



KONVERGENSI SIMBOLIK CROWDFUNDING DALAM KAMPANYE POLITIK

(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul
Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)

TESIS

NAMA : RINDANA INTAN EMEILIA
NPM : 2016960016
KONSENTRASI : KOMUNIKASI POLITIK

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
2019**



KONVERGENSI SIMBOLIK CROWDFUNDING DALAM KAMPANYE POLITIK

(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul
Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)

Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

NAMA : RINDANA INTAN EMEILIA
NPM : 2016960016
KONSENTRASI : KOMUNIKASI POLITIK

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

KONVERGENSI SIMBOLIK CROWDFUNDING DALAM KAMPANYE POLITIK

**(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu
Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)**

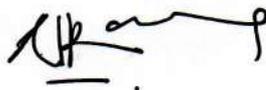
Disusun oleh:

Nama : Rindana Intan Emeilia
NPM : 2016960016
Konsentrasi : Komunikasi Politik

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk disidangkan

Jakarta, Februari 2019

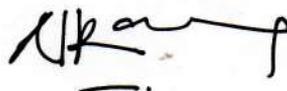
Dosen Pembimbing



Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rindana Intan Emeilia
NPM : 2016960016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Politik
Judul Tesis : KONVERGENSI SIMBOLIK CROWDFUNDING DALAM
KAMPANYE POLITIK (Studi Kasus: Penggalangan Dana
Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum oleh Tim
Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)

Telah dipertahankan dihadapan Sidang Tesis Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta

Hari : Jumat
Tanggal : 22 Februari 2019
Pukul : 18.15 – 19.45 WIB

**Dan dinyatakan LULUS
TIM PENGUJI TESIS**

Ketua Sidang : Dr. Endang Sulastri, M.Si

Penguji I : Dr. Hendri Prasetya, S.Sos, M.Si

Penguji II : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rindana Intan Emeilia

NPM : 2016960016

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

Konvergensi Simbolik *Crowdfunding* dalam Kampanye Politik (Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook) adalah benar hasil karya sendiri dan belum pernah dipublikasikan. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiat dari karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jakarta, Februari 2019



Rindana Intan Emeilia

ABSTRAK

Nama : Rindana Intan Emeilia
NPM : 2016960016
Judul : Konvergensi Simbolik *Crowdfunding* dalam Kampanye Politik
(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)
Pembimbing : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si.
Ringkasan :

Saat ini internet memainkan peran penting sebagai media komunikasi politik termasuk kekuatannya untuk menggalang dana kampanye politik yang dikenal dengan *crowdfunding*. Kesuksesan *crowdfunding* di beberapa negara diadopsi oleh Tim Relawan Jabar Juara untuk menggalang dana kampanye politik Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum. Sosialisasi dilakukan dengan mengunggah video berjudul udunan di fanpage facebook Ridwan Kamil hingga menimbulkan interaksi berupa perbincangan di kalangan netizen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tesis ini bertujuan untuk mengetahui penggalangan dana kampanye politik, mekanisme *crowdfunding* dan proses konvergensi simbolik *crowdfunding* oleh Tim Relawan Jabar Juara di Fanpage Facebook Ridwan Kamil. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi online, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah konvergensi simbolik yang dipopulerkan Ernest Bormann untuk melihat konstruksi kesadaran bersama di antara para facebooker setelah melihat video udunan warga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggalangan dana kampanye politik yang dilakukan Tim relawan Jabar Juara terdiri dari 2 jenis yaitu *offline* dan *online*. Penggalangan dana secara online atau yang dikenal dengan istilah *crowdfunding* tersebut melibatkan Tim Relawan Jabar Juara sebagai pencari dana, situs <https://jabarjuara.id> sebagai platform penghubung, dan netizen atau masyarakat sebagai donatur. Pada proses konvergensi simbolik *crowdfunding* di Fanpage Facebook Ridwan Kamil terdapat 5 pesan dasar terkait video udunan warga yaitu (a) Siap melakukan udunan warga dan langsung menyumbang; (b) Mendukung ide udunan warga; (c) Siap udunan namun masih bertanya bagaimana caranya? (d) Berkomitmen memilih Rindu meskipun tidak melakukan udunan dan (e) Tidak tertarik melakukan udunan karena sejumlah alasan. Kemudian, sebuah visi retorik muncul dalam kaitannya dengan kelima pesan dasar tersebut yaitu “dukung udunan warga demi Jabar Juara”. Kemudian visi retorik ini berhasil memunculkan kesadaran bersama komunitas retorik yang tidak hanya mendukung udunan warga namun turut bedonasi.

Kata Kunci : *Crowdfunding, Konvergensi Simbolik, Tema Fantasi*
Referensi : *21 Buku, 24 Jurnal, 6 Karya Ilmiah*

ABSTRACT

Name : Rindana Intan Emeilia
NPM : 2016960016
Title : *Symbolic Convergence of Crowdfunding in Political Campaign.*
(Case Study Political Fundraising for Ridwan Kamil and Uu Ruzhanul Ulum by Relawan Jabar Juara on Facebook Social Media)
Supervisor : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si.
Summary :

Today, internet plays an important role as a medium of political communication including its power for funding political campaign known as crowdfunding. The success of crowdfunding in several countries was adopted by Relawan Jabar Juara to raise funding political campaign for Ridwan Kamil and Uu Ruzhanul Ulum. The socialization was carried out by uploading a video entitled "Udunan Warga" on Ridwan Kamil's Facebook Fanpage so that interaction appears in the form of conversation among netizens.

Based on this background, this thesis is aimed to explain political campaign fundraising, crowdfunding mechanisms and symbolic convergence processes of crowdfunding by Relawan Jabar Juara on Ridwan Kamil's Facebook Fanpage.

The method used in this research was a case study method, and data collection techniques using online observation, in-depth interviews and documentation. The theory used was symbolic convergence which was popularized by Ernest Bormann to see the shared group consciousness among the facebookers after seeing the video of "Udunan Warga".

The results of this research showed that crowdfunding of political campaigns which was conducted by Relawan Jabar Juara consisted of two types; offline and online. Online fundraising which is known as crowdfunding, involves Relawan Jabar Juara as fund seekers, the site <https://jabarjuara.id> as intermediary crowdfunding platform, and netizens or public as donors.

In the symbolic convergence process of crowdfunding in Ridwan Kamil's Fanpage Facebook, there are 5 basic messages related to "udunan warga" video; (a) Ready to perform fund contributions (udunan warga) and donate immediately; (b) Supporting the idea of fund contribution (udunan warga), (c) Ready to contribute but still asking how? (d) Commit to choosing Ridwan Kamil- Uu Ruzhanul Ulum even they do not contribute, and (e) Not interested to contribute for some reasons. Then, a rhetorical vision appears in relation to the five basic messages; "dukung udunan warga demi Jabar Juara". The rhetorical vision succeeded in raising shared group consciousness in rhetorical community that not only supported but also donated.

Keywords : *Symbolic Convergence, Crowdfunding, Fantasy Themes*
References : *21 Books, 24 Journals, 6 Scientific Works*

BIODATA SINGKAT PENULIS

Rindana Intan Emeilia, lahir di Tangerang pada tanggal 22 Mei 1990 dari pasangan suami istri, Bapak Engkos Kosasih dan Ibu Erniati. Penulis adalah anak pertama dari enam bersaudara. Penulis sekarang bertempat tinggal di Jl. Dr. Setiabudi No 10 RT 002 RW 016 Kecamatan Pamulang Timur, Kelurahan Pamulang, Kota Tangerang Selatan.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu SDN Pamulang Timur I (lulus tahun 2002), Madrasah Tsanawiyah Darul Arqam Muhammadiyah Garut (lulus tahun 2005), Madrasah Aliyah Darul Arqam Muhammadiyah Garut (lulus tahun 2008), selanjutnya penulis melanjutkan jenjang pendidikan Strata 1 di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Politik, kemudian penulis menempuh Studi Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan konsentrasi Komunikasi Politik.

Pada masa studinya di perguruan tinggi, penulis aktif di dunia organisasi diantaranya pernah menjabat sebagai Ketua Bidang Pengkaderan, Pimpinan Komisariat FISIP IMM Cabang Ciputat periode 2010-2011, Anggota Dewan Perwakilan Mahasiswa Universitas (DPMU) Jurusan Ilmu Politik periode 2010-2011.

Penulis pernah bekerja sebagai Store Manager di PT Francishindo Utama yang bergerak dalam bidang retail farmasi dan apotek. Dengan motivasi untuk terus belajar dan dukungan dari berbagai pihak, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir tesis yang berjudul *Konvergensi Simbolik Crowdfunding* dalam Kampanye Politik Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya. Tesis ini berjudul Konvergensi Simbolik *Crowdfunding* dalam Kampanye Politik (Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggalangan dana yang dilakukan, mekanisme *crowdfunding*, dan proses konvergensi simbolik *crowdfunding* di fanpage facebook Ridwan Kamil.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, pengkoreksian terhadap tesis ini akan diterima dengan tangan terbuka dan sangat diharapkan. Semoga kehadiran penelitian ini dapat bermanfaat secara akademis dan praktis.

Jakarta, Februari 2019

Rindana Intan Emeilia

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan para pengikut-pengikutnya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tentunya tidak luput dari kelemahan dan kekurangan namun berkat pertolongan Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya tesis ini dapat selesai.

Tesis ini diajukan sebagai bagian dari tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jakarta Konsentrasi Komunikasi Politik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Endang Sulastri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta sekaligus dosen pembimbing tesis yang begitu sabar membimbing, menasehati dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan tugas ini dengan baik.
3. Dr. Hendri Prasetya, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji tesis yang telah memberikan masukan, saran, dan mengarahkan penulis untuk untuk perbaikan tesis ini.
4. Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si selaku dosen dan pakar komunikasi politik yang telah membantu memberikan masukan dan saran untuk perbaikan tesis ini disela-sela kesibukannya.
5. Seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta
6. Gloria Vania selaku Tim Relawan Jabar Juara yang telah banyak membantu penulis memberikan informasi dan data-data terkait

penggalangan dana kampanye politik pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum.

7. Nina Yuningsih selaku Komisioner KPU Jawa Barat periode 2018-2023 yang telah memberikan informasi dan konfirmasi terkait peraturan penggalangan dana kampanye Pilkada Jawa Barat.
8. Facebooker YS, DD, AK dan ANH yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pendapatnya terkait udunan warga.
9. Kedua orang tua tercinta Ibu Ernati dan Bapak Engkos Kosasih, Nenek Hj Siti Aisyah. Adik-adik tersayang Dwika Julia Mutiara, Rizkia Permata RA, Berliana Salsabila, Raihan Imaduddin dan Raisha Aldiendra serta Tante Susilowati yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil agar segera menyelesaikan kuliah dan tesis ini.
10. Sahabat seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi 2016. Arina Muntazah, Novalia, Marina Bahar, Anggie, Puti, Sigit, Sutrisno, Tohir, Didik Setyawan, Edi Mulyadi, M. Hatta Taliwang, Ramilan dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Sahabat tercinta Dwita Synthiawati, Ita Rahmawati, Indah Permatasari dan Arum Marita untuk doa, dukungan dan semua energi positif yang telah kalian berikan. Terakhir kepada Nuryanti Agung Putri, yang telah meluangkan waktunya menemani penulis melakukan wawancara di Bandung.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak yang telah berjasa memberikan bantuan dan dukungannya kepada penulis. Meskipun tesis ini masih banyak kekurangan, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi politik.

Jakarta, Februari 2019

Rindana Intan Emeilia

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACK	v
BIODATA SINGKAT PENULIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Pokok Permasalahan	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Signifikansi Penelitian	10
E. Keterbatasan Penelitian.....	10
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	13
A. Komunikasi Politik	13
B. Kampanye Politik.....	15
C. Teori Konvergensi Simbolik.....	17
1. Konseptualisasi Umum Teori Konvergensi Simbolik	17
2. Elemen-Elemen Konvergensi Simbolik.....	19
D. <i>Crowdsourcing dan Crowdfunding</i>	26
1. Defnisi <i>Crowdfunding</i>	28
2. Mekanisme Umum <i>Crowdfunding</i>	29
3. Jenis <i>Crowdfunding</i>	31
4. Perbedaan <i>Crowdfunding</i> dan <i>Fundrising</i>	33
E. Media Baru.....	34
1. Media Sosial.....	37
2. Facebook	40
3. Komunitas Virtual.....	42
4. <i>Sense of Community</i>	46
F. Penelitian Terdahulu	49
G. Kerangka Konsep.....	62

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	64
A. Pendekatan Penelitian	64
B. Metode Penelitian	65
C. Sifat Penelitian	66
D. Penjelasan Konsep	67
E. Sumber Informan	68
F. Teknik Pengumpulan Data.....	69
G. Teknik Analisa Data	71
H. Uji Kesahihan Data	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
A. Gambaran Umum	74
1. Profil Ridwan Kamil dan Uu Ruzahunl Ulum	74
2. Visi Misi Jabar Juara.....	75
3. Program Kampanye	76
4. Profil Relawan Jabar Juara.....	77
5. Visi, Misi dan Dasar Hukum Uduan Warga	77
B. Hasil Penelitian	78
1. Penggalangan Dana Kampanye Politik Ridwan Kamil	78
2. Mekanisme Penggalangan Dana (<i>Crowdfunding</i>)	83
3. Konvergensi Simbolik Penggalangan Dana (<i>Crowdfunding</i>).....	89
1. Struktur Dasar	90
2. Struktur Pesan	140
3. Struktur Dinamis	143
4. Struktur Komunikator	144
5. Struktur Medium	151
6. Struktur Evaluatif	152
C. Pembahasan.....	156
1. Penggalangan Dana Kampanye Politik Ridwan Kamil	156
2. Mekanisme Penggalangan Dana (<i>Crowdfunding</i>)	163
3. Konvergensi Simbolik Penggalangan Dana (<i>Crowdfunding</i>).....	167
BAB V PENUTUP.....	184
A. Kesimpulan	184
B. Saran.....	185

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	56
Tabel 3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	71
Tabel 4.1 Sampel Tulisan Facebooker RK	97
Tabel 4.2 Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker NH	107
Tabel 4.3 Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker A(AI)	114
Tabel 4.4 Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker DA	126
Tabel 4.5 Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker RAA.....	129
Tabel 4.6 Struktur Dasar FTA	133
Tabel 4.7 Struktur Pesan	141
Tabel 4.8 Struktur Dinamis	144
Tabel 4.9 Struktur Komunikator	150

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Teori Konvergensi Simbolik.....	25
Gambar 2.2 Mekanisme <i>Crowdfunding</i>	29
Gambar 2.3 Platform Media Sosial Paling Aktif 2018	40
Gambar 2.4 Analisis Penggunaan Facebook di Indonesia 2018.....	41
Gambar 2.5 Kerangka Konsep	62
Gambar 4.1 Metode Udunan Warga	84
Gambar 4.2 Alur Mekanisme Udunan Warga <i>Online</i> dan <i>Offline</i>	86
Gambar 4.3 Pengaturan Tempat Duduk Ngariung Bareng RK.....	87
Gambar 4.4 Daftar Harga Tiket Tempat Duduk Ngariung Bareng RK.....	87
Gambar 4.5 Video Udunan Warga.....	90
Gambar 4.6 Struktur Dasar Udunan Warga	138
Gambar 4.7 Screenshot Komentar Netizen.....	139

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tahun 2018 merupakan gelombang ketiga diselenggarakannya Pemilihan Kepala Daerah yang diikuti 171 daerah di Indonesia. Ini merupakan rangkaian proses menuju Pilkada serentak nasional yang menurut rencana digelar pada 2024 mendatang. Menurut (Ardiantoro, 2017:3) pelaksanaan Pilkada secara langsung dipahami dan dikonstruksi sebagai bagian dari cita-cita reformasi politik dimana rakyat memilih kepala daerah secara demokratis. Pilkada juga diharapkan dapat membuka ruang-ruang politik rakyat yang sebelumnya terasa sempit sehingga melahirkan penyelenggaraan pemerintahan yang responsif dan bertanggung jawab terhadap kepentingan masyarakat luas.

Salah satu masalah krusial dalam penyelenggaraan Pilkada adalah terkait mahalny biaya pendanaan kandidat untuk kampanye memenangi kontestasi pemilihan. Dana kampanye memang menjadi aspek penting dalam kontestasi pemilihan meskipun bukan satu-satunya faktor penentu kemenangan. Menurut Badoh dan Husodo dalam (Lukmajati, 2016:8), paling tidak terdapat empat faktor yang dapat mempengaruhi kampanye dalam pemilu yaitu kandidat, program kerja, isu kandidat, organisasi kampanye (mesin politik) dan sumber daya (uang).

Namun demikian, sumber daya dalam hal ini uang menjadi salah satu aspek penentu berjalanya aktivitas politik. Tanpa uang aktivitas politik tidak akan

berjalan dan tidak akan bekerja, dengan kata lain uang merupakan modal penggerak berjalanya aktivitas politik. Menurut Jakobson (1980) “Uang saja tidak cukup, tapi uang sangat berarti bagi keberhasilan kampanye. Uang menjadi penting karena kampanye memiliki pengaruh pada hasil pemilu dan kampanye tidak akan berjalan tanpa uang” (Lukmajati, 2016:9).

Harus diakui bahwa peran uang semakin vital dalam demokrasi modern antara lain digunakan dalam pembiayaan iklan, proses seleksi kandidat, penyelenggaraan survei termasuk mobilisasi pemilih selama kampanye.

Peran uang juga dikhawatirkan kian membahayakan proses demokrasi ketika setiap parpol dan kandidat terus berlomba-lomba memupuk uang dengan berbagai cara untuk membiayai proses pemenangannya (Edi Nasution, 2013:3). Berdasarkan sekumpulan besar opsi untuk mendanai partai politik atau kandidat dalam pemilihan, mengumpulkan dana melalui internet semakin banyak dilakukan para politisi selama masa kampanye atau yang dikenal dengan *crowdfunding*.

Michael Sullivan mencetuskan istilah “*crowdfunding*” yang mengacu kepada suatu skema pendanaan berbasis khalayak dengan memanfaatkan teknologi web 2.0. Sullivan mengkonsepkan *crowdfunding* sebagai mekanisme pendanaan berdasarkan timbal-balik (*reciprocity*), transparansi, kepentingan bersama (*shared-interest*) dan di atas semuanya, berasal dari khalayak masyarakat (Tirdanatan, 2014:124). Konsep ini kemudian digunakan Barack Obama dalam Pemilihan Presiden Amerika 2008 untuk mengumpulkan dana kampanye dari para donator dengan nominal yang kecil.

