaruhi keputusan mereka terkait dengan kemungkinan bergabung dan menjadi bagian dari komunitas tersebut.

Terakhir yaitu efek, efek dihasilkan dari pesan yang disampaikan akan sangat bergantung pada penerima, karena efek tersebut mempengaruhi bagaimana penerima menilai dan merespons pesan tersebut. Dalam hal ini apakah efek tersebut akan mempengaruhi keyakinan penerima untuk memutuskan bergabung sebagai anggota

komunitas atau justru membuatnya memilih untuk tidak ikut serta dalam keanggotaan komunitas tersebut.

### **Pola Komunikasi dikomunitas Cycling Poser**

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa komunitas Cycling Poser dalam menjalankan roda kegiatannya mengadopsi pola komunikasi Bintang, yaitu suatu pendekatan komunikasi yang terstruktur di mana pesan-pesan disampaikan secara efektif melalui berbagai saluran dan dengan berbagai peran yang terlibat, sehingga memastikan bahwa informasi penting dapat diterima dengan jelas oleh semua anggota dan calon anggota komunitas.

Pola komunikasi Bintang memungkinkan individu untuk berkomunikasi secara langsung dengan individu lainnya yang berada pada lapisan tingkatan yang sama, sehingga memfasilitasi interaksi yang lebih efisien dan kooperatif di dalam kelompok tanpa harus melalui saluran komunikasi vertikal, dengan tujuan meningkatkan keterhubungan dan kolaborasi antar anggota dalam tingkatan yang serupa. Ketika pendiri ingin merekrut anggota baru, pendiri mengundang teman-teman melalui media sosial Instagram untuk berkumpul terlebih dahulu, sehingga kami dapat merencanakan dan menyusun agenda bersama, serta memastikan bahwa semua orang dapat berpartisipasi dengan cara yang nyaman dan menyenangkan bagi mereka, sambil memanfaatkan platform digital untuk mempermudah koordinasi dan berbagi informasi secara efektif.

Hal ini terlihat dari data wawancara dengan Pendiri yaitu, komunikasi yang dilakukan hanya mengundang teman dari media sosial Instagram untuk diajak ketemuan, lalu membuat aktivitas bersepeda setelah itu kami mengajak mereka untuk bergabung ke komunitas kami, setelah mereka bergabung mereka mengajak teman-temannya yang lain untuk bergabung ke komunitas Cycling Poser (Angga Septian Hari Wibowo, 2024)

Setelah itu, dari pihak pendiri mengundang mereka untuk bergabung dengan komunitas Cycling Poser, dengan tujuan yang telah disepakati bersama dan kegiatan-kegiatan yang direncanakan, seperti bersepeda secara rutin, berpartisipasi dalam acara-acara komunitas, serta berbagi pengalaman dan informasi terkait sepeda, agar mereka dapat menikmati manfaat dari bergabung dalam komunitas tersebut sambil berkontribusi dalam mencapai tujuan bersama.

Setelah bergabung dalam komunitas, mereka kemudian mengajak teman-teman mereka yang lain untuk turut serta dalam komunitas tersebut, dengan harapan bahwa semakin banyak orang yang terlibat, semakin meriah dan bermanfaat pula pengalaman bersepeda yang dapat kami bagikan, serta semakin luas jangkauan komunitas kami dalam menyebarkan semangat dan kesenangan bersepeda.

Komunitas ini telah berjalan selama empat tahun, dan berdasarkan wawancara dengan pendiri, diketahui bahwa komunitas ini tidak memiliki prosedur yang sulit untuk proses masuk di dalamnya, yang terpenting dalam komunitas ini adalah ikut berpartisipasi dalam kegiatan bersepeda serta keikutsertaan dalam acara-acara yang telah direncanakan, yang dianggap sebagai syarat utama untuk menjadi bagian dari komunitas tersebut. Hal ini terlihat dari data wawancara dengan Pendiri yaitu tidak ada prosedur yang terpenting sering ikut bersepeda dan aktivitas lainnya, jika teman-teman cocok baru dimasukan ke grup Whatssap (Angga Septian Hari Wibowo, 2024), 4 tahun dari 2020 (Angga Septian Hari Wibowo).

