

# POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS *DANCE COVER K-POP* DALAM MEMBANGUN RASA PERCAYA DIRI ANTAR ANGGOTA (STUDI KASUS KOMUNITAS *DANCE COVER K-POP THE KEY CREATIVE SPACE*)

I Ketut Bayu Raditya Bramasta<sup>1</sup>, Ni Luh Ramaswati Purnawan<sup>2</sup>, I Gusti Agung Alit Suryawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : [bramastayuta@gmail.com](mailto:bramastayuta@gmail.com)<sup>1</sup>, [ramaswati.purnawan@unud.ac.id](mailto:ramaswati.purnawan@unud.ac.id)<sup>2</sup>,  
[igaaalitsuryawati@unud.ac.id](mailto:igaaalitsuryawati@unud.ac.id)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

*One of the key successes of a community is how well the communication is carried out by the community, every member could understand the point and purpose of each other in order to achieve a goal. The purpose of this study is to describe the communication pattern of Dance Cover K-Pop The Key Creative Space Community in building self confidence among its members. This study conducted a descriptive qualitative method which the informant chose by purposive sampling technique. The data were gathered from interviews and documentation study. The result of this study is The Key Creative Space utilized two communication patterns namely, wheel communication which was used in a serious meeting or event, and the communication pattern in every channel which was used in relaxed meetings could enhance the self confidence of The Key Creative Space Dance Cover community which was initiated by the leader, Cryst. In this process Cryst is the leader always giving motivation and recommendation towards the members in order to fulfill the self-confidence of each member. Good communication made The Key Creative Space still exist until today.*

**Keywords:** *Communication Pattern, K-Pop Dance Cover Community, Self-confident.*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Suatu kelompok dapat terbentuk karena memiliki alasan tertentu, salah satunya adalah memiliki kegemaran yang sama, misalnya seperti *Dance Cover K-Pop*. *Dance Cover* adalah kegiatan yang dilakukan oleh penggemar idol. Kegiatan *dance cover* dilakukan untuk meniru gerakan tarian dari grup idol. Selain itu, para penggemar idol akan bergaya semirip mungkin dengan idolanya.

*Dance cover* sebagai salah satu kegiatan yang dilakukan oleh penggemar memiliki standar atau titik kesempurnaan. Titik kesempurnaan yang dimaksud adalah bukan terletak pada kreativitas namun titik kesempurnaan tersebut terletak pada kemiripan dengan sang idola. Kemiripan tersebut terlihat dari detail gerakan, kostum serta ekspresi yang ditampilkan (Rarasati, 2017).

Salah satu komunitas *Dance Cover* yang terbentuk dan masih aktif sampai saat ini di Bali adalah Komunitas *Dance Cover The Key Creative Space*. *The Key*

*Creative Space* merupakan komunitas *Dance Cover* yang terbentuk pada tahun 2019. Berawal dari komunitas penyuka *dance* dan grup idola *K-Pop* terbentuknya komunitas *Dance Cover The Key Creative*. Salah satu kunci dari keberhasilan suatu komunitas terletak pada komunikasi yang berlangsung pada komunitas, komunikasi wajib berjalan dengan baik. Setiap anggota dalam komunitas juga wajib memahami maksud dan tujuan, melalui adanya pemahaman yang sama akan dapat berjalan bersama dan mencapai suatu tujuan.

Cara suatu komunitas berkomunikasi dengan para anggotanya dapat membentuk suatu pola komunikasi. Menurut Djamarah (2004:1) pola komunikasi berbentuk hubungan yang terdapat antara dua individu atau lebih.

Pola komunikasi memiliki fungsi untuk mengirim dan menerima pesan. Hal ini akan memberikan kemudahan, karena pesan dapat diterima serta pesan juga lebih mudah untuk dipahami.

Pola komunikasi dapat dikatakan sebagai bagian dari proses, hal ini memberikan kemudahan pemikiran secara sistematis dan logis (Effendy dalam Gunawan, 2013).

Pola komunikasi suatu komunitas akan sangat berpengaruh dengan pencapaian yang didapat pada komunitas tersebut. Suatu kelompok dapat terbentuk salah satunya adalah karena memiliki kegemaran yang sama.