Berdasarkan laporan *Obama Online Operation* (Triple O) diketahui 3 juta donatur menghasilkan total 6,5 juta donasi *online* dan bertambah hingga lebih dari 500 juta dolar. Dari jumlah 6,5 juta sumbangan, 6 juta secara bertahap bernilai 100 dolar atau kurang. Sumbangan *online* rata-rata adalah 80 dolar, dan rata-rata donator obama memberi lebih dari satu kali sumbangan (Ahmed Elfeky, 2015:17).

Menyadari potensi *crowdfunding* yang begitu besar maka pada tahun 2012, Obama kembali menargetkan target kampanye yang sama kepada para pemilih dengan memunculkan sebuah video donasi miliknya yang diposting saluran youtube resminya. Obama akhirnya mengumpulkan \$ 631 juta untuk sumbangan individu dimana \$ 214 juta di antaranya berasal dari donor kecil, yang kira-kira tiga kali jumlah yang didapatkan Mitt Romney melalui cara yang sama (Ahmed Elfeky, 2015:18).

Selain itu, Obama juga memanfaatkan kekuatan media social seperti facebook, twitter dan youtube untuk menggalangan dukungan publik yaitu tidak hanya untuk memilih tapi juga untuk menjadi relawan dan mengikuti kampanye terbukanya di sejumlah kota besar di Amerika.

Pengalaman dan kesuksesan Barack Obama memanfaatkan internet kemudian ditiru banyak politisi diseluruh dunia untuk menghasilkan dua tujuan utama yang hendak dicapai yaitu penggalangan dana kampanye dan dukungan sukarelawan politik (Simarmata, 2014:124). Hal ini menandakan juga adanya pelibatan warga yang lebih aktif dalam kampanye politik selain hanya memberikan suara pada hari pemilihan.

Penggalangan dana berbasis *online* (*crowdfunding*) dan gerakan relawan politik kemudian diadopsi politisi di berbagai negara tak terkecuali di Indonesia. Penggalangan dana secara *online* dalam kampanye politik pertama kali dilakukan oleh pasangan Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan Djarot Saiful Hidayat pada Pemilihan Gubernur di DKI Jakarta tahun 2017. Kemudian pada Pilkada Serentak 2018 yang diikuti 171 daerah, terdapat dua pasangan calon yang melakukan hal yang sama yaitu Pasangan Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum dan Pasangan Gubernur Sulawesi Selatan Nurdin Abdullah-Andi Sudirman Sulaiman.

Pada pelaksanaan Pilkada Serentak 2018 lalu, tim relawan pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum (Rindu) melakukan program penggalangan dana kampanye dengan nama 'Udunan Warga' (Urunan Warga) dan Gerakan 150.000 Relawan Jabar Juara melalui situs <https://jabarjuara.id/>. Terkait dengan program penggalangan dana kampanye politik, Koordinator Relawan Jawa Barat Juara, Moch. Hanief mengatakan bahwa:

“relawan yang terhimpun ingin warga menjadi pemeran utama dalam pendanaan demokrasi. Ke depan, kandidat yang menang hanya berhutang pada cita-cita warga, bukan kepada pihak-pihak tertentu yang sering menjadi ATM calon kepala daerah. Kami ingin bersama-sama mengedukasi warga untuk ikut serta dalam sistem pendanaan politik, agar kedepan kualitas demokrasi kita meningkat” (Kompas.com).

Penggalangan dana tersebut dilakukan dengan dua cara yaitu *online* dan *offline*. Penggalangan dana secara *online* dapat dilakukan dengan mengakses situs <https://jabarjuara.id/> adapun warga yang ingin menyumbangkan secara *offline* dapat menghubungi posko atau rumah pemenangan Jabar Juara yang tersebar di 27 kabupaten kota di Jawa Barat untuk mengisi data diri karena tim relawan tidak

melakukan transaksi secara tunai melainkan melalui kartu debit, kredit, atau setoran tunai melalui bank. Warga dipersilakan menyumbang mulai dari nilai terkecil Rp 10.000. Nilai sumbangan mengacu pada Peraturan KPU No. 5 tahun 2017 tentang Dana Kampanye Peserta Pilkada. Pada peraturan tersebut disebutkan bahwa dana kampanye yang berasal dari perorangan maksimal Rp 75 juta sedangkan dari kelompok atau badan hukum swasta maupun dari partai politik atau gabungan parpol maksimal Rp 750 juta.

Berdasarkan laporan pendapatan yang tertera di situs <https://udunan.jabarjuara.id> jumlah penggalangan donasi yang terkumpul hingga Juni 2018 sebesar 1.983.177.664 (\pm 2 Milyar) dengan rincian Rp 39.307.000 (Periode 2017 - 31 Januari 2018), Rp 1.367.482.819 (Periode Februari 2018), Rp 8.260.000 (Periode Maret 2018), Rp 563.767.845 (Periode April 2018), Rp 4.370.000 (Periode Mei) dan Rp 770.109 (Periode Juni 2018) (<https://jabarjuara.id/laporan/>).

Platform jabarjuara.id tidak hanya diperuntukan untuk penggalangan dana secara *online* melainkan juga digunakan untuk pendaftaran relawan politik yang diberi nama Gerakan 150.000 Relawan Jabar Juara. Gerakan relawan terbagi kepada tiga bagian yaitu relawan media social, saksi TPS dan *door to door campaign*.

Panggilan terbuka bagi relawan pada saat kampanye atau pemilihan untuk mengerjakan tugas secara *online* juga merupakan bagian dari kekuatan media baru (internet) yang dinamakan *crowdsourcing*. Istilah *crowdsourcing* sendiri merupakan istilah yang lebih dahulu populer sebelum *crowdfunding* bahkan

beberapa peneliti seperti Aitamurto (2012:14) dan Hemer (2011:16) menganggap *crowdfunding* merupakan salah satu model dari *crowdsourcing* dimana *crowdfunding* hanya menekankan pada pengumpulan dana.

Sejak program penggalangan dana dideklarasikan dari November 2017 hingga bulan Juni 2018, tim relawan membuat video maupun pesan teks yang diposting di beberapa jejaring social milik Relawan Jabar Juara termasuk Fanpage Ridwan Kamil seperti facebook, twitter, youtube, instagram dan di platform *crowdfunding* <https://jabarjuara.id> dalam rangka menyebarluaskan informasi dan mengirimkan pesan bahwa pentingnya program ini untuk didukung.

Dari sejumlah video maupun teks tertulis yang diposting di beberapa media sosial, program ini kemudian memicu diskusi politik atau interaksi dari komunitas virtual khususnya yang ada di Fanpage Facebook Ridwan Kamil. Komunitas virtual diartikan sebagai sekelompok orang yang berbagi informasi di dunia maya, mendiskusikan kepentingan bersama, dan memiliki potensi untuk mendukung serta memecahkan persoalan bersama-sama (Kollock dan Smith dalam Heryanto, 2018: 188).

Merujuk pada pendapat Kollock dan Smith tersebut, komunitas virtual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah anggota atau para pengikut Ridwan Kamil di fanpage facebook miliknya dengan karakteristik antara lain berinteraksi di jejaring sosial facebook, mendiskusikan kepentingan bersama terkait video udunan warga dan berpotensi memiliki kesadaran kelompok bersama (*shared group consciousness*) untuk mendukung gerakan udunan warga (*crowdfunding*).

Video penggalangan dana (*crowdfunding*) yang memicu adanya interaksi di fanpage facebook Ridwan Kamil diposting pada 20 Februari 2018 berjudul “udunan warga” berbentuk animasi yang mendeskripsikan alasan mengapa kita harus bergotong royong patungan atau udunan.

Pertanggal 3 Mei 2018, video tersebut telah ditonton sebanyak 24.439 tayangan dan memperoleh 2.073 tanggapan (1.934 suka, 102 super, 24 tertawa, 7 sedih, 1 marah), 648 komentar serta 169 kali dibagikan. Adapun jumlah pengikut fanpage facebook Ridwan Kamil adalah 3.318.730 orang.

Adanya interaksi komunitas virtual di fanpage facebook Ridwan Kamil tersebut dapat dijelaskan melalui teori konvergensi simbolik yaitu bagaimana orang-orang secara kolektif membangun kesadaran simbolik bersama melalui pertukaran pesan. Kesadaran simbolik yang terbangun dalam proses tersebut kemudian menyediakan semacam makna, emosi dan motif untuk bertindak bagi orang-orang atau kumpulan orang yang terlibat di dalamnya. Sekumpulan individu ini dapat berasal dari kelompok orang yang saling mengenal dan berinteraksi dalam waktu yang relative lama, bisa juga bersumber dari orang-orang yang tidak saling mengenal dan memiliki cara berbeda dalam menafsirkan lambang yang digunakan tapi kemudian mereka berkomunikasi sehingga terjadi konvergensi yang pada gilirannya menciptakan realitas simbolik bersama (Suryadi, 2010:430-431).

Singkatnya, teori konvergensi simbolik mengkaji “perbincangan” dan menjelaskan tampilan kesadaran simbolik umum diantara para komunitas (Heryanto, 2018:190).

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan maka penelitian ini mengkaji tentang konvergensi simbolik penggalangan dana (*crowdfunding*) dalam kampanye politik di Fanpage Facebook Ridwan Kamil. Alasan Ketertarikan untuk mengkaji penelitian ini diantaranya:

Pertama, penggalangan dana secara online (*crowdfunding*) dalam kampanye politik merupakan fenomena baru di Indonesia dan masih sedikit penelitian terpublikasi yang membahas hal tersebut.

Kedua, penggalangan dana secara online (*crowdfunding*) tidak dapat dilepaskan dari pemanfaatan media social. Fanpage Facebook Ridwan Kamil membantu Tim Relawan Jabar Juara dalam mensosialisasikan program tersebut hingga menimbulkan interaksi diantara para penggunanya. Indonesia sendiri tercatat sebagai negara keempat pengguna facebook terbanyak di dunia sekitar 130 juta pengguna sehingga kajian mengenai perbincangan netizen terkait penggalangan dana kampanye politik di facebook menjadi relevan.

Ketiga, teori konvergensi simbolik dapat diterapkan dalam konteks kampanye politik untuk menjelaskan bagaimana proses pertukaran pesan menimbulkan kesadaran kelompok (*shared group consciousness*) yang menghasilkan hadirnya makna, motif, emosi dan perasaan bersama diantara para komunitas saat program penggalangan dana tersebut dibagikan di media social facebook.

Keempat, kesadaran simbolik umum diantara para komunitas yang dikenal dengan *shared group consciousness* dalam teori konvergensi simbolik inilah yang

kemudian menjadi pendorong lahirnya gerakan *crowdfunding* di media social facebook.

B. Perumusan Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang dan pemaparan yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana konvergensi simbolik *crowdfunding* dalam kampanye politik Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara di Fanpage Facebook Ridwan Kamil?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan penelitian yang dirangkum dalam rumusan permasalahan maka terdapat beberapa tujuan penelitian yang menjelaskan tentang:

- 1) Penggalangan dana kampanye politik Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum meliputi inisiator dan jenis penggalangan dana yang digunakan.
- 2) Mekanisme penggalangan dana (*crowdfunding*) yang terdiri dari pencari dana, platform penghubung, donatur, dan batas waktu yang telah ditentukan.
- 3) Proses konvergensi simbolik *crowdfunding* dalam kampanye politik di Fanpage Facebook Ridwan Kamil oleh Tim Relawan Jabar Juara meliputi struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator, struktur medium dan struktur evaluative.

D. Signifikansi Penelitian

1) Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memperkaya kajian ilmu komunikasi politik mengenai konvergensi simbolik penggalangan dana (*crowdfunding*) dalam kampanye politik di media sosial.

2) Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para politisi atau tim relawan tentang tema fantasi yang potensial untuk diimplementasikan dalam rangka penggalangan dana kampanye politik secara *online*.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini membahas proses konvergensi simbolik yaitu perbincangan netizen terkait video penggalangan dana kampanye berjudul Udunan Warga tautannya dengan kesadaran bersama diantara para partisipan yang berinteraksi di media social facebook.

Pada umumnya penelitian terdahulu yang membahas konvergensi simbolik menggunakan *Forum Grup Discussion* (FGD) untuk memperdalam penelitian terkait interaksi dan dinamika diskusi yang terjadi diantara para anggota dalam sebuah komunitas.

Hal ini menjadi kelemahan karena penelitian ini tidak menggunakan FGD meskipun telah melakukan observasi di Fanpage Facebook Ridwan Kamil dan

wawancara melalui sambungan telepon kepada 4 orang facebooker yang telah memberikan komentar mereka terkait video udunan warga.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam hal mengakses komentar netizen terkait video udunan warga. Informasi yang tertera di FB menyatakan bahwa video tersebut pertanggal 3 Mei 2018 berisi 648 komentar namun komentar yang dapat diakses untuk penelitian ini hanya 234 komentar saja.

F. Sistematika Penulisan

Guna memudahkan pembaca memahami pembahasan dalam penelitian ini maka disajikan sistematika penulisan dalam 5 bab yaitu:

Bab I adalah pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, keterbatasan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II adalah tinjauan pustaka dan kerangka konsep yang berisikan kerangka teoritis atau landasan teori yang relevan dan berfungsi sebagai instrument pendukung permasalahan dan kajian serta merupakan mata rantai yang menjembatani pengetahuan teoritis dan permasalahan/kondisi faktual di lapangan yang dikaji, berupa kutipan-kutipan dari berbagai buku dan referensi yang berhubungan dengan penelitian meliputi komunikasi politik, kampanye politik, teori konvergensi simbolik, *crowdsourcing* dan *crowdfunding*, media baru, penelitian terdahulu dan kerangka konsep.

Bab III adalah metodologi penelitian yang berisikan pendekatan penelitian, metode penelitian, sifat penelitian, penjelasan konsep, waktu penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan uji keshahihan data.

Bab IV adalah hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini diuraikan hasil penelitian mengenai penggalangan dana kampanye politik yang dilakukan oleh Tim Relawan Jabar Juara, mekanisme penggalangan dana yang dilakukan baik secara *offline* maupun online (*crowdfunding*) dan analisis terhadap konvergensi simbolik penggalangan dana yang dilakukan di media social facebook yang terdiri dari struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator, struktur medium dan struktur evaluative kemudian diakhiri dengan pembahasan

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada bab ini dikemukakan secara singkat dan jelas mengenai apa saja yang diperoleh selama penelitian berlangsung serta menjawab apa saja menjadi permasalahan penelitian serta tujuannya. Dilanjutkan dengan saran, berupa rekomendasi ide peneliti berdasarkan pengetahuan serta pengalaman bagi akademisi dan praktisi yang tertarik mengkaji lebih dalam mengenai komunikasi politik khususnya tentang konvergensi simbolik penggalangan dana kampanye.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

A. Komunikasi Politik

Istilah komunikasi (*communication*) berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama” atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Sementara, istilah politik berasal dari bahasa Yunani *politika* (yang berhubungan dengan negara) dengan akar katanya *polites* (warga negara) dan *polis* (negara kota) (Heryanto, 2013:2).

Secara terminology, Laswell (1960) mendefinisikan komunikasi sebagai *who says what in which channel to whom with what effect*. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Jadi berdasarkan definisi tersebut, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media sehingga menimbulkan efek tertentu.

Adapun politik adalah aktivitas atau sikap yang berhubungan dengan kekuasaan dan yang bermaksud untuk mempengaruhi dengan jalan mengubah atau mempertahankan suatu bentuk susunan masyarakat (Deliar Noer, 1983:6 dalam Heryanto, 2013:2). Dengan demikian komunikasi politik dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan yang bercirikan politik dari komunikator politik kepada khalayak politik melalui media tertentu yang bertujuan mempengaruhi dengan jalan mengubah atau mempertahankan suatu kepentingan masyarakat (Heryanto, 2013:3).

Denton dan Woodward memberikan karakteristik komunikasi politik dalam istilah *intention* (tujuan) pengirimnya untuk mempengaruhi lingkungan politik (*the political environment*). Faktor penting yang membuat terjadinya komunikasi politik bukanlah sumber sebuah pesan melainkan isi dan tujuannya. (Woodward, Denton, R.E, 1990:14). Jika Denton menyebut faktor *the intentionality of political communication*, maka secara sederhana Brian McNair menyebutnya sebagai *purposeful communication about politics*.

Menurut Simarmata (2014:6) penjelasan Denton terkait komunikasi politik lebih menekankan pada tataran makro yaitu pada tingkat struktur politik. Sementara Brian McNair melihat komunikasi politik lebih mikro. Brian McNair membagi komunikasi politik ke dalam tiga kategori yaitu:

- 1) Segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para politisi dan aktor-aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan-tujuan khusus.
- 2) Komunikasi yang ditunjukkan kepada aktor-aktor politik oleh orang-orang yang bukan politisi misalnya para pemilih (*voters*) dan kolumnis-kolumnis di media massa.
- 3) Komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktifitas mereka yang dipublikasikan dan menjadi isi laporan berita, editorial, serta bentuk diskusi politik lainnya di media massa.

Begitu banyak definisi terkait komunikasi politik, namun singkatnya komunikasi politik dapat dipahami sebagai peran komunikasi dalam proses politik (Chaffe, 1975 dalam Heryanto, 2013:4).

B. Kampanye Politik

Kampanye adalah bagian dari aktivitas komunikasi politik. Sebagaimana komunikasi politik, kampanye politik atau kampanye pemilu juga terdiri dari komponen atau elemen kampanye yaitu: komunikator, pesan kampanye, media sebagai saluran kampanye, komunikan dan efek kampanye.

Terdapat beberapa definisi kampanye menurut para ahli diantaranya Menurut Pfau dan Parrot dalam (Heryanto, 2013:21), kampanye didefinisikan sebagai suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

Pfau dan Parrot juga menjelaskan kampanye adalah “*Campaign are inherently persuasive communication activities*”. Terdapat 4 aspek dalam kampanye persuasif yang tidak dimiliki tindakan persuasif perorangan yaitu:

- (1) Kampanye secara sistematis berupaya menciptakan “tempat” tertentu dalam pikiran khalayak tentang produk, kandidat atau gagasan yang disodorkan
- (2) Kampanye berlangsung dalam berbagai tahapan mulai dari menarik perhatian khalayak, menyiapkan khalayak untuk bertindak hingga akhirnya mengajak mereka melakukan tindakan nyata.
- (3) Kampanye juga mendramatisasi gagasan-gagasan yang disampaikan pada khalayak dan mengundang mereka untuk terlibat baik secara simbolis maupun praktis, guna mencapai tujuan kampanye.