Komunitas ini terdiri dari 30 anggota, 25 laki-laki 5 perempuan, untuk strategi dalam mempertahankan anggota pendiri mengatakan Kami selalu berpegang pada prinsip bahwa dalam setiap hubungan atau komunitas, tidak ada satu pihak pun yang harus merasa dipaksa atau memaksa orang lain, kami percaya bahwa setiap individu berhak untuk memilih jalan hidupnya sendiri dan berpartisipasi dalam aktivitas yang mereka nikmati tanpa adanya tekanan dari luar, sehingga setiap orang dapat benar-benar menikmati pergerakan dan perjalanan mereka masing-masing dengan sepenuh hati. Hal ini terlihat dari data wawancara dengan Pendiri yaitu 30 anggota yang terdiri 25 laki-laki dan 5 orang perempuan (Angga Septian Hari Wibowo, 2024). Kami tidak pernah memaksa atau dipaksa dalam bentuk apapun, mereka berhak menentukan pilihan mereka sendiri (Angga Septian Hari Wibowo,2024)

Berdasarkan pernyataan kedua anggota komunitas Cycling Poser yang diwawancarai mengatakan bahwa, anggota cycling poser menerapkan komunikasi verbal di mana semua anggota memiliki kesempatan untuk merekrut anggota baru, contohnya, anggota pertama mengundang teman-teman mereka untuk bergabung dengan komunitas ini, dan kemudian anggota yang awal mula diajak, mereka lanjut mengajak teman-temannya yang lain, sehingga proses perekrutan menjadi lebih luas dan berkelanjutan, selain itu anggota juga dapat berkomunikasi secara langsung



dengan pendiri Cycling Poser untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau berdiskusi mengenai aspek-aspek tertentu dari komunitas, sehingga memperkuat keterlibatan dan transparansi dalam kelompok.

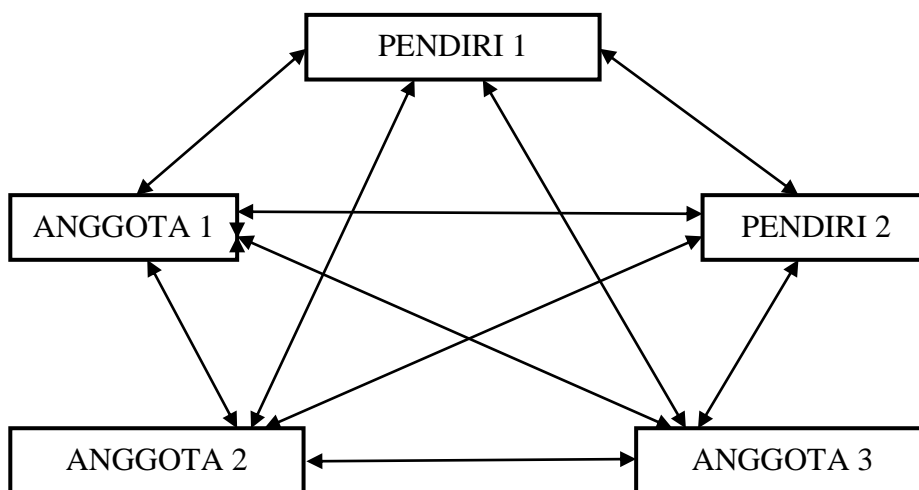
Hal ini terlihat dari data wawancara dengan anggota yang sudah lama bergabung dan yang baru bergabung yaitu, Awalnya saya melihat postingan Instagram komunitas ini untuk berkumpul bersepeda, setelah itu lanjut berdiskusi mengenai tujuan komunitas ini dan saya diajak bergabung dikomunitas ini (Irvan Pardiansyah, 2024). Semua anggota diperbolehkan untuk mencari dan mengundang anggota baru ke dalam komunitas ini, bukan hanya pendiri saja (Anggik Arif Wibowo, 2024)

Tidak hanya itu adanya pembicaraan dari teman ke teman yang lain secara alami mempercepat proses pengenalan komunitas ini kepada orang banyak, sementara itu penggunaan media sosial seperti Instagram juga turut berperan dalam memperluas jangkauan komunitas, meskipun peminat yang aktif dari media sosial tersebut mungkin belum sebanyak yang diharapkan oleh pendiri. Hal ini memperkuat bahwa komunitas ini menggunakan pola komunikasi bintang, di mana pola komunikasi ini mengalir begitu saja di antara anggota Cycling Poser, sehingga perbincangan mereka dengan teman-temannya secara alami menarik perhatian teman-temannya untuk bergabung dan menjadi bagian dari komunitas ini. Hal ini terlihat dari data wawancara dengan anggota baru yaitu, Adanya pembicaraan dari teman ke teman yang lain, selain itu penggunaan media sosial seperti Instagram juga mempengaruhi (Anggik Arif Wibowo, 2024).

Selain faktor pendukung ada faktor penghambat lainnya yaitu, Adanya ketidakcocokan individu sering menjadi kendala utama dalam merekrut anggota baru, karena terkadang terdapat perbedaan tujuan dan kepentingan antara satu individu dengan individu lainnya, yang dapat menyebabkan tantangan dalam menciptakan kedamaian dan keselarasan di dalam komunitas, serta menyulitkan proses penyesuaian dan integrasi anggota baru ke dalam kelompok yang ada. Hal ini terlihat dari data wawancara dengan anggota yang sudah lama bergabung yaitu, Adanya ketidakcocokan individu sering menjadi kendala utama dalam merekrut anggota baru, karena terkadang terdapat perbedaan tujuan dan kepentingan antara satu individu dengan individu lainnya (Irvan Pardiansyah, 2024).