Bahkan jarak yang jauh, bukan menjadi penghalang untuk suatu komunitas berkumpul dan menyalurkan

hobinya. Dalam menghasilkan kelompok yang hebat, kompak dan memiliki perasaan antar satu sama lain diperlukan latihan yang teratur dan adanya saling pengertian melalui komunikasi intensif antar anggota dalam latihan maupun diluar proses latihan. Selain itu, saat ini suatu komunitas tidak hanya berbaur dan menjalin komunikasi di dalam komunitasnya saja, namun dengan komunitas di luar provinsi maupun mancanegara yang memiliki kegemaran yang sama, seperti komunitas *K-pop dance cover*. Di era digital ini, sangat mudah melakukan komunikasi terutama melalui media sosial. Seseorang akan dengan mudah mengenal, berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan orang lainnya walaupun tidak pernah bertatap muka langsung melalui internet atau media sosial.

*Korean Pop* adalah aliran musik dari Korea. Tidak hanya di negaranya sendiri, *K-Pop* juga disukai masyarakat luar, termasuk Indonesia. *K-Pop* diminati karena *visual* idol yang istimewa, selain itu rata-rata *Boy Group* atau *Girl Group* Korea memiliki personel yang banyak sehingga penggemar lebih variatif memilih idolanya.

Selain itu, *Boy Group* atau *Girl Group* Korea memiliki *dance* yang kompak dipadu dengan *wardrobe* yang berkonsep pun menjadikan *K-Pop* suatu suguhan musik yang tidak pernah membosankan.

Menurut survey yang dilakukan *Korea Tourism Organization* (KTO), ([www.visitkorea.or.kr](http://www.visitkorea.or.kr)) tahun 2011 kepada 12.085 responden non-korea, *K-Pop*

menempati urutan pertama yaitu 53,3% gelombang Korea yang paling menarik sedangkan drama 33,2%, film 6,2%, produk lain 7,1%.

Hal ini membuktikan bahwa *K-Pop* memiliki daya tarik yang besar. Memiliki suatu daya tarik yaitu dance pada saat menyanyi, banyak penggemar yang tertarik untuk mengikuti idolanya atau disebut dengan *K-Pop dance cover*.

*K-Pop dance cover* merupakan salah satu kegiatan menari mengikuti atau meniru koreografi asli dari sang idola. Tidak hanya menirukan koreografi, namun juga pakaian, *hair style*, serta penghayatan ekspresi dan *lipsync*. Karena kegiatan *K-Pop dance cover* ini, ada berbagai individu yang memiliki minat dan hobi yang sama, kemudian membuat kelompok atau komunitas.

Banyak komunitas-komunitas besar di Indonesia yang kreatif, berprestasi dan sudah dikenal oleh banyak penggemar *K-Pop* di Indonesia, salah satunya ialah *Invasion DC*. Komunitas asal Jakarta ini bahkan sudah memiliki 421 ribu subscriber di Youtube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)) dan followers Instagram ([www.instagram.com](http://www.instagram.com)) sebanyak 99,1 ribu. Selain itu, *Invasion DC* sudah mengikuti berbagai kompetisi internasional seperti *Changfe* dan pernah mendapat juara 2 lomba *dance cover* Blackpink yang diselenggarakan sendiri oleh Blackpink.

Tidak hanya di Ibu Kota, di Bali juga sudah banyak komunitas *dance cover* yang terbentuk karena menyukai *K-Pop* dan gemar menari, baik yang sudah lama

terbentuk maupun baru. Biasanya komunitas-komunitas *dance cover* ini akan bertemu pada saat ajang kompetisi *K-Pop Dance Cover* atau pun disebut *event* yang diadakan oleh penggemar *K-Pop*. Keberhasilan komunitas tersebut didasari oleh rasa percaya diri antar anggota. Oleh karena itu pola komunikasi yang mampu meningkatkan rasa percaya diri antar anggota berperan penting dalam keberhasilan suatu komunitas.

Dari pembahasan diatas, maka penelitian ini akan membahas mengenai Pola Komunikasi Komunitas *Dance Cover K-Pop* dalam Membangun Rasa Percaya Diri Antar Anggota (Studi Kasus Komunitas *Dance Cover K-pop The Key Creative Space*). Hal ini karena komunitas *dance cover the key creative* ini merupakan salah satu komunitas yang sangat berpotensi dan ramai dibicarakan di Bali dan masih aktif hingga saat ini, komunitas ini juga kerap mendapat juara pada ajang perlombaan. Komunitas ini beranggotakan puluhan remaja di Bali, serta semakin berkembang setiap tahunnya walaupun semakin banyak komunitas - komunitas *dance cover* yang bermunculan di Bali.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimanakah pola komunikasi komunitas *dance cover K-pop* dalam membangun rasa percaya diri antar anggota (studi kasus komunitas *dance cover K-pop the key creative space*)?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk menjelaskan lebih dalam mengenai pola komunikasi komunitas *dance cover K-pop* dalam membangun rasa percaya diri antar anggota (Studi Kasus Komunitas *Dance Cover K-Pop The Key Creative Space*).