- (4) Kampanye juga secara nyata menggunakan kekuatan media massa dalam upaya menggugah kesadaran hingga mengubah perilaku khalayak

Tujuan dari kampanye itu sendiri biasanya diarahkan pada tiga tahap yaitu menciptakan perubahan pada tataran pengetahuan kognitif, perubahan sikap yang sasarannya untuk memunculkan simpati, rasa suka atau kepedulian khalayak terhadap isu yang menjadi tema kampanye kemudian tahap terakhir adalah mengubah perilaku khalayak secara konkret dan terukur (Heryanto, 2013:23).

Menurut Charles U Larson dalam (Heryanto, 2013:22), kampanye terbagi kepada tiga jenis yaitu:

- 1) *Product Oriented Campaigns*. Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.
- 2) *Candidate Oriented Campaigns*. Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: kampanye politik.
- 3) *Ideologically campaigns*. Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau *social change campaigns*, yakni kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yg terkait. Contoh: kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah.

C. Teori Konvergensi Simbolik

1. Konseptualisasi Umum Teori Konvergensi Simbolik

Kemunculan *Symbolic Convergence Theory* (SCT) atau dalam bahasa Indonesia menjadi Teori Konvergensi Simbolik (TKS) diilhami dari riset Robert Bales mengenai komunikasi dalam kelompok-kelompok kecil. Pada penelitian yang dilakukan tahun 1950-an tersebut, Bales sebenarnya memfokuskan penyelidikannya pada perilaku anggota kelompok. Namun dalam proses tersebut, Bales menemukan kenyataan lain yang menarik minatnya yaitu adanya kecenderungan anggota-anggota kelompok menjadi dramatis dan berbagi cerita, ketika kelompok mengalami ketegangan (Suryadi, 2010:427).

Ernest Bormann meminjam gagasan tersebut untuk direplikasi ke dalam tindakan retorik masyarakat dalam skala yang lebih luas dari sekedar proses komunikasi kelompok kecil. Penelitian-penelitian Bormann secara intensif sepanjang tahun 1970-an lantas bermuara pada munculnya Teori Konvergensi Simbolik.

Ada beberapa asumsi Ernest Bormann tentang Teori Konvergensi Simbolik, diantaranya:

- a) Bormann (1985:128) menyatakan bahwa teorinya dibangun dalam kerangka paradigma Naratif yang meyakini bahwa manusia merupakan Homo Narrans yakni makhluk yang saling bertukar cerita atau narasi untuk menggambarkan pengalaman dan realitas sosialnya.
- b) Bormann menyatakan bahwa Teori Konvergensi Simbolik adalah teori umum (*general theory*) yang mengupas tentang fenomena pertukaran

pesan yang memunculkan kesadaran kelompok yang berimplikasi pada hadirnya makna, motif dan perasaan bersama (Hirokawa dan Pole, 1986 dalam Suryadi, 2010:430). Proses konvergensi dapat muncul bukan hanya dalam kelompok kecil yang relative saling mengenal tetapi bisa juga terjadi pada rapat akbar atau suatu saat seseorang mendengarkan ceramah atau ketika kita menikmati film dan iklan politik di televisi.

- c) Bormann mengartikan istilah konvergensi (*convergence*) sebagai suatu cara dimana dunia simbolik pribadi dari dua atau lebih individu menjadi saling bertemu, saling mendekati satu sama lain atau kemudian saling berhimpitan. Sedangkan istilah simbolik sendiri terkait dengan kecenderungan manusia untuk memberikan penafsiran dan menanamkan makna kepada berbagai lambang, tanda, kejadian yang tengah dialami, atau bahkan tindakan yang dilakukan manusia.

Bormann (1985:129-130) menyebutkan tiga aspek atau struktur penting yang membentuk bangunan teori ini yakni:

1. Penemuan dan penataan bentuk serta pola komunikasi berulang yang mengindikasikan hadirnya kesadaran bersama dalam kelompok secara evolutif
2. Deskripsi tentang kecenderungan dinamis dalam sistem komunikasi yang menerangkan mengapa kesadaran kelompok muncul, berlanjut, menurun, dan pada akhirnya menghilang.
3. Faktor-faktor yang menerangkan mengapa orang-orang terlibat dalam tindakan berbagi fantasi.

Disamping itu, terdapat dua asumsi pokok yang menjadi dasar Teori Konvergensi Simbolik yaitu:

Pertama, realitas diciptakan melalui komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi menciptakan realitas melalui pengaitan antara kata-kata yang digunakan dengan pengalaman atau pengetahuan yang diperoleh.

Kedua, makna individual terhadap simbol dapat mengalami konvergensi (penyatuan), sehingga menjadi realitas bersama. Realitas dalam teori ini dipandang sebagai susunan narasi atau cerita-cerita yang menerangkan bagaimana sesuatu harus dipercayai oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya. Cerita tersebut bermula diperbincangkan dalam lingkungan kelompok, kemudian disebarkan ke lingkungan masyarakat yang lebih luas.

2. Elemen-Elemen Konvergensi Simbolik

Bormann menyebut metode untuk mengoperasionalkan teorinya dengan istilah *Fantasy Theme Analysis* (FTA), terdapat beberapa istilah-istilah kunci dan elemen-elemen dalam Teori Konvergensi Simbolik yang terdiri dari struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator, struktur medium dan struktur evaluative.

Struktur dasar terdiri dari empat unsur yaitu tema fantasi, tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga. Berikut penjelasannya:

1. **Tema Fantasi (*Fantasy Theme*)**. Bormann mendefinisikan tema fantasi sebagai isi pesan yang didramatisasi hingga memicu rantai

fantasi (*the content of the dramatizing message that sparks the of reactions and feelings is called a fantasy theme*) (Bormann, 1985:131). Menurut Miller (2002 dalam Suryadi, 2010:432), *fantasy theme* (tema fantasi) yang diartikan sebagai dramatisasi pesan, dapat berupa lelucon, analogi, permainan kata, cerita, dan sebagainya yang memompa semangat berinteraksi.

Secara harfiah, *fantasy chain* diartikan sebagai rantai fantasi. Maksudnya, ketika pesan yang didramatisasi berhasil mendapat tanggapan dari partisipan komunikasi, hingga meningkatkan intensitas dan kegairahan partisipan dalam berbagi fantasi. Ketika fantasi yang berkembang, maka terjadilah rantai fantasi. Ketika rantai fantasi tercipta, tempo percakapan jadi meningkat, antusiasme partisipan muncul, dan timbul peningkatan rasa empati dan umpanbalik di antara partisipan komunikasi (Suryadi, 2010:433).

Tema Fantasi juga dapat diartikan sebagai bagian dari pesan drama-drama besar yang panjang dan rumit dari sebuah cerita yang dipaparkan melalui visi retorik. Menurut Cragan meskipun tema fantasi merupakan pesan hal ini juga menjadi bagian dari kesadaran komunitas melalui proses dinamika sharing (Cragan dalam Heryanto, 2013: 47).

2. **Tipe Fantasi (*Fantasy Type*)**. Bormann mengartikan konsep ini sebagai tema-tema fantasi yang berulang dan dibicarakan pada situasi yang lain, dengan karakter yang lain dan latar yang lain, namun dalam

alur cerita yang sama. Jika kerangka narasi (*the narrative frame*) sama, tetapi tokoh, karakter, atau settingnya berbeda, maka tema tersebut dapat dikelompokkan dalam satu jenis fantasi yang sama. Sementara, bila terdapat beberapa tema fantasi, atau kerangka narasi yang berbeda, itu berarti terdapat beberapa tipe fantasi (Suryadi, 2010:434). Menurut Trenholm (1986 dalam Suryadi 2010:), tipe fantasi adalah kerangka narasi bersifat umum yang terkait dengan pertanyaan atau masalah tertentu.

Sederhananya tipe fantasi ini merupakan stok skenario yang digunakan untuk menjelaskan kejadian-kejadian baru dalam bentuk dramatic yang dikenal khalayak. Tipe fantasi sering juga berfungsi sebagai rumah social dari visi retorik yang muncul karena cenderung untuk memunculkan makna, emosi, dan motif tindakan untuk setiap anggota dari komunitas retorik (Cragan, 1998 dalam Heryanto, 2013:48).

3. **Symbolic Cue (Isyarat Simbolik).** Kelompok yang telah berinteraksi lama akan mengembangkan semacam *symbolic cue* atau petunjuk simbolis yang biasanya telah dipahami bersama. *Symbolic cue* atau isyarat simbolik merupakan indikator retorik atau kode yang mendukung tema fantasi. Biasanya berwujud kata, frase atau symbol. Misalkan lambang X maka akan teringat Malcolm X.
4. **Saga** adalah ucapan yang senantiasa diulang-ulang dalam pencapaian kehidupan seseorang, kelompok, komunitas, organisasi dan negara

atau bisa juga kaum puritan. Misalkan “*the great experiment in democracy*” dan lain sebagainya.

Disamping keempat konsep kunci tersebut, Bormann juga menjelaskan bahwa dalam setiap analisis fantasi, atau kajian visi retorik yang lebih luas lagi, selalu terdapat empat elemen pokok lainnya yang membangun struktur pesan yaitu: *dramatic personae, plotline, scene dan sanctioning agents*.

1. Visi retorik diartikan sebagai *sharing a fantasy theme and types across under a wider*. Di sini tema-tema fantasi itu telah berkembang dan melebar keluar dari kelompok yang mengembangkan fantasi tersebut pada awalnya. Karena perkembangan tersebut, maka tema-tema fantasi itu menjadi fantasi masyarakat luas dan membentuk semacam *rhetorical community* (komunitas retorik). Sederhananya, visi retorik adalah drama yang menghadirkan sebuah realitas simbolik umum.
2. Tokoh-tokoh terlibat (*dramatic personae atau character*). *Dramatic personae* adalah penggambaran karakter dari visi retorik dapat berupa pahlawan, penjahat dan pemain pendukung lainnya.
3. Alur cerita (*plotline*). Alur cerita merupakan rangkaian cerita yang kembangkan, berikut tindakan-tindakan yang dilakukan.
4. Latar (*scene*). Pada aspek latar, tercakup lokasi, berbagai peralatan atau perlengkapan terkait, serta aspek sosiokultural dalam latar tersebut.

5. Agen penentu kebenaran cerita (*sanctioning agents*). *Sanctioning agent* yang akan menentukan dan melegitimasi kebenaran cerita biasanya melalui power tertinggi

Struktur dinamis bisa dipahami sebagai struktur mendalam dari visi retorik dalam proses konvergensi simbolik yang secara dominan terdiri dari *righteous master analogue*, *social master analogue* dan *pragmatic master analogue*.

1. *Righteous Master Analogue*, menggambarkan cara yang benar melakukan sesuatu.
2. *Social Master Analogue*, menggambarkan hubungan manusiawi atau interpersonal.
3. *Pragmatic Master Analogue*, menghadirkan efisiensi atau cara yang dilakukan agar memiliki ongkos efektif dalam melakukan sesuatu apapun sebaliknya.

Struktur komunikator, ini menyangkut siapa saja yang membagi tema fantasi untuk menciptakan rasa memiliki realitas (*sense of reality*). Pada konteks ini, ada beberapa konsep *fantasizers*, *rhetorical community* dan *communication style*:

1. *Fantasizer*, sejumlah individu yang memposisikan diri lebih siap dari pada yang lain. Maksudnya perhatian mereka tertuju pada atribut komunikator. Biasanya mereka mengambil inisiatif, menghiasi, merekonfigurasi, mereskonstruksi sejumlah tema fantasi sehingga

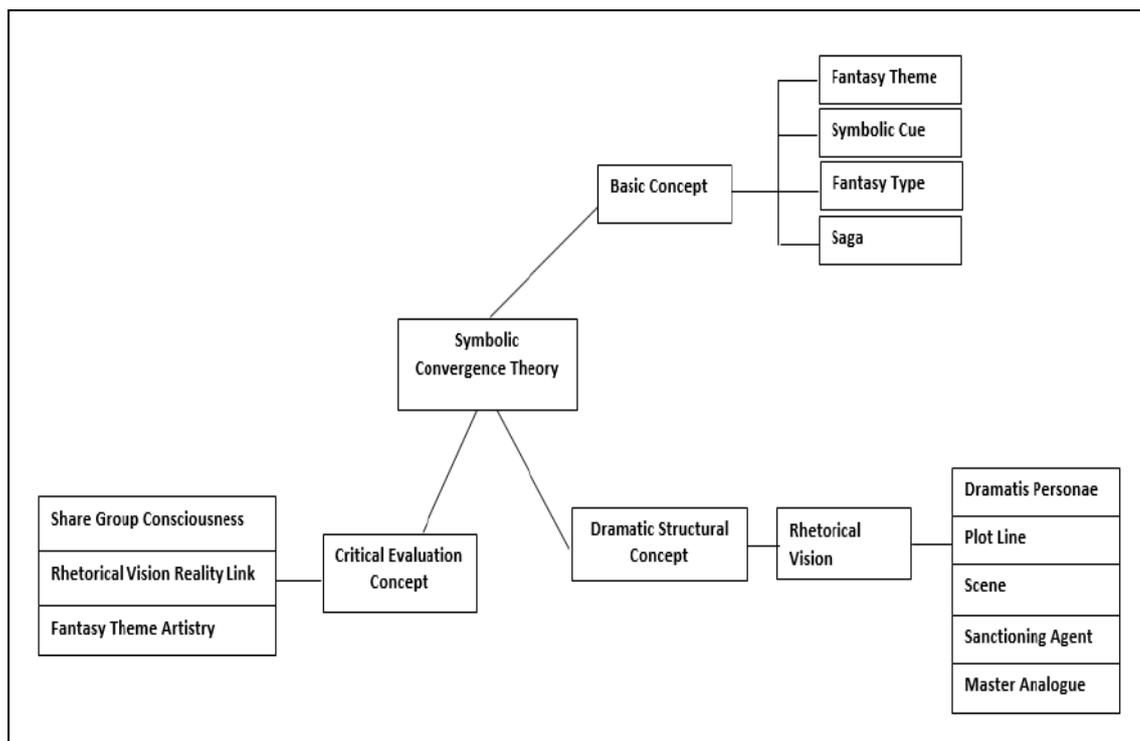
muncul kesadaran baru untuk memperbincangkan sesuatu diantara partisipan.

2. *Rhetorical Community*, merupakan partisipan dalam sebuah visi retorik yang membagi kesadaran bersama.
3. *Communication Style*, menggambarkan penggunaan bahasa yang luas dari komunitas yang menciptakan diskursus. Ini juga menggambarkan rasa yang dibagi di antara komunitas sebagai bagian dari keanggotaan dan interaksi komunikasi.

Struktur medium, terdiri dari dua kategori yakni kategori *group sharing* dan *public sharing*. Sifat *public sharing* melibatkan banyak orang dalam jumlah besar sementara *group sharing* melibatkan kelompok yang lebih terbatas.

Struktur evaluatif, terdiri dari kesadaran kelompok bersama (*shared group consciousness*), *reality link*, *fantasy theme artistry*. Istilah *shared group consciousness* ini merupakan sebuah evaluasi yang mengingatkan kita memeriksa ulang Konvergensi Simbolik. Biasanya dalam konteks ini kita melihat konektivitas masyarakat yang telah berbagi tema fantasi atau memberi semacam interpretasi terhadap realitas yang berlangsung. *Evaluasi reality link* sebenarnya kontekstual atau keterhubungan pembicaraan dengan realitas. Sementara *theme artistry* yakni penilaian kita terhadap kreativitas retorik, kebaruan nilai kompetitif dari *tema fantasi*, *symbolic cue*, *fantasy types*, *saga* dan *visi retorik*.

Lee Hopskin (2011) membuat bagan yang menjelaskan akar tema fantasi yang berasal dari Teori Konvergensi Simbolik sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Teori Konvergensi Simbolik

Sumber: (Hopskin, 2011).

Penerapan Teori Konvergensi Simbolik dalam bidang praktis dan akademis akhir-akhir ini semakin banyak. Hal ini tentu saja berkaitan dengan luasnya konteks komunikasi yang dapat dijangkau oleh teori ini. Dari segi komunikasi, Teori Konvergensi Simbolik dianggap sebagai teori umum yang dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi, seperti komunikasi antarpribadi, kelompok, organisasi, public ataupun komunikasi massa. Sementara itu, Kartikawangi (2013:31) menegaskan bahwa tema fantasi yang ada dalam Teori Konvergensi Simbolik memiliki signifikansi dalam beberapa hal yaitu:

1. Memberi penekanan pada fungsi bahasa imajinatif dalam membangun kesadaran kolektif dan kebersamaan kelompok.
2. Audiensi kembali menjadi pusat kajian komunikasi. Sebelumnya, untuk beberapa waktu secara esensial audiens menghilang dan

penekanan bergeser kepada teks. ini artinya membawa audiens kembali pada paradigm sebelumnya bahwa terdapat pembicara, pesan dan audiens.

3. Analisis tema fantasi merupakan pendekatan social untuk mengkaji komunikasi dalam konteks kolektivitas.
4. Analisis tema fantasi memungkinkan suatu analisis yang lebih kompleks atas Bahasa imajinatif baik fiksi maupun nonfiksi.

D. Crowdsourcing dan Crowdfunding

Crowdfunding berasal dari konsep yang lebih luas dari *crowdsourcing*. Jika diartikan secara per kata, *crowdsourcing* terdiri atas dua komponen, yaitu *crowd* (kerumunan orang) dan *sourcing* (sumberdaya). Bila digabungkan, maka terjemahan bebasnya dapat diartikan sebagai sesuatu sistem atau konsep sumber daya berbasis kerumunan (Andriansyah, 2009).

Istilah *crowdsourcing* pertama kali diperkenalkan oleh seorang editor majalah bisnis bernama Jeff Howe. Pada Juni 2006, Jeff Howe merilis artikel berjudul *The Rise of Crowdsourcing* dalam edisi majalah *Wired* yaitu suatu tindakan yang dilakukan perusahaan dalam mengambil fungsi yang pernah dilakukan oleh karyawan atau *outsourcing* (alih daya) kemudian disebarluaskan secara terbuka untuk banyak orang yang terkoneksi dengan jaringan internet (Humer dan Darren, 2008:1).