Untuk menjaga silaturahmi dan persahabatan seringkali kami berkumpul bersama dan mengadakan berbagai acara dalam komunitas tersebut, mulai dari ride bersama yang rutin hingga acara spesial seperti perayaan hari besar atau penggalangan dana, yang tidak hanya memperkuat ikatan antar anggota tetapi juga menciptakan kesempatan untuk berbagi pengalaman, memperluas jaringan sosial, dan merasakan kebersamaan yang semakin mempererat rasa komunitas. Hal ini terlihat dari data wawancara dengan anggota baru yaitu, sering mengadakan kumpul bersama, dan mengadakan acara pada komunitas ini (Anggik Arif Wibowo, 2024).

### Bagan Pola Struktur Bintang



**Gambar 7.** Gambar Pola Struktur Bintang

Berdasarkan uraian di atas, pola komunikasi bintang cenderung diterapkan dalam komunikasi horizontal di antara individu-individu yang memiliki jabatan setara, di mana setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain tanpa ada yang membatasi aliran informasi dan partisipasi aktif di antara mereka. Artinya, setiap individu dapat berkomunikasi dengan individu lainnya tanpa perantara.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Hasil Penelitian yang telah dilakukan pada komunitas Cycling Poser tentang pola komunikasi menurut Joseph A devito dengan diperkuat data yang ada menunjukkan bahwa, komunikasi pada komunitas Cycling Poser menggunakan pola

komunikasi Bintang atau semua saluran. Pola komunikasi bintang bersifat horizontal, contohnya dalam merekrut anggota baru Angga septian Hari Wibowo membuat poster di Media sosial Instagram, lalu ada teman yang bernama Irvan Pardiansyah tertarik mengikuti kegiatan bersepeda tersebut. Setelah itu pendiri menawarkan untuk bergabung dengan benefit yang sudah dibicarakan diawal pertemuan, lalu irvan Pardiansyah setuju dengan visi dan misinya. Dari anggota pertama itulah pola komunikasinya terbentuk, dari komunikasi teman dengan teman lainya membuat komunitas ini cepat dikenal. Setelah pendiri komunitas menyampaikan informasi kepada anggota, informasi tersebut akan menyebar luas di antara anggota karena setiap individu dalam komunitas memiliki kemampuan untuk berkomunikasi langsung dengan semua anggota lainnya, dan setiap anggota juga memiliki kesempatan untuk memberikan umpan balik atau feedback yang langsung diterima oleh seluruh komunitas

Faktor penghambat seperti adanya ketidakcocokan antar anggota dapat menyebabkan gangguan dalam komunikasi, sehingga interaksi menjadi kurang harmonis dan menghambat efektivitas pertukaran informasi serta kolaborasi di dalam komunitas.

## **B. Saran**

Demi kelancaran komunikasi dalam komunitas ini, penulis menyarankan untuk memaksimalkan rekrutmen dengan memanfaatkan media sosial seperti TikTok, Facebook, dan Twitter sebagai platform utama, serta menekankan pentingnya bagi pendiri komunitas untuk bersikap tegas dan berperan sebagai penengah ketika terjadi ketidakcocokan antara anggota, guna memastikan adanya penyelesaian konflik yang efektif dan menjaga keharmonisan dalam interaksi komunitas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Ali, Mukti. (2017). Komunikasi Antar Budaya dalam Tradisi Agama Jawa.

Yogyakarta: Pustaka Ilmu.

Alamsyah, A., Sukma, A. H., Pranawukir, I., & Misnan, M. (2023). Pola Komunikasi Organisasi Dalam Proses Rekrutmen Anggota Baru Partai Golkar. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 141-150.

- Devito, J. A. (2018). Komunikasi Antar Manusia. Jakarta: KARISMA PUBLISHING.
- Effendi, O. U. (1993). Dinamika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bahri, S. D (2017). Pola Komunikasi Orang Tua Dan Anak Dalam Keluarga. Jakarta Rineka Cipta.
- Hafied, C. (2018). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hovland, C., Janis, I. & Kelly, H. (1953). Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change. Connecticut: Greenwood Press.
- Kertajaya, H. (2008). Arti komunitas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Milles, M.B dan Huberman A.M. (1992) Analisis Data Kualitatif (Terjemahan Tjejep Rohendi Rohidi). Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mulyana, D. (2017). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar . Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Nasrullah Rulli (Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya dan Sosiologi di Internet).
- Rasdian, Ferdian Tonny. Pengembangan Masyarakat. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2014.
- Rizqiana, M. A. 2024. Pola Komunikasi Komunitas Speaker Muda Indonesia Dalam Merekrut Anggota Baru Melalui Instagram. *Skripsi*. Purwokerto: Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : PT Alfabet