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Komunikasi Antar Pribadi

De Vito (2011 : 27) menyatakan proses komunikasi antar pribadi dapat digambarkan sebagai proses interaksi yang terjadi secara terus menerus.

Hal ini dikarenakan dalam komunikasi antar pribadi, setiap individu yang menjadi bagian dari komunikasi antar pribadi dapat bertindak sebagai pembicara, sekaligus bertindak sebagai pendengar.

Komunikasi antar pribadi dapat dikatakan sebagai jembatan pada hubungan sosial antar sesama individu.

### Proses Komunikasi Laswell

Laswell menyebutkan bahwa proses komunikasi yang baik dapat diketahui dengan pertanyaan: "*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*" atau dengan pertanyaan "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya" (Effendy,2005).

### Komunikasi Kelompok dalam Komunitas

Proses komunikasi kelompok berlangsung secara tatap muka. Komunikasi kelompok dalam hal ini berfungsi untuk menjelaskan bagaimana

interaksi setiap individu dengan kelompok dalam menciptakan kesepahaman, pemecahan masalah. Sehingga menciptakan kekerabatan, persaudaraan yang dapat terjaga.

### Pola Komunikasi

Menurut De Vito (2011 : 244) adanya struktur hierarki yang ketat menciptakan jaringan – jaringan komunikasi yang beragam, dan digunakan sesuai dengan kebutuhan dari kelompok, organisasi atau komunitas.

Pola di sini adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Terdapat lima pola komunikasi, yaitu :

#### 1. Pola Berstruktur Roda

Pada pola ini kepemimpinan dan pemimpin yang jelas. Yaitu yang posisinya di pusat. Oleh karena itu, jika seorang anggota ini berkomunikasi dengan anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya. Pemimpin mempunyai wewenang dan kekuasaan penuh untuk mempengaruhi seluruh anggota.

#### 2. Pola Berstruktur Rantai

Pada pola berstruktur rantai seluruh anggota yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Keadaan terpusat juga ada pada pola ini. Individu yang berada pada posisi tengah, memiliki peran yang lebih sebagai seorang pemimpin. Berbeda dengan individu atau anggota yang berada di posisi lain.

Pada pola ini, terdapat saluran terbuka yang jumlahnya dibatasi. Sehingga, hanya individu secara resmi yang dapat saling berkomunikasi.

### **3. Pola Berstruktur Lingkaran**

Pada struktur ini tidak ada pemimpin yang jelas, hal ini dikarenakan tidak ada individu yang posisinya berada di pusat.

Sehingga, seluruh anggota dalam sebuah kelompok, organisasi atau komunitas memiliki kekuatan dan kesempatan yang sama untuk dapat mempengaruhi kelompok. Setiap anggota juga dapat melakukan komunikasi dengan anggota lainnya.

### **4. Pola Berstruktur Y**

Pada pola berstruktur Y, adanya relatif kurang tersentralisasi dibanding dengan struktur roda tetapi lebih tersentralisasi dibandingkan dengan pola lainnya.

Pada pola ini juga terdapat pemimpin yang jelas tetapi semua anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua.

Pada pola Y, sejumlah saluran yang terbuka juga dibatasi, dan individu secara resmi dapat berkomunikasi dengan individu - individu tertentu.

### **5. Pola Berstruktur Semua Saluran atau Pola Bintang**

Pada pola ini, semua anggota adalah sama dan semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya.

Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara maksimal.

## **3. METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dua jenis sumber data penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

Sumber data primer didapatkan dari hasil wawancara langsung terhadap narasumber sebanyak 5 orang dari total keseluruhan anggota aktif yaitu 25 orang yang dianggap menguasai dan relevan dengan tujuan dari penelitian, cukup aktif dalam berbagai kegiatan komunitas, serta sudah bergabung dalam komunitas selama 2 tahun sejak komunitas *The Key Creative Space* dibentuk pada tahun 2019 serta anggota baru yang bergabung pada tahun 2021.