Crowdsourcing dapat diartikan sebagai panggilan terbuka bagi siapa saja untuk berpartisipasi dalam tugas online baik berupa informasi, pengetahuan

maupun bakat yang mereka miliki (Airtamurto, 2012:2). Terdapat Perbedaan antara *crowdsourcing* dan *outsourcing*. *Crowdsourcing* mengacu pada sekelompok orang yang tidak terdefinisi untuk ikut serta berpartisipasi sedangkan *outsourcing* menekankan pada agen tertentu yang telah diberikan tugas (Airtamurto, 2012:2) biasanya terikat kontrak, jelas deskripsi tugas dan tanggungjawabnya serta jelas manfaat pembayaran kepada kedua belah pihak (Andriansyah, 2009).

Salah satu yang perlu ditekankan dari konsep *crowdsourcing* adalah adanya komunitas (kerumunan) yang bersedia untuk melakukan tugas secara sukarela (Brabham, 2013:3). Saat ini, *crowdsourcing* tidak hanya berguna untuk membagikan informasi dan meningkatkan pengetahuan kolektif melainkan juga untuk membangun komunitas, kreativitas kolektif dan inovasi, *crowdfunding* (Bott dan Young, 2012:2) dan *citizen journalism* (Airtamurto, 2012:16).

Dalam praktek *crowdsourcing* politik, kreativitas kolektif dan inovasi dapat terlihat ketika masa kampanye dimana kerumunan dilibatkan dalam menterjemahkan visi dan misi kandidat melalui desain profil politik, slogan, t-shirt, logo, serta meme (Khoma, 2015:51). Adapun ide dasar *crowdfunding* adalah mengumpulkan uang melalui kontribusi yang relatif kecil dari sejumlah besar orang (Bradford, 2012:10). *Crowdfunding* politik menjadi salah satu alternatif pencarian dana yang dilakukan calon kandidat untuk membiayai besarnya dana kampanye yang dibutuhkan.

Dengan demikian, jika *crowdsourcing* merupakan panggilan terbuka yang memungkinkan setiap orang berpartisipasi dalam menyelesaikan tugas secara

bersama-sama melalui internet maka *crowdfunding* hanya terbatas pada financial atau keuangan saja.

1. Definisi *Crowdfunding*

Terminologi *crowdfunding* pertama kali digagaskan oleh Michael Sullivan, seorang ahli eksperimen digital (*digital experimenter*) pada tahun 2006. Saat itu, Sullivan sedang meluncurkan proyek portal video blog yang diberi nama “fundavlog”. Proyek ini memiliki skema pendanaan sederhana berbasis web yang dideskripsikan sebagai “pendanaan berdasarkan timbal-balik (*reciprocity*), transparansi, kepentingan bersama (*shared-interest*) dan di atas semuanya, berasal dari khalayak masyarakat” (Gobble, 2012 dalam Tirdanatan dkk, 2014:124). Tiga tahun setelahnya, terminologi ini baru dikenal luas dan digunakan oleh media Amerika setelah keberhasilan Kickstarter.com pada tahun 2009.

Crowdfunding terinspirasi oleh *crowdsourcing* didefinisikan sebagai upaya kolektif yang dilakukan sekelompok orang guna mengumpulkan uang mereka bersama-sama, biasanya melalui internet dengan maksud untuk investasi dan mendukung usaha yang diinisiasikan oleh komunitas atau organisasi (Ordanini, 2011:1).

Canada Media Fund (2012:4) memberikan definisi *crowdfunding* dengan penekanan kepada peran sosial media yaitu penggalangan dana melalui pengumpulan sumbangan kecil dari masyarakat umum (dikenal sebagai kerumunan) menggunakan internet dan media sosial.

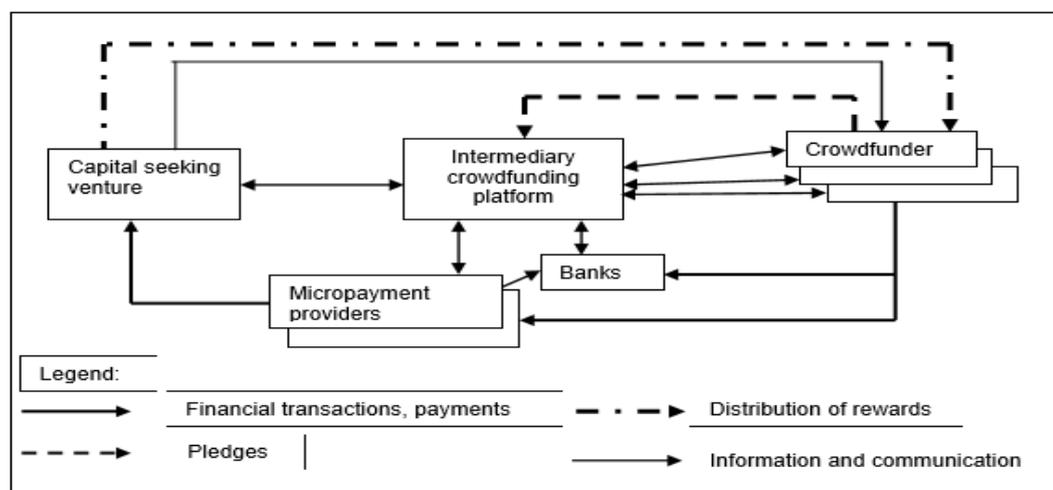
Visi dari *crowdfunding* adalah untuk memanfaatkan kekuatan orang banyak untuk mendanai usaha kecil, proyek yang tidak mungkin didanai oleh cara

tradisional, menggunakan platform *crowdfunding* atau jaringan sosial seperti Twitter, Myspace, dan Facebook. Guna mewujudkan visi ini, platform *crowdfunding* menyediakan platform untuk pembuat konten dan pemberi dana untuk bertukar sumber daya mewujudkan ide (Gerber dkk., 2012:2).

Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa *crowdfunding* sendiri merupakan sebuah fenomena dari kekuatan Web. 2.0. Dalam konteks ini, masyarakat atau “*crowd*” direpresentasikan sebagai para pengguna internet secara umum dan secara khusus oleh anggota komunitas online (*virtual communities*) serta para pengguna media sosial dan situs jejaring sosial lainnya.

2. Mekanisme *Crowdfunding*

Aktor utama dalam mekanisme *crowdfunding* adalah individu pencari dana, portal *crowdfunding* sebagai penghubung (*intermediary*), dan masyarakat sebagai donatur (Hemer, 2011:12). Berikut ini gambar mekanisme *crowdfunding* secara umum.



Gambar 2.2 Mekanisme Crowdfunding

Sumber: Hemer, 2011

Proses *crowdfunding* dimulai dengan individu pencari dana melakukan registrasi pada portal *crowdfunding* secara online. Setelah melakukan registrasi, pencari dana mengajukan proposal kepada portal *crowdfunding*. Portal *crowdfunding* bersama dengan melakukan seleksi atas proposal yang dikirimkan. Apabila diterima, maka proyek akan ditampilkan pada halaman portal dan individu pencari dana tersebut dinamakan kreator (Hemer, 2011:14).

Selama periode tertentu proyek tersebut ditampilkan pada halaman portal *crowdfunding* baik pihak portal *crowdfunding* dan kreator melakukan kampanye dan sosialisasi melalui media social. Masyarakat yang tertarik dapat berpartisipasi dengan menjadi donatur. Dana kemudian dikirimkan dengan cara transfer bank ke rekening milik portal *crowdfunding*.

Namun, ada juga pencari dana baik perseorangan maupun kelompok yang telah menerapkan konsep *crowdfunding* secara independen, dalam arti tidak bekerjasama dengan situs *crowdfunding* dalam menginformasikan kampanye mereka kepada netizen. Bagi mereka yang telah memiliki basis massa sendiri lebih memilih untuk mempublikasikan proyek *crowdfunding* melalui situs pribadi mereka dikarenakan sudah memiliki target massa yang jelas.

Julie S. Hui (2014:4) menyatakan bahwa pembuat proyek atau pencari dana terlibat dalam lima jenis pekerjaan yaitu (1) menyiapkan konten kampanye dan prototipe awal, (2) menguji materi kampanye, (3) mempublikasikan proyek *crowdfunding* kepada pendukung potensial, (4) menindaklanjuti dengan tujuan proyek, dan (5) sumber melakukan timbal balik ke komunitas *crowdfunding*.

3. Jenis-Jenis *Crowdfunding*

Beberapa ahli seperti (Bradford 2012:14), Massolution (2012:19) dan Belleflamme (2015:4) membagi *crowdfunding* berdasarkan empat kategori dilihat dari tipe portal, dana yang dikumpulkan dan hasil yang didapatkan penyandang dana atas kontribusinya yaitu:

- 1) Basis Pinjaman (*Consumer Lending atau Lending-based*). *Crowdfunding* berbasis pinjaman sangatlah mirip dengan mekanisme pinjaman pada umumnya, dimana individu dapat meminjam uang kepada suatu proyek dengan ekspektasi pengembalian. Menurut Canada Media Fund (2012:9), *crowdfunding* basis pinjaman yang umum terbagai kepada 3 macam yaitu:
 - a. Perjanjian Pinjaman Tradisional (*Traditional Lending Agreement*). Pada *crowdfunding* jenis ini terdapat termin standar dan tingkat bunga. Mekanisme *crowdfunding* ini dapat dikatakan sangat mirip dengan mekanisme institusi keuangan dimana perusahaan meminjamkan sejumlah uang (bernominal kecil) dengan tingkat bunga yang cukup tinggi bagi debiturnya.
 - b. *Forgivable Loan*. Dana dikembalikan kepada lender (pemberi pinjaman) hanya bila satu dari dua kondisi telah terpenuhi: (1) jika dan ketika proyek mulai menghasilkan pendapatan atau (2) jika dan ketika proyek mulai memperoleh laba.
 - c. *Pre-Sales (Pre-Selling atau Pre-Ordering)*. Pada model ini, pencari dana meminta dana sebagai modal untuk memproduksi sesuatu.

Dana dikembalikan kepada donor dalam bentuk produk akhir yang dijanjikan sesuai dengan nominal dana yang diberikan.

- 2) Basis Donasi (*Donation-based*). Sebagaimana tersirat pada namanya, *crowdfunding* basis donasi adalah jenis *crowdfunding* yang dilandaskan oleh donasi, filantropi, dan sponsorship dimana tujuan utamanya adalah mencari sumbangan. Pada *crowdfunding* jenis ini, para donatur berkontribusi dalam suatu proyek tanpa memiliki ekspektasi pengembalian dana yang telah dikontribusikannya (Belleflamme, 2015:8-9).
- 3) Basis Hadiah (*Reward-based*). Pada *crowdfunding* model ini, pemilik proyek akan menawarkan sejumlah imbalan penghargaan kepada penyandang dana atas kontribusinya meski bukan berupa keuntungan dari proyek tersebut. Misalkan seperti gantungan kunci dan barang-barang dengan nominal harga yang kecil atau diangkat menjadi duta dari sebuah produk (Belleflamm, 2015:6). Jenis *crowdfunding* basis hadiah sering dioperasikan bersamaan dengan *crowdfunding* basis donasi. Pada jenis ini, jumlah kontribusi yang diberikan individu telah dipaketkan sesuai dengan hadiah yang diberikan (Tirdanatan dkk, 2014).
- 4) Basis Ekuitas (*Equity-based*). Kegiatan *crowdfunding* basis ekuitas menyerupai aktivitas investasi ekuitas umum, dimana seorang individu memperoleh kepemilikan (ekuitas) atau bunga pada sebuah entitas sebagai imbalan atas dana yang diberikannya.

Selain berdasarkan imbalan yang akan diperoleh oleh penyandang dana, Hemer (2011:11) juga membagi jenis *crowdfunding* berdasar pada tujuan dilaksanakannya, yaitu:

- a. *Not-for-profit*: proyek dibuat bertujuan untuk kepentingan sosial, mencakup bidang kesehatan masyarakat juga dalam mengembangkan sarana dan prasarana umum dan lain sebagainya.
- b. *For profit*: proyek yang dibuat bertujuan untuk komersial dan untuk meraih keuntungan seperti promosi produk, promosi film atau musik.
- c. *Intermediate*: proyek yang masuk sub kategori ini belum jelas dimasukkan ke sub kategori mana, karena belum jelas apa latar belakang komersialnya untuk waktu jangka panjang atau tidak, contoh: pertunjukan musik, acara-acara festival dan lain sebagainya.

4. Perbedaan *Crowdfunding* dan *Fundraising*

Berdasarkan definisi umum, *crowdfunding* tidaklah berbeda dengan penggalangan dana tradisional (atau dikenal sebagai *fundraising*). Bahasa Indonesia sejak lama memiliki istilah “patungan” atau “urunan” untuk menyebut proses pengumpulan dana bernominal kecil dari banyak individu. Baru pada working definition-lah terlihat perbedaan *crowdfunding* dengan *fundraising* (Tirdanatan dkk, 2014:27).

Sesungguhnya yang baru dari *crowdfunding* bukanlah konsepnya, melainkan kemampuannya mengeksploitasi kapabilitas dari teknologi Web 2.0 dan jejaring sosial, terutama menyangkut fungsi “jaringan dan pemasaran mengular” (*viral networking and marketing*), yang mendayakan mobilisasi

pengguna dalam jumlah besar dari komunitas web spesifik dalam waktu yang relative singkat

Prinsipnya, siapa saja yang terhubung melalui internet dapat mengakses *web crowdfunding* dan mengumpulkan dana untuk suatu proyek yang mewakili *common interest* yang sama. Pengumpulan dana patungan dan urunan umumnya dilakukan dalam skala kecil, yaitu di lingkungan yang terbatas dimana para pengumpul dana umumnya saling mengenal atau berada di bawah institusi yang sama (misalnya: satu kantor, satu tempat ibadah, dan sebagainya). Dari segi proses, model pengumpulan dana patungan dan urunan biasanya juga dilakukan secara tradisional, misalnya dikumpulkan di kantung atau amplop dan dikelola oleh seorang penanggungjawab (Tirdanatan dkk, 2014).

Hal tersebut berbeda dengan *crowdfunding*. Secara skala, *crowdfunding* dapat meraih masa yang lebih luas. Sebagaimana karakteristik *crowdsourcing* secara umum, terdapat kemungkinan yang besar bahwa para donatur tidak saling mengenal dan berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Laporan Deloitte (2013) menyatakan bahwa pendukung *crowdfunding* biasanya berkontribusi sebesar persentase yang kecil (umumnya kurang dari 1%) dari total dana terkumpul namun proyek *crowdfunding* umumnya didukung oleh ribuan pendukung. Pada urunan atau patungan tradisional, maka skalanya lebih kecil.

E. Media Baru

Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industry seperti menghadirkan dunia dalam genggam. Istilah ini sejajar dengan apa yang diutarakan Thomas L. Friedman

dalam Nasrullah (2016:1) sebagai *the world is flat* bahwa dunia semakin rata dan setiap orang bisa mengakses apa pun dari sumber mana pun.

Kehadiran media baru telah memberikan cara baru untuk memperoleh informasi, gagasan, dan berinteraksi dengan orang lain. Hal ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa teknologi membuat komunikasi semakin mudah untuk dilakukan.

Secara sederhana media baru dapat diartikan perkembangan atau kemajuan teknologi media massa. Media baru adalah semua bentuk media yang menggabungkan unsur: *computing and information technology, communication network, digitalized media and information content dan convergence* (Flew, 2005:2 dalam Simarmata, 2014).

Internet dan world wide web merupakan dua elemen utama yang memungkinkan teknologi media baru tersebut menjadi media komunikasi. Generasi pertama internet adalah Web 1.0 yang memungkinkan pengguna sebagai konsumen dari konten internet atau bersifat statis. Setelah generasi Web 1.0, kini hadir generasi kedua atau Web 2.0 yang memungkinkan para kreator (pencipta konten yang juga berstatus sebagai pengguna) untuk berinteraksi atau berkolaborasi dengan pengguna lainnya atas konten web yang dihasilkan dalam komunitas virtual. Generasi selanjutnya adalah web 3.0. Ciri dari web 3.0 ada pada akses mobile, Semantic web dan personafikasi (Heryanto, 2018:31).

Menurut Lister (2009:13-43), untuk melihat sebuah media baru, terdapat enam karakteristik media baru yang dapat digunakan yaitu: (1) ***Digital***. maksudnya, segala data yang terkait dalam hal proses komunikasi diubah menjadi

bentuk angka. Data berupa angka ini yang kemudian oleh sistem diterjemahkan ke dalam bentuk tulisan, gambar, grafik, video; (2) **Interactivity** (interaktif) termasuk sebagai karakteristik media baru dikarenakan media lama yang bersifat pasif. Pasif karena tidak dapat secara aktif digunakan untuk bertukar informasi atau khalayak dapat berpartisipasi secara langsung. (3) **Hypertextual**, diartikan sebagai tulisan yang mampu memberikan sambungan dari sebuah situs ke situs lainnya, sehingga mempermudah dalam melakukan pencarian data. (4) **Virtual**, segala sesuatu yang berada di dalam suatu media seperti bentuk lingkungan, ruang, realitas dan identitas yang dibangun dari grafis komputer dan video digital di mana pengguna dapat berinteraksi. (5) **Networked**, maksudnya segala hal beserta konten-konten di dalam jaringan dapat diakses dengan alat elektronik dan menjadi mudah dijangkau. (6) **Simulated**, maksudnya adalah dunia yang tergambar di dalam *new media (virtual)* merupakan miniatur atau gambaran sesungguhnya dalam suatu keadaan. Meskipun merupakan buatan manusia tetapi sesungguhnya merupakan bentuk gambaran dari obyek nyata.

Kekuatan media baru juga diyakini akan menguatkan demokrasi. Asumsi ini didasarkan pada kesesuaian antara karakter media baru dan karakter demokrasi. Demokrasi mencerminkan kesetaraan, pengakuan atas perbedaan, kebebasan, partisipasi, dan perlindungan atas hak-hak dasar manusia. Dalam media baru nilai-nilai demokrasi tersebut terealisasi. Media baru membuka ruang yang bebas (bahkan cenderung tak terbatas), ditopang oleh prinsip kesetaraan (*equality*), dan kebebasan (*freedom*), serta setiap orang punya peran sebagai pencipta (*producer*) yang independen. Kekuatan lain media baru terletak pada kemampuan

partisipatifnya. Partisipasi sesungguhnya adalah prinsip dasar demokrasi (Simarmata, 2014:22).

Nugroho dalam Heryanto (2018:326) menyebutkan ada empat proses penggunaan new media dalam proses demokratisasi yaitu:

1. Internet sebagai sumber informasi. Dengan adanya internet, masyarakat menjadi melek informasi.
2. Media social berbasis internet adalah medium menjanjikan potensi interaktivitas yang paling tinggi diantara para anggotanya dibandingkan media massa.
3. Partisipasi muncul dari keterlibatan warga negara untuk mewujudkan kepentingan umum. Ada tiga jenis partisipasi (a) partisipasi kebijakan untuk mendukung atau menentang kebijakan; (b) partisipasi politik mempengaruhi proses pembuatan keputusan politik atau terlibat dalam pembuatan agenda dan (c) partisipasi social untuk meningkatkan modal social seperti solidaritas atau petisi public.
4. Desentralisasi, maksudnya adalah membawa pemerintah lebih dekat ke rakyat dalam rangka memudahkan warga negara terlibat dalam praktik demokrasi.

1. Media Sosial

Sebagian kalangan menganggap media baru berbeda dengan media sosial. Media sosial merupakan seluruh bentuk media jejaring di internet yang berfungsi untuk menciptakan jejaring komunitas virtual.

Pada kesempatan ini media sosial dipandang sebagai bagian dari media baru. Artinya media sosial adalah salah satu bentuk media baru. Dalam konteks politik, media baru yang paling banyak diaplikasikan selain homepage atau website dan e-mail adalah bentuk-bentuk media jejaring tersebut. Media jejaring atau media sosial ini memiliki ciri politis karena dapat menyatukan para pengguna secara virtual layaknya sebuah organisasi dalam kehidupan nyata (Simarmata, 2014).

Antony Mayfield (2008:5) dari organisasi iCrossing menjelaskan bahwa media sosial lebih tepat dipahami sebagai *a group of new kinds of online media*, yang memiliki karakteristik berikut:

- 1) *Participation* (Partisipasi), media sosial merangsang terbentuknya hubungan yang bersifat timbal balik pada siapa pun yang memiliki ketertarikan, dan ini menyebabkan batas antara media dan audiensnya melebur.
- 2) *Openness* (Keterbukaan), media social pada dasarnya terbuka untuk feedback dan partisipasi. Hal ini memungkinkan dilakukan voting, pemberian komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali ada halangan dalam mengakses dan membuat konten.
- 3) *Conversation* (Percakapan), ketika media tradisional mengedepankan broadcast (transmisi atau distribusi pesan kepada audiens) media social justru melihat komunikasi sebagai percakapan dua arah.
- 4) *Community* (Komunitas), media sosial memungkinkan komunitas untuk terbentuk secara cepat dan berkomunikasi secara efektif.

Pengguna yang ikut di dalam suatu komunitas biasanya dilatarbelakangi oleh sebuah kesamaan ketertarikan.

- 5) *Connectedness* (Keterhubungan), kebanyakan media sosial bersifat terhubung dengan konten pada situs lain dan siapapun.

Sejalan dengan hal itu, media social dibagi dalam 6 jenis yaitu: (1) Media jejaring social (*social networking*) seperti facebook dan friendster; (2) jurnal online (*blogs*) seperti blogspot, wordpress, multiply; (3) jurnal online sederhana (*microblogging*) seperti twitter; (4) media berbagi (*media sharing*) seperti youtube, flickr, photobucket atau snapfish; (5) penanda social (*social bookmarking*) seperti delicious.com, dig.com atau LintasMe; (6) media konten bersama (wiki) seperti wikipedia (Nasrullah, 2016: 39).

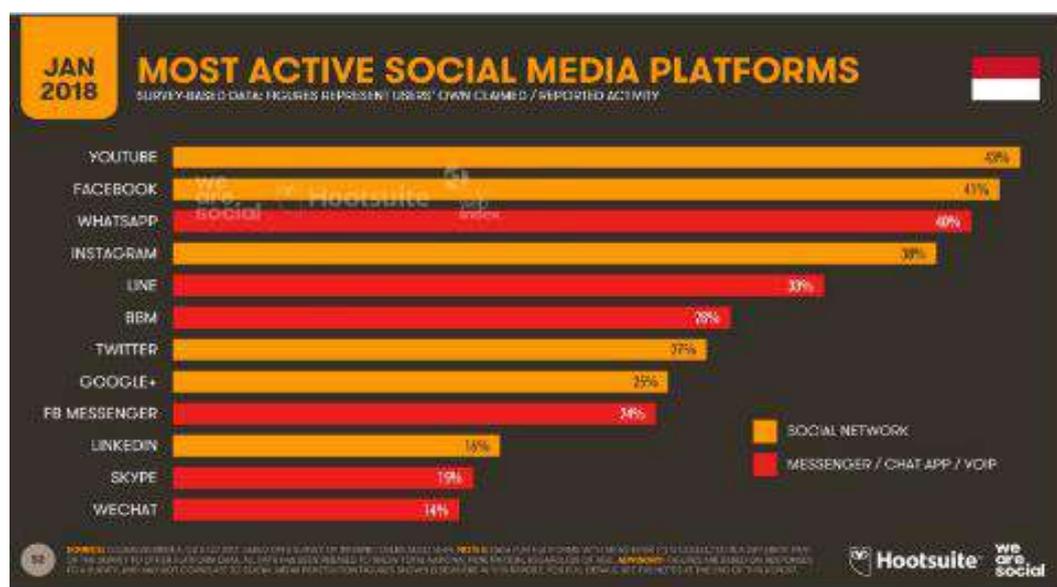
Sosial networking atau jaringan social merupakan medium yang paling populer dalam kategori media social yang memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua posting (publikasi) merupakan real time memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi (Saxena, 2014 dalam Nasrullah, 2016:40).

Karakter utama dari situs jejaring social adalah penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering ketemu didunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, pembentukan pertemanan baru

berdasarkan pada satu kesamaan misalkan hobi atau kegemaran, profesi kerja, asal sekolah atau sudut pandang politik (Nasrullah, 2016:40).

2. Facebook

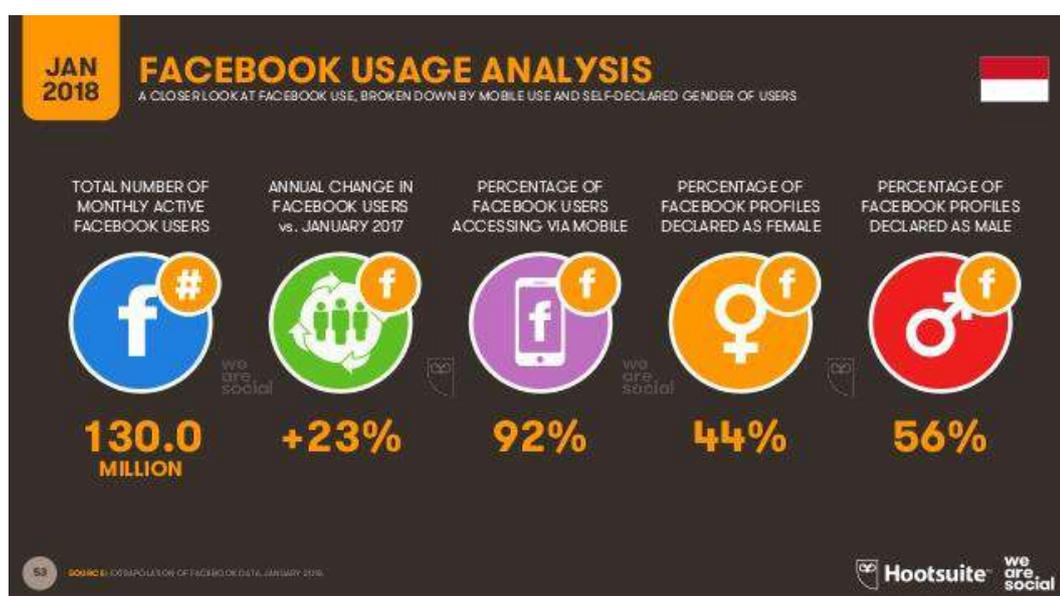
Pada Januari 2018 *Hootsuite-We Are Social* merilis hasil survei terkait penggunaan internet di seluruh dunia termasuk Indonesia. Hasilnya dari 265,4 juta total populasi penduduk Indonesia, pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa atau sekitar 50% dan sebanyak 130 Juta atau 49% penduduk adalah pengguna media sosial. Sejak tahun 2017 data pertumbuhan pengguna internet memang tidak berubah atau tetap namun terdapat peningkatan jumlah pengguna media sosial sebesar 23% atau sekitar 24 Juta pengguna. Tercatat 3 platform media social yang paling sering digunakan yaitu youtube (43%), facebook (41%) dan whatsapp (40%).



Gambar 2.3 Platforms Media Sosial Paling Aktif 2018

Sumber: Wearesocial.com

Berdasarkan hasil survei tersebut diketahui bahwa pengguna facebook di Indonesia menempati posisi kedua yaitu sekitar 41% dari total pengguna media social dan menempati urutan keempat pengguna facebook terbanyak di dunia. Pada Januari 2018, jumlah pengguna Facebook dari Indonesia mencapai 130 juta akun dengan persentase enam persen dari keseluruhan pengguna. Angka ini sekaligus mencatat nama Indonesia sebagai negara di Asia Tenggara dengan jumlah pengguna Facebook paling banyak setelah Brazil, Amerika dan India.



Gambar 2.4 Analisis Penggunaan Facebook di Indonesia 2018

Sumber: Wearesocial.com.

Berdasarkan survei *Hootsuite-We Are Social* juga diketahui bahwa persentasi penggunaan facebook di Indonesia bertambah sekitar 23 persen dari Januari 2017 dan sebesar 92 persen penggunanya mengakses melalui telepon selular. Adapun persentasi pengguna facebook terbanyak adalah laki-laki dengan 56 persen dan perempuan sebesar 44 persen.

Facebook merupakan salah satu situs jejaring social yang digunakan untuk memublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat penggunanya, juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring social di ruang siber. Fasilitas facebook seperti wall bisa dimanfaatkan pengguna untuk mengungkapkan apa yang sedang disaksikan atau dialami, bercerita tentang keadaan di sekitar dirinya hingga tanggapannya terhadap situasi misalkan politik pada saat ini (Nasrullah, 2016:40).

Menurut Heryanto (2018:187), Derasnya perbincangan di situs jejaring social seperti Facebook menunjukkan munculnya ruang public baru yang memungkinkan terbentuknya kesadaran kelompok bersama (*shared group consciousness*). Setiap orang dapat berinteraksi, bertukar isu, menciptakan tema-tema fantasi dan visi retorik yang dapat membentuk kesadaran kelompok terbagi. Misalkan saja tema skandal Bank Centrury dan konflik KPK vs Polri setiap saat dapat diperbincangkan di berbagai forum yang dimiliki oleh grup-grup yang ada di Facebook hingga menimbulkan gerakan actual di dunia nyata. Dukungan atas gerakan-gerakan tersebut meluas dan dalam waktu singkat bisa menyatukan banyak orang dalam satu komunitas simbolik di dunia maya. Inilah potret kemunculan ruang publik kontemporer yang telah mengakomodasi ekspresi serta partisipasi politik individu warga negara secara leluasa.

3. Komunitas Virtual

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, kehadiran jejaring media social seperti facebook memungkinkan hadirnya sebuah komunitas virtual yang dilatarbelakangi oleh sebuah kesamaan ketertarikan.

Komunitas virtual terbentuk karena adanya orang yang memiliki kesamaan minat dan sering berinteraksi satu sama lain (Lindlof dan Schatzer, 1998 dalam Bensa, 2015: 46). Komunitas virtual dapat didefinisikan sebagai sekelompok orang yang berbagi informasi di dunia maya, mendiskusikan kepentingan bersama, dan memiliki potensi untuk mendukung serta memecahkan persoalan bersama-sama (Kollock dan Smith dalam Heryanto, 2018: 188).

Porter (2004) membagi lima karakteristik virtual komunitas yaitu *purpose*, *place*, *platform*, *population interaction structure*, dan *profit model*. Berikut ini penjelasannya:

- 1) *Purpose* merupakan atribut yang berfokus pada hubungan suatu interaksi dan konten komunikasi di antara anggota komunitas. Misalnya kesamaan minat.
- 2) *Place*. Karakteristik ini menjelaskan lokasi dari suatu interaksi, apakah suatu interaksi terjadi murni bersifat virtual atau hanya sebagian yang bersifat virtual (hybrid).
- 3) *Platform*. Karakteristik ini menjelaskan desain teknis dari suatu interaksi di dalam komunitas virtual, apakah platformnya didesain untuk komunikasi yang bersifat *synchronous* (real-time), *asynchronous* (tidak real time), atau hybrid (memiliki elemen gabungan *synchronous* dan *asynchronous*).
- 4) *Population interaction structure*. Karakteristik ini menjelaskan mengenai pola interaksi di antara anggota komunitas virtual, tiga aliran penelitian terkait masalah ini adalah:

- a) Komunitas virtual sebagai jaringan sosial yang dimediasi computer/ computer-supported social networks (CSSN). Pola interaksi memiliki ikatan yang lemah dengan tekanan yang dominan. Menurut Menurut Wellman et al., 1997 sebagaimana yang dikutip Porter (2004) menyatakan bahwa ikatan yang kuat muncul sebagai akibat dari kontak yang sering dan mendukung di antara anggota komunitas virtual yang terhubung secara sosial. Anggota yang lemah juga menunjukkan perilaku suportif dan timbal balik, terlepas dari kenyataan bahwa mereka secara sosial dan/atau fisik jauh. Namun, ketika komunikasi di antara anggota menjadi anti-sosial (misalnya, menyala-nyala, mengirim spam) hubungan ini digambarkan sebagai hubungan yang penuh tekanan.
- b) Komunitas virtual sebagai kelompok kecil atau jaringan. Pola interaksinya memiliki ikatan yang sangat kuat dan mendominasi. Poters (2004) mengutip beberapa penelitian komunitas virtual pada kelompok kecil milik Dholakia, Bagozzi dan Pearo (2004) yang menyatakan bahwa kelompok kecil memiliki hubungan sosial yang erat di antara anggota, interaksi kelompok tinggi, dan fokus pada mempertahankan hubungan spesifik dalam kelompok. Singkatnya, ada pola interaksi yang berbeda dalam kelompok kecil versus jaringan besar. Kelompok kecil cenderung memiliki keanggotaan tetap dan terbatas, sangat

interaktif selama sesi dengan durasi terbatas dan memiliki kegiatan yang jelas. Struktur sosial jaringan biasanya memiliki keanggotaan besar dan variabel dengan komunikasi yang tidak rata dan kurang aktif di antara anggota.

- c) Komunitas virtual sebagai publik virtual. Pola interaksi termasuk ikatan yang kuat, lemah, dan atau penuh tekanan). Jones dan Rafaeli (2000: 216) dalam Portes (2004) menyatakan bahwa Publik virtual adalah “ruang yang dimediasi komputer, yang keberadaannya relatif transparan dan terbuka, yang memungkinkan kelompok individu untuk menghadiri dan berkontribusi pada rangkaian interaksi interpersonal yang dimediasi komputer yang serupa.” Lebih jauh, publik virtual ini (1) mungkin atau mungkin tidak dianggap sebagai jaringan yang dimediasi komputer, (2) dapat didukung oleh berbagai teknologi, (3) dapat melayani berbagai tujuan dan (4) dapat dimiliki oleh suatu organisasi. Konsep publik virtual konsisten dengan konsep Komito (1998) tentang komunitas virtual sebagai masyarakat pencari makan. Pada masyarakat seperti itu, hubungan melayani tujuan fungsional atau utilitarian, keanggotaan sering bersifat sementara/tidak stabil dan ada kurang komitmen dan loyalitas di antara anggota.

Singkatnya, atribut populasi dikonseptualisasikan memiliki tiga tingkat primer: (1) kelompok kecil (di mana ikatan yang kuat

cenderung mendominasi), (2) jaringan (di mana ikatan yang lemah menonjol dan ikatan yang membuat stres mungkin terjadi) dan (3) publik (di mana interaksi adalah pola yang berubah-ubah dan cenderung mencakup ikatan yang kuat, lemah dan/atau penuh tekanan).

- 5) Model. Karakteristik ini memfokuskan apakah komunitas virtual memberikan nilai ekonomi. Secara singkat, atribut model terkonseptualisasi dalam dua level: (1) menghasilkan keuntungan dan (2) tidak menghasilkan keuntungan.

4. *Sense of Community*

Sense of community (SOC) adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada perasaan menjadi bagian dari atau milik setiap komunitas. Konsep *sense of community*, pertama kali diperkenalkan oleh Seymour Sarason dalam bukunya yang berjudul “*The Psychology Sense of Community: Prospects for a community psychology*”. Sarason mengusulkan bahwa konsep ini terdiri dari “Kesamaan persepsi dengan sesama, suatu pengakuan yang saling tergantung dengan memberikan kepada atau melakukan apa yang diharapkan untuk orang lain, perasaan yang merupakan bagian dari struktur lebih besar yang stabil dan dapat diandalkan” (Sarason, 1974 dikutip dalam Plas & Lewis, 1996).

Menurut McMillan & Chavis (1986:9) *sense of community* diartikan sebagai perasaan bahwa para anggota suatu komunitas terkait dengan rasa memiliki terhadap suatu komunitas, perasaan saling mengkhawatirkan antar

anggota dan peduli dengan kelompok mereka, dan berbagi keyakinan yang dibutuhkan anggota yang akan dipenuhi dengan komitmen bersama.

Kemudian McMillan dan Chavis (1986: 9-13) mengungkapkan *sense of community* dapat diwakilkan ke dalam empat dimensi yaitu:

1. *Membership in a community* (keanggotaan dalam komunitas) merupakan siapa saja yang dianggap sebagai bagian dari sebuah komunitas. Membership atau keanggotaan didasarkan perasaan saling memiliki dan berbagi rasa. Terdapat batasan dalam *membership* yang berarti ada orang-orang yang dapat menjadi anggota komunitas dan ada yang tidak. Batasan dapat didefinisikan menggunakan sistem simbol. Pada komunitas yang memiliki batasan yang jelas, anggota komunitas akan memiliki rasa aman secara emosional. Mereka yang merasa aman akan lebih memiliki kemauan atau komitmen untuk ikut serta/berkontribusi bagi komunitas. Perilaku tersebut kemudian akan memperdalam rasa memiliki dan identifikasi terhadap komunitas. Hal ini dapat terlihat dari adanya pernyataan timbal balik: “ini kelompok saya” dan “saya bagian dari kelompok ini”.
2. *Influence* merupakan perasaan bahwa seorang individu memiliki pengaruh bagi orang lain maupun komunitas. Keanggotaan suatu komunitas lebih atraktif ketika seseorang merasa dapat mempengaruhi arah dari komunitas, dan juga kelompok itu sendiri cukup kuat untuk membawa anggota dengan itu dan membela kepentingan mereka.