Sumber data sekunder penelitian ini berbentuk buku-buku, artikel, website, serta sumber lainnya yang mendukung yang berkaitan dengan pola komunikasi, komunikasi kelompok dan *Korean Wave*. Unit analisis yang diteliti dalam adalah proses komunikasi pada komunitas *dance cover The Key Creative Space*. Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive*.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, pertama teknik observasi dan yang kedua adalah wawancara. Tujuan dari digunakannya teknik observasi untuk mengumpulkan data berupa pola kalimat yang digunakan komunitas *dance cover The Key Creative*.

Sedangkan tujuan dari digunakannya teknik wawancara adalah untuk mengetahui informasi lebih mendalam melalui narasumber untuk mendapatkan sudut pandang psikologi, khususnya yang mengandung unsur membangun rasa percaya diri antar anggota.

Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian. Sehingga, penyajian data - data dalam penelitian ini akan berbentuk narasi.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Proses Komunikasi**

Menurut Goldberg dan Larson (dalam Denni, 2016:8) proses komunikasi dalam suatu komunitas merupakan suatu proses penyampaian informasi berupa pesan, ide atau gagasan dari satu pihak lalu diterima oleh pihak lainnya. Dalam komunitas *dance cover The Key Creative Space*, proses komunikasi kelompok sangat berperan penting dalam berjalannya komunitas. Komunikasi kelompok terjadi ketika setiap anggota lebih cenderung memiliki kesadaran tinggi sehingga dapat mewujudkan tujuan secara bersama.

Proses komunikasi kelompok pada komunitas *dance cover The Key Creative Space* dapat disimpulkan sebagai proses penyampaian suatu pesan yang berbentuk informasi, ide, kritik, dan juga dapat berbentuk saran dari komunikator kepada komunikan *leader* atau anggota dalam komunitas, dengan menggunakan media, baik dengan media tatap muka atau menggunakan media sosial yang

akan memberikan dampak kepada komunitas yaitu tercapainya suatu tujuan.

Sebelumnya, para anggota akan saling mengenal satu sama lain terlebih dahulu, karena memiliki hobi dan tujuan yang sama dalam komunitas, maka Komunikator (*leader* dan anggota) Pesan -Informasi -Penyampaian ide, kritik, saran Saluran -tatap muka -media sosial Komunikan (*leader* dan anggota) Efek (tujuan tercapai, masalah terselesaikan) terbentuklah proses komunikasi kelompok agar tujuan para anggota dapat tercapai, tidak melibatkan satu ataupun dua orang namun seluruh anggota. Proses komunikasi yang baik dan efektif sangat berpengaruh pada perkembangan komunitas kedepannya.

##### **Pola Komunikasi**

Pola komunikasi bentuk hubungan dua individu atau bentuk hubungan dalam sebuah kelompok yang terjadi pada proses pengiriman atau penerimaan pesan dengan pola yang sesuai dan juga pola yang tepat sehingga, pesan yang dikirim atau diterima dapat dengan mudah dipahami (Djamarah, 2004 : 1). Dalam mempertahankan keakraban serta jalinan yang baik antar sesama anggota, diperlukan jaringan komunikasi dalam komunitas *dance cover The Key Creative Space*.

Devito dalam Megasari (2016 : 74) mendefinisikan jaringan komunikasi adalah saluran yang dapat digunakan untuk mengirim, meneruskan dan menyebarkan sebuah pesan dari satu individu kepada individu lainnya. Terdapat

jaringan - jaringan yang dapat digunakan dan terbagi menjadi lima jaringan. Pertama jaringan roda, kemudian jaringan lingkaran, rantai, jaringan semua saluran atau bintang dan jaringan Y. Berdasarkan hasil temuan mengenai pola komunikasi komunitas *The Key Creative Space*, terdapat dua pola komunikasi pada komunitas *The Key Creative Space*, pertama pola komunikasi berstruktur roda dan yang kedua adalah pola komunikasi berstruktur semua saluran atau bintang.