3. *Integration & fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan) atau penguatan merupakan perasaan bahwa keanggotaan sebuah kelompok penting menerima pemenuhan sumberdaya sebagai imbalan. Anggota komunitas akan terpenuhi kebutuhannya secara personal, jika mereka berpartisipasi dalam komunitas. Dalam hal ini anggota komunitas akan memenuhi kebutuhan orang lain dan pada saat yang sama, memenuhi kebutuhannya sendiri.
4. *Shared emotional connection* didasarkan pada budaya, sejarah dan simbol-simbol, mungkin termasuk pemahaman bersama tentang peristiwa-peristiwa penting (yang tidak harus dialami secara pribadi atau langsung). Hubungan emosional bersama di antara anggota masyarakat tercermin dari pengalaman yang mengarah pada pembentukan rasa kebersamaan.

Sense of community dikatakan dinilai kuat ketika anggota komunitas merasa menjadi bagian atau anggota dari komunitas, merasa memiliki pengaruh bagi anggota lain dalam komunitas dan/atau bagi komunitas, dapat memenuhi kebutuhan orang lain di saat ia sendiri juga memenuhi kebutuhannya, serta memiliki hubungan emosional yang kuat.

Para peneliti lain yang telah melakukan studi terhadap *sense of community* menghasilkan beberapa definisi diantaranya: Unger & Wandersman (1985) mendefinisikan *sense of community* sebagai “perasaan keanggotaan dan memiliki, dan berbagi ikatan emosional social.” Myers dan Diener (1995) menggambarkan *sense of community* sebagai jaringan pendukung hubungan, perasaan "kami"-rasa bangga dan perasaan memiliki ke satu grup.

Penelitian tentang *sense of community* yang telah dijelaskan diatas merupakan studi yang dilakukan pada komunitas *offline* atau *face-to-face*. Seiring dengan perkembangan internet dan situs jejaring social, penelitian tentang *sense of community* tidak hanya digunakan untuk meneliti komunitas yang hadir secara fisik melainkan juga komunitas virtual atau yang kemudian dikenal dengan istilah *sense of virtual community* (SOCV).

Para peneliti yang melakukan studi *sense of community* dalam komunitas virtual diantaranya: Blanchard dan Markus (2002), Roberts, Smith, dan Pollock (2002), Koh dan Kim (2003). Hasil penelitian Blanchard dan Markus menunjukkan terdapat lima dimensi *sense of virtual community* yaitu: (1) Pengakuan anggota; (2) Pertukaran dukungan; (3) Kelengkapan dan kewajiban; (4) Identitas (diri) dan identifikasi (dari lainnya) serta (5) Hubungan dengan anggota tertentu. Kemudian Blanchard juga berpendapat bahwa anggota dunia maya merasakan dan mengalami rasa memiliki lebih dari anggota komunitas *offline* (tatap muka), karena kepercayaan di antara anggota mungkin diperlukan untuk membangun sebuah partisipasi sukarela komunitas virtual dan anggota.

Roberts, Smith, dan Pollock (2002) memeriksa SOVC di ruang obrolan dan menemukan perbedaan antara komunitas tatap muka dan komunitas virtual, namun menegaskan keberadaan *sense of community* dalam komunitas virtual. Meskipun tingkat *sense of virtual community* bervariasi berdasarkan pada kecenderungan dan niat individu, beberapa peneliti mengkonfirmasi keberadaan *sense of community* di dunia virtual.

F. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kedekatan dengan penelitian yang diteliti diantaranya:

- 1) *Research Paper* Veikko Eranti dari Universitas Helsinki berjudul “*Crowdsourcing & Crowdfunding a Presidential Election.*” Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media social yang dilakukan Pekka Haavisto dalam kampanye pemilihan Presiden Finlandia tahun 2012.

Menurutnya *crowdsourcing* dan *crowdfunding* memiliki efek yang mendalam baik dalam kekuasaan struktur organisasi dan peserta kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pergeseran kekuatan dari kampanye pemilihan yang dikontrol ketat oleh partai politik kemudian membuka kampanye media social dimana tema dan materi kampanye dibuat secara independen oleh relawan atau profesional.

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang dikaji. Penelitian Veikko memfokuskan pada pemanfaatan media social dalam kampanye pemilihan Presiden Finlandia sedangkan penelitian ini lebih menenkankan kepada penggalangan dana (*crowdfunding*) yang dikaji melalui teori konvergensi simbolik dalam kampanye politik paslon Rindu di media social facebook.

- 2) Jurnal Penelitian Natalia Khoma berjudul “*Technologies of Political (Socio-Political) Crowdsourcing and Crowdfunding: World Experience and Steps Toward Implementation in Ukraine.*” Penelitian ini membahas tentang potensi teknologi *crowdsourcing* dan *crowdfunding* dalam politik

dapat menciptakan peluang baru untuk aktivitas politik di Ukraina. Penerapan teknologi ini di ranah politik memunculkan transparansi lembaga-lembaga negara, keterlibatan publik dalam proses komunikasi politik dimana dapat meningkatkan kualitas hidup warga.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti tentang penggalangan dana (*crowdfunding*) namun penelitian Natalia Khoma lebih membahas potensi dan implementasi penggalangan dana tersebut di Ukraina. Adapun penelitian ini menggunakan teori konvergensi simbolik untuk melihat penggalangan dana tersebut di media social yaitu bagaimana para anggota komunitas berbagi tema fantasi sehingga muncul *shared group consciousness*.

- 3) Research Paper Ahmed Elfeky dari Universitas Siegen berjudul "*Internet: A New Player in Political Fundraising*". Penelitian ini membahas mengenai pentingnya partisipasi masyarakat dalam politik dan bagaimana pendanaan berbasis internet membantu untuk melindungi keadilan sistem politik yang demokratis. Teknik *crowdfunding* yang digunakan dalam kampanye politik dapat mengimbangi pengaruh pendukung kaya dan menjadi pedoman bagi partai dan politisi untuk meyakinkan pemilih terlibat dalam kampanye *online* serta adanya peluang internet muncul sebagai pemain baru dalam mempengaruhi peta pendanaan politik. Penelitian Ahmed Elfeky mendeskripsikan contoh kesuksesan penggalangan politik Obama, mekanisme membuat *platform crowdfunding* dan mengkaji pendanaan politik di Mesir.

Persamaannya penelitian ini mencoba menggali potensi penggalangan dana kampanye politik. Adapun perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan teori konvergensi simbolik untuk menggambarkan bagaimana proses konstruksi kesadaran bersama dalam penggalangan dana kampanye politik.

- 4) Jurnal Penelitian Mia Angeline berjudul "*Symbolik Convergen in A Social Movement: A Case of Pengumpulan Satu Juta KTP by Teman Ahok.*" Penelitian ini membahas mengenai peran penting internet dalam social movement dengan studi kasus pengumpulan satu juta KTP oleh teman Ahok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi virtual, dengan pengamatan video yang diposting oleh Teman Ahok berjudul "Jakarta Butuh Kamu, Ayo Bergerak Sekarang." Analisis tema fantasi Bormann yang digunakan dalam penelitian ini memberikan tiga tema fantasi yaitu "niat baik harus didukung", "Saya siap untuk mendukung Ahok, tapi bagaimana?" dan "Ahok tidak cocok untuk memimpin". Kemudian, sebuah visi retoris muncul dalam kaitannya dengan semua tema fantasi di atas yaitu "Itu sulit tapi mungkin". Hal ini menggambarkan bahwa mengumpulkan satu juta KTP sulit tapi mungkin dilakukan dengan kerjasama tim.

Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian. Penelitian Mia Angeline mengambil kasus pengumpulan satu juta KTP oleh Teman Ahok sedangkan penelitian ini fokus pada penggalangan dana kampanye politik paslon Rindu oleh Tim Relawan Jabar Juara.

- 5) Tesis Moh.Wildan dari Universitas Indonesia tahun 2014 berjudul *Konvergensi Simbolis dalam Ruang Siber (Keterbukaan Informasi dalam Rangka Reformasi Birokrasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika)*. Penelitian ini membahas implementasi keterbukaan informasi publik yang diterapkan melalui komunikasi ruang siber. Teori Konvergensi Simbolik yang dikembangkan Ernest Bormann digunakan untuk menjelaskan bagaimana proses konstruksi kesadaran bersama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan perspektif konstruktivis interpretif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terjadi proses dramatisasi pesan yang membentuk rantai fantasi. Jenis fantasi civitas dan organisasi yang membentuk visi retorik: transparansi informasi. Tema fantasi yang ditemukan antara lain kesadaran terhadap proses reformasi birokrasi dan upaya-upaya menjadikan Kementerian Kominfo sebagai leading di sektor komunikasi dan teknologi informasi dalam fantasi: Kominfo gitu loh!

Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek penelitian. Moh Wildan membahas mengenai konvergensi simbolik dalam ruang siber sedangkan penelitian ini membahas mengenai konvergensi simbolik penggalangan dana (*crowdfunding*) dalam kampanye politik paslon Rindu di media sosial facebook oleh Tim Relawan Jabar Juara.

- 6) Disertasi Gun Gun Heryanto dari Universitas Padjajaran Bandung tahun 2013 berjudul *Konvergensi Simbolik di Komunitas Virtual: Studi Pada Ruang Baru dalam Komunitas Politik di Situs Jejaring Sosial dan Weblog Interaktif Era Pemerintahan SBY Boediono dalam Kasus Century*.

Penelitian ini menggunakan *intrinsic case study* yang biasanya fokus pada orang secara individu, kelompok atau komunitas khusus. Teknik pengumpulan data menggunakan FGD, wawancara mendalam, observasi teks dan dokumentasi. Subjek penelitian ini dalam riset ini adalah netizen yang menjadi anggota komunitas Kompasiana dan Forum Indonesia Sejahtera (FIS). Hasil Penelitian menunjukkan dalam konteks dinamika ruang public baru ada dua model komunitas yaitu (1) model *citizen media* dengan *citizen journalist* sebagai aktivitasnya (2) model *fabian society* sebagai komunitas pemikir. Konvergensi simbolik di Kompasiana dan FIS berlangsung secara intensif dan berjenjangan mulai struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator, struktur medium dan struktur evaluative. Tipologi partisipan politiknya aktif, spectator, gladiator serta kolektif. Arus komunikasi partisipan mengambil bentuk horizontal dan bersifat demokratis. Tujuh visi retorik yang mejadi pola perbincangan di Kompasiana dan FIS yaitu (1) ketidakjelasan penegakan hukum Century; (2) SBY-Boediono turut bertanggungjawab atas kasus Century; (3) pemerintah SBY-Boediono sudah tidak lagi dipercaya; (4) kasus Century sebagai kejahatan; (5) kasus Century sebagai blunder politik; (6) terdapat aliran dana ke partai politik; (7) kebijakan bailout yang tidak bisa diadili. Manajemen privasi komunikasi berlangsung melalui informasi privat, batasan privat, control dan kepemilikan, system manajemen berdasarkan aturan, dialektika manajemen privasi, serta koordinasi batasan dalam interaksi masing-masing netizen.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sama-sama meneliti tentang konvergensi simbolik dalam komunitas politik di situs jejaring social. Penelitian Gun Gun Heryanto lebih fokus pada konvergensi simbolik di era pemerintahan SBY Boediono terkait kasus century tahun 2013. Penelitian ini meneliti konvergensi simbolik penggalangan dana (*crowdfunding*) dalam kampanye politik Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum di media social facebook oleh Tim Relawan Jabar Juara.

TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU

No	Peneliti	Judul	Bentuk	Rumusan Masalah	Metode	Hasil	Perbedaan
1	Veikko Eranti	Crowdsourcing & Crowdfunding a Presidential Election	Research Paper University of Helsinki Tahun 2014	<ol style="list-style-type: none"> 1) Apa yang terjadi ketika kampanye pemilu menggunakan media sosial sebagai prinsip pengorganisasian? 2) Bagaimana <i>crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i> mempengaruhi organisasi dan peran para peserta dalam kampanye? 3) Keahlian khusus apa yang berharga dalam kampanye semacam ini? 	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus	<i>crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i> memiliki efek yang mendalam baik dalam kekuasaan struktur organisasi dan peserta kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pergeseran kekuatan dari kampanye pemilihan yang dikontrol ketat oleh partai politik kemudian membuka kampanye media social dimana tema dan materi kampanye dibuat secara independen oleh relawan atau profesional.	<p>Penelitian Veikko merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dalam kampanye pemilihan Presiden Finlandia 2012.</p> <p>Adapun penelitian ini lebih menekankan kepada perbincangan netizen terkait penggalangan dana (<i>crowdfunding</i>) yang akan dikaji melalui teori konvergensi simbolik dalam kampanye politik paslon Rindu di media sosial facebook.</p>

Sumber: Veikko Eranti. (2014). *Crowdsourcing & Crowdfunding a Presidential Election*. University of Helsinki.1-22. (Diolah untuk keperluan penelitian, 2018)

TABEL LANJUTAN (2)

2	Natalia Khoma	Technologies of Political (Socio-Political) Crowdsourcing and Crowdfunding: World Experience and Steps Toward Implementation in Ukraine.	Torun International Studies 2015, No. 1 (8), pp. 49-60 Tahun 2015	Bagaimanakah potensi <i>crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i> dalam politik Ukraina?	Kualitatif	Penerapan teknologi ini di ranah politik memunculkan transparansi lembaga-lembaga negara, keterlibatan publik dalam proses komunikasi politik dimana dapat meningkatkan kualitas hidup warganya.	Perbedaan penelitian terletak pada fokus kajian. Penelitian ini menggunakan teori konvergensi simbolik untuk melihat penggalangan dana kampanye politik Ridwan Kamil.
3	Ahmed Elfeky	Internet: A New Player in Political Fundraising	Research Paper University of Siegen Tahun 2015	Bagaimana peran internet dalam kampanye penggalangan dana politik?	Kualitatif	Teknik <i>crowdfunding</i> yang digunakan dalam kampanye politik dapat mengimbangi pengaruh pendukung kaya dan menjadi pedoman bagi partai dan politisi untuk meyakinkan pemilih terlibat dalam kampanye <i>online</i> serta adanya peluang internet akan muncul sebagai pemain baru dalam mempengaruhi peta pendanaan politik.	Penelitian Ahmed Elfeky mendeskripsikan contoh kesuksesan penggalangan politik Obama, mekanisme membuat platform <i>crowdfunding</i> dan mengkaji pendanaan politik di Mesir.

Sumber: Natalia Khoma. (2015). *Technologies of Political (Socio-Political) Crowdsourcing and crowdfunding: World Experience and Steps Towards Implementation in Ukraine*. Torun International Studies No 1 (8), 49-60. Ahmed Elfeky. (2015). *Research Paper: Internet A New Player in Political Fundraising*. University of Siegen, 1-28. (Dialah untuk keperluan penelitian, 2018)

TABEL LANJUTAN (3)

							Penelitian ini menggunakan teori konvergensi simbolik untuk menggambarkan bagaimana proses konstruksi kesadaran bersama dalam penggalangan dana kampanye politik RINDU
4	Mia Angeline	Symbolic Convergen In A Social Movement: A Case Of Pengumpulan Satu Juta KTP By Teman Ahok.	Jurnal Humaniora Vol 7 No 4, 535-543. Tahun 2016	Bagaimana tema fantasi konsep ruang <i>cyber urban</i> dalam gerakan sosial “ Pengumpulan Satu Juta KTP ”oleh Teman Ahok?	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan ada tiga tema fantasi yang menggambarkan komentar tentang video “Jakarta Butuh Kamu, Ayo Bergerak Sekarang”. Tema-tema ini adalah “niat baik harus didukung”, “Saya siap mendukung Ahok, tapi bagaimana caranya?”, dan “Ahok tidak pantas memimpin.” Kemudian tiga tema fantasi tersebut mendukung sebuah visi retoris “Sulit tetapi mungkin”. Visi ini sejalan dengan cerita Teman Ahok, bahwa "bersama-sama, kita dapat mendukung Ahok"	Perbedaannya, penelitian ini menggunakan teori konvergensi simbolik untuk melihat penggalangan dana (<i>crowdfunding</i>) kampanye politik paslon Rindu oleh Tim Relawan Jabar Juara.

Sumber: Ahmed Elfeky. (2015). *Research Paper: Internet A New Player in Political Fundraising*. University of Siegen, 1-28. Angeline, Mia. (2016). *Symbolic Convergence In A Social Movement: A case of "Pengumpulan Satu Juta KTP" By Teman Ahok*. Humaniora Vol 7 No 4, 535-543. (Diolah untuk keperluan penelitian, 2018)

TABEL LANJUTAN (4)

5	Moh.Wildan	Konvergensi Simbolis dalam Ruang Siber (Keterbukaan Informasi dalam Rangka Reformasi Birokrasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika)	Tesis Pasca Ilmu Komunikasi UI Tahun 2014	1) Bagaimana konvergensi simbolik tentang reformasi birokrasi terjadi dalam komunikasi ruang siber di Kementerian Kominfo? 2) Tema Fantasia apa saja yang muncul dalam konvergensi simbolis tersebut?	Kualitatif dengan perspektif konstruktivis interpretative.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan terjadi proses dramatisasi pesan yang membentuk rantai fantasi. Jenis fantasi civitas dan organisasi yang membentuk visi retorik: transparansi informasi. Tema fantasi yang ditemukan adalah Kominfo gitu loh!	Penelitian Moh Wildan fokus pada konvergensi simbolik dalam ruang siber sedangkan penelitian ini membahas mengenai konvergensi simbolik penggalangan dana (<i>crowdfunding</i>) dalam kampanye politik paslon RINDU di media sosial facebook oleh Tim Relawan Jabar Juara.
6	Gun Gun Heryanto	Konvergensi Simbolik di Komunitas Virtual: Studi Pada Ruang Baru dalam Komunitas Politik di Situs Jejaring Sosial dan Weblog Interaktif Era Pemerintahan SBY Boediono dalam Kasus Century	Disertasi Ilmu Komunikasi UNPAD 2013	1) Bagaimana konteks dinamika ruang public (<i>new public sphere</i>) dalam komunikasi politik yang berkembang di komunitas situs jejaring social FIS dan weblog interaktif Kompasiana terkait dengan perbincangan mengenai eksistensi pemerintahan SBY-Boediono?	Kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik	Hasil Penelitian menunjukkan dalam konteks dinamika ruang public baru ada dua model komunitas yaitu (1) model <i>citizen media</i> dengan <i>citizen journalist</i> sebagai aktivitasnya (2) model <i>fabian society</i> sebagai komunitas pemikir. Konvergensi simbolik di Kompasiana dan FIS berlangsung secara intensif dan berjenjangan mulai struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator dan struktur evaluative.	Penelitian Gun Gun Heryanto fokus pada konvergensi simbolik di era pemerintahan SBY Budiono terkait kasus century 2013.