Pola komunikasi berstruktur roda dan pola komunikasi berstruktur semua saluran atau bintang diterapkan sesuai dengan kondisi saat komunikasi kelompok berlangsung. Pola roda digunakan pada saat kegiatan formal yang harus memiliki pemimpin yang jelas, sedangkan pola komunikasi berstruktur semua saluran atau bintang digunakan pada saat kegiatan informal atau bersifat santai. Pola roda dalam komunitas *The Key Creative Space* biasa digunakan pada saat berkomunikasi mengenai kegiatan formal atau serius. Pola roda berarti terdapat pemimpin yang jelas berada di pusat. Dalam komunitas ini Cryst adalah pemimpinnya. Pada saat *The Key Creative Space* mengadakan perlombaan *K-Pop dance cover* untuk merayakan hari jadi komunitas yang kelima misalnya, pola roda sangat diperlukan saat berkomunikasi antara leader dan para anggota. Cryst sebagai pemimpin memiliki peran penting dalam berbagai aspek perkembangan kegiatan yang akan dilakukan komunitas, seperti pembagian tugas dan konsep acara dan lainnya,

maka dari itu pada saat rapat pemimpin komunitas ini menjadi pusat ditengah agar semua anggota dapat menyimak dengan baik. Biasanya para anggota *The Key Creative Space* yaitu Panda, dan Mawar yang akan mengetahui terlebih dahulu suatu rencana kegiatan, setelah itu akan diberitahu dan didiskusikan kepada anggota lainnya.

Selanjutnya, ketika berlangsungnya kegiatan, maka setiap anggota akan menjalankan tugas sebagaimana tanggung jawab yang sudah diberikan, namun saat melakukan tugasnya, para anggota harus melaporkan apapun kejadian atau kendala yang terjadi pada pemimpin atau leader. Pemimpin akan menentukan dan mengambil setiap keputusan, namun dengan beberapa pertimbangan para anggota juga agar tidak menjadi perselisihan. Hal ini juga dapat berlangsung ketika salah satu atau beberapa anggota memiliki masalah yang bersangkutan dengan komunitas. Cryst sebagai *leader* menjadi penengah dalam hal tersebut. Komunikasi menggunakan *media sosial Instagram* juga merupakan pola komunikasi berstruktur roda. Hal ini karena dalam proses menyampaikan informasi melalui *Instagram* dikoordinasikan oleh ketua ataupun beberapa anggota sebagai admin *Instagram The Key Creative Space*.

Informasi yang disampaikan melalui *media sosial Instagram The Key Creative Space* yaitu seperti foto atau video kegiatan lomba, acara atau pun project, informasi perlombaan *dance cover* atau pun informasi acara *kpop* (*The Key*

*Creative Space* mengisi acara atau pun menjadi juri), berbagai aktivitas mereka, dan informasi lainnya yang berasal dari pusat. Pola selanjutnya yang diterapkan oleh komunitas *The Key Creative Space* adalah pola berstruktur semua saluran atau bintang.

Pola komunikasi tersebut dapat digunakan ketiga komunitas melakukan kegiatan informal atau kegiatan yang santai. Situasi saat pola bintang adalah adalah tidak memandang struktur dalam komunitas, yang artinya seluruh bagian dari komunitas dinyatakan sama. Pola semua saluran atau bintang dapat diartikan bahwa semua yang ada di komunitas *The Key Creative Space* ini berkedudukan sama.

Tidak ada pemimpin saat pola komunikasi ini berlangsung, semua yang terlibat dalam komunikasi ini memiliki kekuatan dan wewenang untuk dapat mempengaruhi anggota lainnya. Pola ini terjadi pada saat *leader* ataupun anggota saling bertemu dan bertatap muka langsung lalu berkomunikasi satu sama lain tanpa memandang jabatan ataupun lainnya. Pola komunikasi berstruktur semua saluran atau bintang ini menimbulkan efek menambah keakraban satu sama lain, semua anggota komunitas dapat berbicara, memberikan saran ataupun kritik dengan bebas untuk mengembangkan komunitas.

Selain membahas komunitas, pada pola ini para anggota juga dapat membicarakan kegiatan sehari-hari, bercerita ataupun memberikan informasi kepada anggota lainnya dengan santai

agar lebih dekat dan dapat lebih memahami satu sama lain. Selain bertatap muka, penggunaan aplikasi *media sosial WhatsApp* juga menerapkan pola semua saluran atau bintang. *WhatsApp* merupakan salah satu media yang aktif digunakan para anggota komunitas *The Key Creative Space* dalam berkomunikasi, lebih efektifnya *leader* membuat *group chat* yang berisikan semua anggota dari *The Key Creative Space*.

Dengan adanya *group chat* ini, para anggota dapat berkomunikasi langsung dengan semua anggota dan *leader*, disini para anggota dapat bertukar informasi mengenai komunitas seperti jadwal lomba, membahas project yang akan dikerjakan atau diskusi apapun mengenai komunitas dan juga dapat membicarakan kegiatan pribadi atau keseharian yang para anggota lakukan. Pada awal tahun 2020, terjadi Covid-19. Karena hal tersebut, berbagai kegiatan yang melibatkan banyak orang harus dikurangi. Hal ini cukup berdampak pada komunitas, terutama saat anggota komunitas harus berkegiatan, berdiskusi tatap muka langsung ataupun saat latihan bersama yang melibatkan banyak orang.

Saat ini *group chat WhatsApp* lebih sering digunakan untuk berkomunikasi. Dengan adanya *group chat WhatsApp*, memudahkan para anggota komunitas *The Key Creative Space* tetap menjalin komunikasi satu sama lain walaupun tidak bertatap muka langsung. Namun tidak menutup kemungkinan di waktu tertentu para anggota akan bertemu tetapi

menerapkan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah dan tetap menjaga jarak. Adanya pertukaran informasi dan interaksi pada saat pola berstruktur semua saluran atau bintang ini berlangsung, membuat para anggota memiliki rasa kekeluargaan dan dekat satu sama lain.

Sehingga, komunitas menjadi lebih hidup dan tetap bertahan sampai saat ini. Dengan adanya kebebasan dan terbuka dalam berkomunikasi membuat anggota komunitas *The Key Creative Space* nyaman saat menyampaikan suatu hal, kritik maupun saran dengan tujuan untuk mempererat hubungan antar sesama anggota dan memajukan komunitas, namun dengan norma dan batasan sesuai ketentuan.

Pada pola komunikasi ini terlihat bahwa pemimpin atau *leader* tidak terlalu mengambil banyak kontrol, namun tetap memberikan arahan serta masukan kepada para anggota komunitas agar tetap menjalin hubungan yang baik dan memberikan beberapa masukan jika dirasa perlu saat komunikasi bersama. Para anggota mengharapkan dengan adanya pola komunikasi seperti ini, semua yang ada di komunitas *The Key Creative Space* dapat selalu menjalin hubungan yang baik, menambah potensi mereka dan mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan bersama. Tidak hanya menari yang kompak, komunikasi pada setiap anggota serta kerja sama dari seluruh anggota yang baik, akan menjadikan komunitas ini memiliki dampak positif dimata orang lain ataupun komunitas

sendiri seperti menghasilkan karya yang lebih baik dan unik dari yang lain.

## 5. KESIMPULAN

Adapun kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Proses komunikasi yang terjadi pada komunitas *dance cover The Key Creative Space* biasanya di inisiasi oleh *leader* yaitu Cryst, tetapi tidak menutup kemungkinan para anggota dapat memulai interaksi. Jika ada suatu hal penting diusahakan dalam melakukan komunikasi para anggota akan bertatap muka langsung saling sharing dan berdiskusi langsung karena dirasa lebih efektif, setiap orang dalam komunitas berhak menyampaikan saran atau kritik satu sama lain yang membangun komunitas agar kedepannya lebih baik dan dapat mencapai tujuan visi misi *The Key Creative Space*.
2. Proses komunikasi yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pada komunitas *dance cover The Key Creative Space* di inisiasikan oleh *leader* yaitu Cryst, pada proses ini Cryst selaku *leader* selalu memberikan motivasi serta masukan kepada anggota *The Key Creative Space* agar para anggota memiliki rasa percaya diri dalam diri sendiri serta untuk mencapai target dalam visi misi *The Key Creative Space*.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, pola komunikasi

yang digunakan oleh komunitas *The Key Creative Space* adalah pola berstruktur roda dan pola berstruktur semua saluran atau bintang. Pola berstruktur roda digunakan pada saat kegiatan yang bersifat formal seperti rapat penting seperti pelaksanaan *event*, sedangkan pola komunikasi berstruktur semua saluran atau bintang digunakan pada saat kegiatan informal yang cenderung lebih santai. Komunitas *The Key Creative Space*

lebih sering menggunakan pola semua saluran pada kehidupan sehari - hari karena menimbulkan efek menambah keakraban satu sama lain, semua anggota komunitas dapat berbicara, memberikan saran ataupun kritik dengan bebas tanpa membedakan satu sama lain, terutama saat pandemi covid-19.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- De Vito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Djamarah, B. S. (2004). *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta.
- Efendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Gunawan, I. (2013). *METODE PENELITIAN KUALITATIF: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rarasati, O. A. (2017). *Realita Belakang Panggung K-Pop Cross Cover Dance War School*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Megasari, N. K. D. A. (2016). *Pola Komunikasi Komunitas Vespa Dalam Mempertahankan Solidaritas Kelompok*. Universitas Udayana.