Sumber: Moh. Wildan. (2014). *Konvergensi Simbolik dalam Komunikasi Ruang Siber Keterbukaan Informasi dalam Rangka Reformasi Kementerian Komunikasi dan Informasi*. Depok: Universitas Indonesia (diolah untuk keperluan penelitian, 2018).

TABEL LANJUTAN (5)

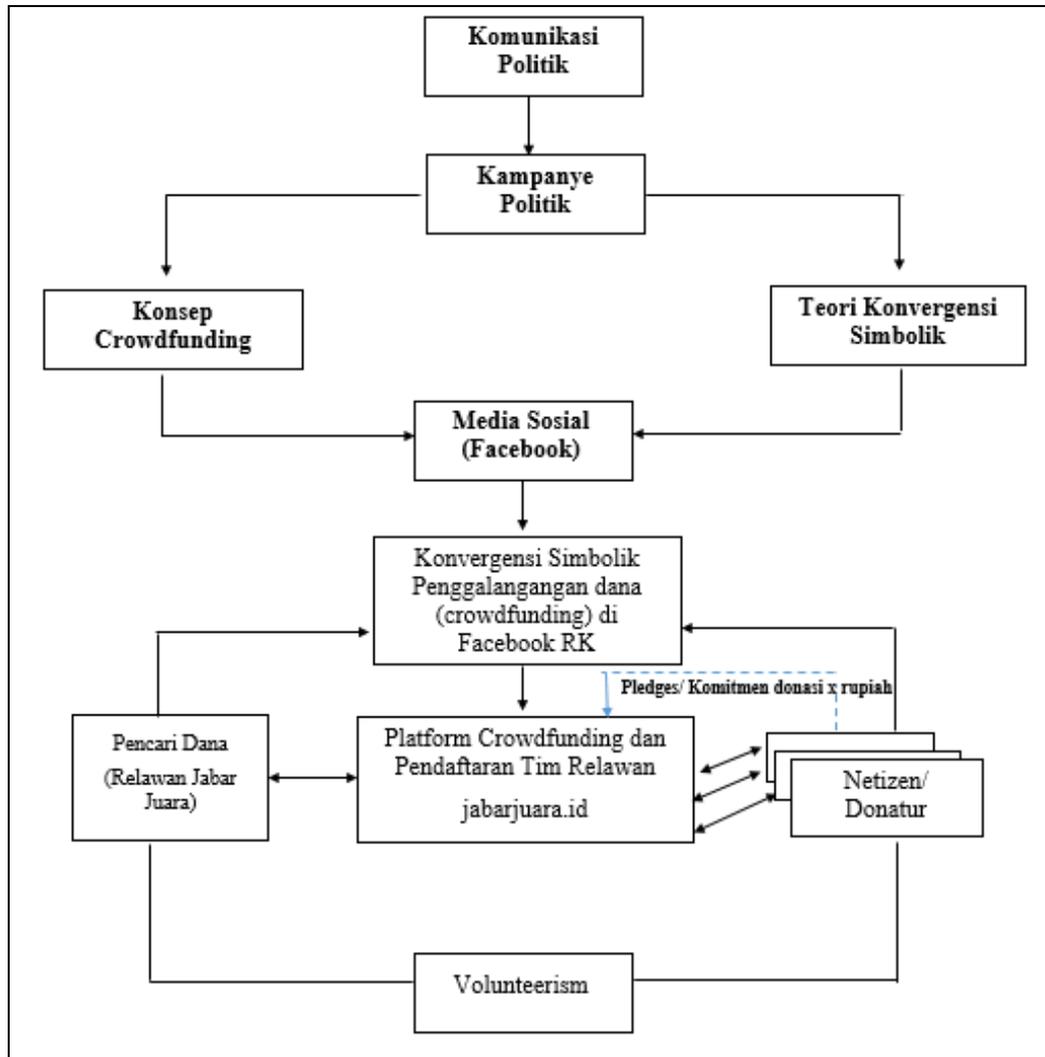
			<p>2) Bagaimana proses konvergensi simbolik para netizen yang berlangsung di komunitas situs jejaring social FIS dan weblog interaktif Kompasiana terkait dengan eksistensi pemerintahan SBY-Boediono dalam kasus Century?</p> <p>3) Bagaimana narasi yang dibangun oleh para netizen saat mereka terlibat dalam proses konvergensi simbolik di situs jejaring social FIS dan weblog interaktif Kompasiana terkait eksistensi pemerintahan SBY-Boediona dalam kasus bailout Century?</p> <p>4) Bagaimana manajemen privasi komunikasi dari para netizen saat mereka terlibat dalam perbincangan politik di situs jejaring social FIS dan weblog interaktif Kompasiana terkait eksistensi pemerintahan SBY-Boediono dalam kasus bailout Century?</p>	<p>Tipologi partisipan politiknya aktif, spectator, dan gladiator serta kolektif. Arus komunikasi partisipan mengambil bentuk horizontal dan bersifat demokratis. Tujuh visi retorik yang mejadi pola perbincangan di Kompasiana dan FIS yaitu (1) ketidakjelasan penegakan hukum Century; (2) SBY-Boediono turut bertanggungjawab atas kasus Century; (3) pemerintah SBY-Boediono sudah tidak lagi dipercaya; (4) kasus Century sebagai kejahatan; (5) kasus Century sebagai blunder politik; (6) terdapat aliran dana ke partai politik; (7) kebijakan bailout yang Tidak bisa diadili</p>	<p>Perbedaannya, penelitian ini mengkaji konvergensi simbolik penggalangan dana (<i>crowdfunding</i>) dalam kampanye politik RINDU di media sosial facebook oleh Tim Relawan Jabar Juara</p>
--	--	--	---	--	--

Sumber: Heryanto, Gun Gun (2013). *Konvergensi Simbolik di Komunitas Virtual (Studi Pada Ruang Publik Baru dalam Komunikasi Politik di Situs Jejaring Sosial dan Weblog Interaktif Era Pemerintahan SBY-Budiono dalam Kasus Century*. Bandung: Program Pascasarjana Universitas Padjajaran. (Diolah untuk keperluan penelitian, 2018).

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kajian mengenai penggalangan dana secara *online* (*crowdfunding*) tengah menjadi salah satu penelitian yang menarik. Namun dari hasil pencarian yang telah dilakukan, belum ditemukan penelitian terpublikasi mengenai kajian penggalangan dana kampanye secara *online* di Indonesia, khususnya bila dikaitkan dengan teori konvergensi simbolik.

Alasan pemilihan teori konvergensi simbolik dalam upaya penggalangan dana kampanye yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara yaitu (1) teori ini dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi seperti komunikasi antarpribadi, kelompok, organisasi, public ataupun komunikasi massa dalam kegiatan komunikasi politik maupun kampanye politik; (2) teori ini dapat membantu menjelaskan bagaimana para individu berbincang antara satu dengan yang lainnya hingga berbagi kesadaran umum diantara para anggota komunitas.

G. Kerangka Konsep



Gambar 2.5 Kerangka Konsep

Sumber: Penelitian 2018 dielaborasi dari Hemer (2011)

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, *crowdfunding* dapat diartikan sebagai suatu skema penggalangan dana yang dilakukan oleh sekumpulan orang (biasanya bernominal kecil) dengan memanfaatkan teknologi web 2.0 (internet dan media social). Jika merujuk pada mekanisme *crowdfunding* yang diungkapkan Hemer, diketahui bahwa aktor dari penggalangan dana kampanye (kreator) adalah Tim Relawan Jabar Juara yang kemudian membuat

platform *crowdfunding* jabarjuara.id sebagai penghubung (*intermediary*) untuk para netizen yang berkeinginan menjadi donatur. Ada sebuah proses komunikasi atau informasi yang harus dilakukan pencari dana yaitu Tim Relawan Jabar Juara kepada netizen atau komunitas virtual agar berkontribusi melakukan penggalangan dana (menjadi donatur).

Pada kasus ini, Tim Relawan Jabar Juara memanfaatkan internet khususnya Fanpage Facebook Ridwan Kamil untuk menyebarluaskan video dan informasi tertulis di wall akun tersebut hingga menimbulkan semacam diskusi politik atau interaksi terhadap program penggalangan dana tersebut.

Kemudian pemanfaatan internet dan media social yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara memfasilitasi adanya konvergensi simbolik yaitu proses pertukaran pesan yang memunculkan kesadaran kelompok hingga berimplikasi pada hadirnya makna, motif dan perasaan bersama di dalam komunitas virtual yang ada di Fanpage tersebut mengenai pentingnya udunan warga untuk didukung agar nantinya pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum dapat fokus bekerja untuk cita-cita Jabar Juara.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metodologi adalah proses, prinsip dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metodologi adalah pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Metodologi dipengaruhi atau berdasarkan perspektif teoritis yang digunakan untuk melakukan penelitian, sementara perspektif teoritis itu sendiri adalah suatu kerangka penjelasan atau interpretasi yang memungkinkan peneliti memahami data dan menghubungkan data yang rumit dengan peristiwa dan situasi lain (Mulyana, 2013:145).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman social yang diinterpretasikan oleh setiap individu (Gunawan, 2013:83). Denzin dan Lincoln 1987 dalam (Moleong, 2009:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada seperti observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan pandangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan konvergensi simbolik *crowdfunding* dalam kampanye politik Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum di media social facebook.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu metode penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena kontemporer yang terdapat dalam konteks kehidupan nyata yang dilaksanakan ketika batasan-batasan antara fenomena dan konteksnya belum jelas dengan menggunakan berbagai sumber data (Yin 2009 dalam Gunawan, 2013:116).

Menurut Gunawan (2013:125-132) terdapat karakteristik penelitian studi kasus yaitu:

1. Menempatkan objek penelitian sebagai kasus. Pada umumnya, kasus menyangkut kejadian dari kehidupan sehari-hari yang nyata. Kasus dapat berupa seseorang, sekelompok orang, kejadian, masalah, konflik, keputusan, program, pelaksanaan suatu proses dan proses pengorganisasian.
2. Memandang kasus sebagai fenomena yang bersifat kontemporer. Bersifat kontemporer berarti kasus tersebut sedang atau telah selesai terjadi tetapi masih memiliki dampak yang dapat dirasakan pada saat penelitian dilaksanakan. Studi kasus juga dibatasi waktu maupun ruang yang terkait dengan kasus tersebut.
3. Dilakukan pada kondisi kehidupan sebenarnya.
4. Menggunakan berbagai sumber data. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang terperinci dan komprehensif menyangkut objek penelitian seperti wawancara, pengamatan, catatan dokumen dan pernyataan orang lain tentang kasus tersebut.

5. Menggunakan teori sebagai acuan penelitian. Pada penelitian studi kasus, teori digunakan untuk menentukan arah, konteks maupun posisi hasil penelitian. Kajian teori dapat dilakukan di bagian depan, tengah dan belakang proses penelitian.

Berdasarkan pemaparan tersebut, objek penelitian kasus ini adalah konvergensi simbolik yang berlangsung dalam perbincangan politik netizen di Fanpage Facebook Ridwan Kamil terkait video udunan warga yang mengajak para pengikutnya untuk membantu menyumbangkan dana kampanye politik. Elemen-elemen konvergensi simbolik yang dimaksud dalam objek penelitian ini adalah struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur medium dan struktur evaluative.

C. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Hal ini berdasarkan pendapat Bungin yang menyatakan bahwa para ahli seperti Yin dan Sevilla, meletakkan studi kasus sebagai penelitian yang bersifat deskriptif. Guna mendukung argumentasinya, Yin menyebut salah satu karya studi kasus yang bersifat deskriptif milik William F. White yang berjudul *Street Corner Society* (Bungin, 2015: 239).

Tujuan penelitian deskriptif adalah menyediakan gambaran atau data yang akurat, menemukan data yang tidak sesuai dengan temuan atau penelitian sebelumnya, melakukan kategorisasi, menjelaskan urutan kerja, mendokumentasikan hubungan kausalitas dan mekanisme, dan melaporkan latar belakang atau konteks situasi penelitian (Neuman, 2016:44).

Hal tersebut sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu menjelaskan penggalangan dana yang dilakukan meliputi jenis, mekanisme serta proses konvergensi simbolik *crowdfunding* di fanpage facebook Ridwan Kamil.

D. Penjelasan Konsep

- 1) Kampanye didefinisikan sebagai suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan (Pfau dan Parrot, 1993).
- 2) Konvergensi Simbolik adalah teori yang menjelaskan bagaimana para individu berbincang antar satu dengan yang lainnya hingga mereka berbagi kesadaran umum dan menciptakan rasa memiliki identitas dan komunitas (Bormann, 1985). Adapun elemen-elemen dalam konvergensi simbolik terdiri dari struktur dasar (tema fantasi: rantai fantasi, tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga); struktur pesan (visi retorik, *dramatis personae*, *scene*, *plotline*, *sanctioning agen*); struktur dinamis (*righteous master analogue*, *social master analogue*, *pragmatic master analogue*); struktur komunikator (*fantasizers*, *rhetorical community*, *communication style*), struktur medium dan struktur evaluative.
- 3) *Crowdfunding* didefinisikan sebagai penggalangan dana melalui pengumpulan sumbangan kecil dari masyarakat umum (dikenal sebagai kerumunan) menggunakan internet dan media social (Canada Media Fund, 2014).

- 4) Media Sosial dapat dipahami sebagai *a group of new kinds of online media* yang memiliki karakteristik berupa partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan (Antony Mayfield 2008:5). Salah satu jenis media social adalah jejaring social seperti facebook yang memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain.
- 5) *Sense of Community* (perasaan bersama komunitas) diartikan sebagai perasaan bahwa para anggota suatu komunitas terkait dengan rasa memiliki terhadap suatu komunitas, perasaan saling mengkhawatirkan antar anggota dan peduli dengan kelompok mereka, dan berbagi keyakinan yang dibutuhkan anggota yang akan dipenuhi dengan komitmen bersama (McMillan & Chavis (1986:9).

E. Sumber Informan

Infoman penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Bungin, 2015:78). Pada penelitian ini informan berjumlah 6 yaitu:

1. Gloria Vania selaku Tim Relawan Jabar Juara yang membidangi penggalangan dana kampanye politik paslon Rindu.
2. Nina Yuningsih, MM selaku Komisioner KPU Jawa Barat yang telah menjabat selama 2 periode yaitu 2013-2018 dan 2018-2023.
3. Facebooker AK yaitu netizen yang turut memberikan komentar positif terkait udunan warga.
4. Facebooker DD yaitu netizen yang aktif memberikan komentar terkait penjelasan bagaimana melakukan udunan warga.

5. Facebooker YS yaitu netizen yang memberikan komentar bahwa udunan warga bukanlah solusi terbaik dari biaya kampanye politik yang mahal.
6. Facebooker ANH yaitu netizen yang menyatakan ketidaksetujuannya terkait udunan warga.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan tiga teknik yaitu:

1. Observasi *online* yaitu membaca dan menyimpulkan catatan-catatan diskusi yang lalu dari sebuah forum internet (Pambayun, 2013:492). Observasi dilakukan dengan mengamati video udunan warga dan 234 komentar di Fanpage Facebook Ridwan Kamil. Alasannya, Ridwan Kamil bersama Tim Relawan Jabar Juara menggunakan Fanpage tersebut sebagai upaya penggalangan dana kampanye kepada para netizen.
2. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Pada penelitian ini wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam (*dept interview*) yaitu suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2008:100). Informan dipilih berdasarkan prosedur *purposive* yaitu informan dipilih sesuai dengan

kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian (Bungin, 2015:107).

Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan 6 orang informan yaitu: (1) Gloria Vania selaku Tim Relawan Jabar Juara Bidang Penggalangan Dana Kampanye; (2) Nina Yuningsih selaku Komisioner KPU Jawa Barat dan (3) Facebooker AK, DD, YS dan ANH.

Pemilihan empat orang facebooker tersebut berdasarkan pertimbangan karakteristik tertentu yang relevan dengan desain penelitian ini. Adapun karakteristik tersebut diantaranya: (a) memiliki akun facebook (b) terlibat dalam diskusi online di akun FB Ridwan Kamil khususnya seputar udunan warga dan/atau (3) memposting ulang video animasi terkait udunan warga.

3. Dokumentasi yaitu pencarian data melalui tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi berbentuk tulisan misalkan catatan harian, sejarah hidup, biografi atau peraturan-peraturan. Dokumentasi berbentuk gambar misalkan foto, sketsa dalam lain sebagainya (Sugiono, 2014:82).

Dokumentasi ini merupakan data sekunder yang akan digunakan untuk melengkapi data penelitian diantara Peraturan Komisi Pemilihan Umum, laporan transaksi udunan warga dan lain sebagainya.

Tabel 3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data	
Observasi	video udunan warga dan komentar netizen di Fanpage Facebook Ridwan Kamil
Wawancara	1. Tim Relawan Jabar Juara Bidang Penggalangan Dana: Gloria Vania 2. Komisioner KPU Jawa Barat: Nina Yuningsih 3. Netizen: facebooker AK, DD, YS dan ANH
Dokumentasi	Laporan penggalangan dana, Peraturan KPU dan catatan lainnya

Sumber: Penelitian 2018

G. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis melalui tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi (Miles and Huberman, 1987 dalam Sugiono, 2014:91).

1. Reduksi Data merupakan sebuah proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Proses ini didasari atas kesesuaian data dengan rumusan masalah penelitian. Di dalam reduksi data ada dua proses yaitu *living in* yang berarti memilih data yang dipandang penting dan mempunyai potensi dalam rangka analisis data dan *living out* yang berarti membuang atau menyingkirkan data yang dipandang kurang penting memiliki potensi untuk dianalisis data.
2. Penyajian data merupakan susunan sekumpulan informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan. Penyajian data - data yang telah direduksi secara sistematis bisa berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Miles dan Huberman (1984) menyatakan yang paling

sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks naratif.

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi. Pada bagian ini ditarik kesimpulan-kesimpulan secara longgar, tetap terbuka dan skeptis namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan tersebut diverifikasi selama proses penelitian melalui peninjauan atau pemikiran kembali pada catatan lapangan secara terperinci dan seksama.

Selain alur teknik analisis tadi, penelitian ini juga memasukan analisis data yang mengikuti alur FTA (*Fantasy Theme Analysis*). FTA dilakukan pada video yang diposting pada 20 Februari 2018 berjudul “Udunan Warga” yang memperoleh 24.439 tayangan, 2.073 tanggapan (1.934 suka, 102 super, 24 tertawa, 7 sedih, 1 marah), 648 komentar dan 169 kali dibagikan per tanggal 3 Mei 2018. Video ini berbentuk animasi yang berisikan alasan mengapa harus ikut berpartisipasi melakukan penggalangan dana.

H. Uji Keshahihan Data

Guna menjamin keshahihan data maka dilakukan triangulasi yaitu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan *merecheck* temuan dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, penyidik atau teori (Moleong, 2009:330-331).

Pada penelitian ini, teknik triangulasi yang dilakukan adalah triangulasi metode (pengumpulan data) dan sumber data yaitu:

- 1) Triangulasi metode (pengumpulan data) yaitu (a) membandingkan data observasi dengan hasil wawancara yaitu membandingkan komentar facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil dengan data hasil wawancara kepada 4 partisipan yaitu facebooker AK, DD, ANH, dan YS; (b) membandingkan data hasil wawancara dengan dokumen-dokumen yang berkaitan yaitu membandingkan data hasil wawancara dari Tim Relawan Jabar Juara dengan hasil pengamatan yang dilakukan melalui berita online dan website jabarjuara.id
- 2) Triangulasi sumber dilakukan dengan mewawancarai Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si. selaku Pakar Komunikasi Politik terkait dengan konvergensi simbolik *crowdfunding* di media social.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum

Profil Ridwan Kamil

Mochamad Ridwan Kamil atau yang akrab dipanggil Kang Emil lahir pada 4 Oktober 1971 di Bandung Jawa Barat dari pasangan Atje Misbach Muhjiddin dan Tjutju Sukaesih. Ridwan Kamil menempuh pendidikan S1 di Institut Teknologi Bandung dengan mengambil jurusan Teknik Arsitektur kemudian melanjutkan pendidikan S2 di University of California, Berkeley, Amerika Serikat. Pada tahun 2004, Ridwan Kamil bersama teman-temannya mendirikan Urbane, perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa konsultan perencanaan, arsitek, dan desain (Viva.co.id).

Ridwan Kamil mengawali karier politiknya pada tahun 2013 ketika dirinya dicalonkan menjadi walikota Bandung oleh partai PKS dan Gerindra. Pada Pilkada kota Bandung tersebut, dirinya berpasangan dengan Oded Muhammad Danial sebagai calon wakil walikota Bandung. Selama menjabat sebagai walikota Bandung, banyak gebrakan yang dibuat oleh Ridwan Kamil terutama dalam hal sistem pelayanan publik serta tata kota Bandung hingga dirinya terpilih menjadi salah satu walikota terbaik di Indonesia.

Pada 2018 Ridwan Kamil berpasangan dengan Uu Ruzahul Ulum mencalonkan diri menjadi Gubernur Jawa Barat yang diusung oleh PPP, PKB, Partai Nasdem, dan Partai Hanura. Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum

kemudian berhasil menang dengan perolehan suara 7.226.254 atau 32,88 persen (Kompas.com).

Profil Uu Ruzhanul Ulum

Uu Ruzhanul Ulum lahir pada 10 Mei 1969 di Tasikmalaya, Jawa Barat. Setelah lulus sekolah menengah, Uu meneruskan kuliah di Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Siliwangi. Karier politiknya diawali dengan menjadi anggota DPRD Kabupaten Tasikmalaya dari Partai Persatuan Pembangunan (PPP) pada 1999 kemudian menjadi Ketua DPRD Tasikmalaya untuk periode 2004-2009. Pada Tahun 2009, Uu kembali menjadi anggota DPRD periode 2009-2011.

Pada 2011, saat usianya menginjak 42 tahun, Uu berpasangan dengan Ade Sugianto dan berhasil keluar sebagai pemenang Pilkada Tasikmalaya 2011. Uu dan Ade menjadi Bupati dan wakil Bupati Tasikmalaya untuk periode 2011-2016. Uu kembali terpilih menjadi Bupati Tasikmalaya untuk periode 2016-2021.

Kemudian pada 2018, Uu mencalonkan diri menjadi Wakil Gubernur Jawa Barat mendampingi Ridwan Kamil. Pasangan Ridwan Kamil dan Uu kemudian dilantik pada 5 September menjadi Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat periode 2018-2023.

2. Visi dan Misi Pasangan Calon Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum

Visi menghadirkan Jawa Barat Juara Lahir Batin yang memiliki manusia beriman, bahagia dan berkualitas, membangun ekonomi yang berdaya saing, berkelanjutan dan merata sejahtera di desa maupun di kota serta menerapkan tata kelola pemerintahan yang baik (Kpu.go.id).

Visi tersebut kemudian dijabarkan menjadi 5 misi yaitu:

1. Membentuk manusia Jawa Barat yang beriman, bertaqwa serta mendorong peran tempat ibadah sebagai sentra keilmuan dan interaksi sosial.
2. Melahirkan manusia Jawa Barat yang bahagia, berkualitas, dan produktif.
3. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, keuangan daerah yang sehat dan inovasi pembiayaan pembangunan untuk mendorong pembangunan Jawa Barat.
4. Membangun infrastruktur wilayah/desa dan kota di Jawa Barat yang mampu mempercepat pertumbuhan dan ekonomi serta meningkatkan konektivitas baik antar Kota/Kabupaten di Jawa Barat maupun Jawa barat dengan provinsi lainnya di Indonesia.
5. Mendorong daya saing ekonomi yang berkelanjutan di desa dan kota dan ekonomi umat dalam rangka menghadirkan kesejahteraan dan keadilan bagi masyarakat Jawa Barat.

3. Program Pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzahul Ulum

Selama masa kampanye, paslon Rindu memiliki 9 program unggulan yang diberi nama sesuai dengan nama makanan yaitu: (1) LAJA singkatan dari Lapangan Pekerjaan; (2) SEMUR singkatan dari Sembako Murah; (3) JAMU singkatan dari Jalan Mulus; (4) OPAK singkatan dari One Product at One Kampung; (5) WAJIT singkatan dari Pariwisata Jitu; (6) CIKUR atau Citarum Kita Juara; (7) TALAS atau Petani dan Nelayan Sejahtera; (8) LIMAR atau Listrik Mandiri Rakyat; dan (9) LEMPER singkatan dari Lembur Penuh Listrik (Republika.co.id).

4. Profil Relawan Jabar Juara

Pada awalnya Relawan Jabar Juara merupakan nama yang dideklarasikan 12 simpul relawan pendukung Ridwan Kamil yang berasal dari berbagai latar belakang dan wilayah di Jawa Barat yaitu Barka, Barmil, Fostarika, Jabarkabakti, Jakamuda, RKJBR, SGP Center, TrendRK, Madrid, Srikandi Barka, dan CWC.

Pada acara deklarasi tersebut, Ketua Relawan Jabar Juara, Aat Suratin mengatakan bahwa Relawan Jabar Juara akan membantu kampanye Ridwan Kamil memenangi Pilgub Jabar. Menurutnya, Relawan Jabar Juara bukanlah bagian dan tidak memiliki kaitan dengan partai politik namun nantinya akan bekerjasama dengan partai-partai politik pendukung Kang Emil, dalam melakukan sosialisasi Kang Emil kepada seluruh warga Jabar (Beritasatu.com).

Program kerja Relawan Jabar Juara adalah rekrutmen 150 ribu relawan, membangun sistem komunikasi di antara anggota dari kelompok berbeda, serta program donasi bernama Udunan Warga. Udunan Warga merupakan upaya penggalangan dana sosial untuk kampanye dengan konsep “dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.” (Beritasatu.com).

5. Visi, Misi dan Dasar Hukum Udunan Warga

Visi Udunan Warga: mencegah terjadinya politik uang sebagai akar dari permasalahan pendanaan politik calon pelayan masyarakat dan meningkatkan mutu kedewasaan pola pikir dan demokrasi masyarakat sehingga pemerintah/pejabat yang terpilih adalah orang yang bekerja untuk kesejahteraan masyarakat (Leaflet Udunan Warga, 2018).

Misi Uduan Warga: menciptakan, menyediakan dan mengembangkan sistem penggalangan dana yang transparan, bersih, partisipatif dan efisien. Mengedukasi pentingnya keikutsertaan masyarakat dalam sistem pendanaan politik sehingga masyarakatlah yang menentukan pilihannya (Leaflet Uduan Warga, 2018)

Dasar Hukum Uduan Warga: Uduan Warga selaku program unggulan RK Jabar Juara berdasarkan Peraturan KPU No. 5 Pasal 19 Tahun 2017, dimana semua dana kampanye para pasangan calon wajib dilaporkan dalam Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK) dan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK). LPPDK yang merupakan laporan akhir pasangan calon wajib diaudit oleh Kantor Akuntan Publik yang telah lolos melalui seleksi oleh KPU Provinsi. Uduan Warga menyiapkan sistem sekaligus pembukuan digital atas sumbangan-sumbangan yang telah diterima oleh RK Jabar Juara agar dapat bertanggung jawab sepenuhnya atas segala dana sumbangan masyarakat (Leaflet Uduan Warga, 2018).

B. Hasil Penelitian

1. Penggalangan Dana Kampanye Politik Ridwan Kamil

Pemilihan Gubernur Jawa Barat telah selesai diselenggarakan dan diikuti empat pasangan calon yaitu (1) Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum diusung koalisi enam partai politik (Nasdem, PPP, PKB, Hanura); (2) TB Hasanudin-Anton Charliyan (PDI-Perjuangan); (3) Sudrajat-Syaikhu (Gerinda, PAN dan

PKS); (4) Deddy Mizwar-Dedi (Demokrat dan Golkar). Pada Pilgub tersebut pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum berhasil menang dengan perolehan suara 7.226.254 atau 32,88 persen (Kompas.com).

Pilgub Jabar menjadi salah satu pemilihan kepala daerah yang menarik perhatian. Alasannya, Jawa Barat adalah provinsi yang memiliki jumlah DPT terbesar yaitu sekitar 31.735.153. Para pemilih terdiri dari 15.948.112 pemilih laki-laki dan 15.787.021 pemilih perempuan. Pemilih tersebut tersebar di 627 kecamatan, 5.957 desa/kelurahan dan 74.944 TPS (Kpu.go.id). Tidak berlebihan jika Jawa Barat dikatakan sebagai salah satu lumbung suara nasional.

Besarnya jumlah pemilih di Jawa Barat tentu berimplikasi terhadap anggaran dana Pilkada itu sendiri baik biaya penyelenggaraan yang dibebankan kepada APBD maupun biaya pencalonan diri calon kepala daerah yang bersangkutan.

Pemprov Jabar mengeluarkan dana hibah sebesar Rp 1,687 Triliun untuk kesuksesan Pilkada Jawa Barat mulai dari penyelenggaraan hingga keamanan. Komisi Pemilihan Umum (KPU) Jabar memperoleh Rp1,169 triliun, Bawaslu Jabar Rp 322 miliar adapun sisanya untuk kepolisian dan stakeholder lainnya (Kompas.com).

Calon kepala daerah juga harus mengeluarkan biaya pribadi untuk mendanai proses pencalonan dirinya. Biaya yang dikeluarkan mulai dari kampanye dalam bentuk pertemuan terbatas, pertemuan tatap muka dan dialog, dan kegiatan kampanye lainnya yang tidak melanggar peraturan. Selain itu, calon kepala daerah juga harus mengeluarkan biaya saksi pada saat hari pemilihan

berlangsung, rekapitulasi serta mengeluarkan biaya penyelesaian jika terjadi sengketa pilkada.

Besarnya modal dana kampanye yang harus dikeluarkan calon kepala daerah dalam pencalonan dirinya menyebabkan tidak jarang ditemukan kepala daerah yang melakukan korupsi setelah mereka terpilih untuk mengembalikan dana kampanye pada masa pemilihan berlangsung.

Kampanye didefinisikan sebagai suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan (Pfau dan Parrot, 1993 dalam Heryanto 2013:21).

Relawan Jabar Juara membantu Ridwan Kamil untuk memenangkan kampanye Pilkada Jabar, salah satunya melalui program udunan warga agar Ridwan Kamil tidak terjebak dalam praktek korupsi yang disebabkan mahalannya ongkos politik yang harus dikeluarkan.

Berdasarkan keterangan Tim Relawan Jabar Juara Gloria Vania, ide penggalangan dana kampanye ini berawal dari kunjungan salah satu staff Ridwan Kamil untuk melakukan studi banding *smart city* yang ada di Balai Kota DKI Jakarta. Disela-sela pertemuan tersebut muncul pembicaraan mengenai mahalannya biaya kampanye dengan komitmen menjadi pemimpin yang bersih.

Pada kesempatan tersebut, Michael Victor Sianipar yang juga merupakan staff Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) menceritakan bahwa dirinya pernah melakukan penggalangan dana kampanye politik pasangan Ahok-Djarot saat Pemilihan Gubernur DKI Jakarta tahun 2016. Ide penggalangan dana kampanye

kemudian disampaikan Michael kepada Ridwan Kamil yang kemudian menjadi salah satu program andalan Tim Relawan Jabar Juara yang diberi nama Uduan Warga (UWA).

Berdasarkan keterangan Gloria Vania, ketika muncul pembicaraan tentang penggalangan dana kampanye tersebut hingga akhirnya disetujui Ridwan Kamil, pihak-pihak yang dahulu menangani penggalangan dana Basuki Tjahaja Purnama akhirnya kami berbaur menjadi Tim Relawan Jabar Juara.

Penggalangan dana dilakukan melalui dua cara yaitu *offline* dan *online*. Penggalangan dana secara *offline* pertama kali dilakukan oleh tim relawan pada 19 November 2017 dengan memanfaatkan *Car Free Day* di Buah Batu Bandung. Pada kesempatan tersebut, tim relawan melakukan sosialisasi terkait program uduan warga. Berdasarkan postingan di akun Instagram @rkjabarjuara, pada kesempatan itu terkumpul dana sekitar Rp 60 juta rupiah.

Selain itu, penggalangan dana secara *offline* juga dilakukan dengan cara melakukan gala dinner. Tercatat ada 2 acara gala dinner yang dilakukan yaitu pada 12 Februari 2018 di Hotel Padma Bandung dan 24 Februari 2018 JIExpo Kemayoran bekerjasama dengan alumnus UC Berkeley.

Hasil sumbangan penggalangan dana di Bandung terkumpul sekitar Rp 200 juta sedangkan gala dinner yang diselenggarakan di Jakarta berhasil mengumpulkan Rp 1,2 milyar. Adapun total jumlah dana penggalangan dana kampanye Rindu baik *offline* maupun *online* sekitar Rp 2 milyar (jabarjuara.id).

Ketentuan penggalangan dana *offline* ini adalah tidak menerima uang tunai melainkan transfer melalui kartu ATM/debit atau kartu kredit yang digesek

menggunakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dan setor tunai dari bank ke akun Jabar Juara. Alasan kenapa tim relawan tidak menerima uang tunai adalah karena ditakutkan adanya kecurangan. Misalkan saja masuk kantong relawan sendiri.

Namun dalam prakteknya, masih dijumpai beberapa pendonor yang memberikan uang secara tunai ketika acara sosialisasi diselenggarakan. Menurut Tim Relawan Jabar Juara Gloria Vania:

“Kita benar-benar menghindari cash. Tapi pada waktu itu kita juga memikirkan gimana kalo ada ibu-ibu yang mau kasih 10 ribu? akhirnya ada beberapa donatur yang kasih cash ke relawan dan kemudian transaksinya digesek menggunakan mesin EDC salah satu relawan tapi tetap dilaporannya kita tuliskan nama-nama donatur tersebut”.

Tim Relawan Jabar Juara juga melakukan penggalangan dana secara *online* atau yang dikenal dengan *crowdfunding* yaitu penggalangan dana melalui pengumpulan sumbangan kecil dari masyarakat umum (dikenal sebagai kerumunan) menggunakan internet dan media sosial. Penggalangan dana secara *online* (*crowdfunding*) dilakukan dengan mengakses situs jabarjuara.id.

Jenis *crowdfunding* yang digunakan Tim Relawan Jabar Juara adalah berbasis donasi (*donation-based*). Sebagaimana yang tersirat pada namanya, *crowdfunding* basis donasi adalah jenis *crowdfunding* yang bertujuan untuk mencari sumbangan. Dalam *crowdfunding* jenis ini, para donatur yang berkontribusi dalam penggalangan dana kampanye politik RINDU tidak akan diberikan hadiah, pengembalian dana atau imbalan apapun.

Berdasarkan keterangan Tim Relawan Jabar Juara, pihaknya memang tidak memberikan hadiah atau imbalan apapun kepada penyumbang karena landasan dari penggalangan dana ini adalah kesukarelaan

2. Mekanisme Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

Aktor utama dalam mekanisme *crowdfunding* adalah individu pencari dana, portal *crowdfunding* sebagai penghubung (*intermediary*) dan masyarakat sebagai donatur (Hemer, 2011:12).

Pencari dana kampanye politik Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum dilakukan oleh Tim Relawan Jabar Juara yang mulai dari November 2017 dan berakhir pada Juni 2018. Selama rentang waktu tersebut Tim relawan Jabar Juara melakukan beberapa tugas selaku pencari dana diantaranya menyiapkan materi kampanye penggalangan dana, membuat standar operasional prosedur (SOP) serta mempublikasikan proyek *crowdfunding* kepada pendukung potensial.

Publikasi proyek *crowdfunding* yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara diantaranya dengan membuat beberapa video, gambar atau pesan dengan tema Uduan Warga yang diposting di beberapa media sosial milik Tim Relawan Jabar Juara maupun masing-masing calon yaitu Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum. Alasannya karena tim relawan menyadari bahwa kekuatan figure Ridwan Kamil dapat membantu mempromosikan program ini kepada para pendukung potensial. Hal ini diungkapkan Gloria Vania sebagai berikut:

Tidak ada pendekatan atau promosi khusus namun kita menyadari bahwa penggalangan dana ini akan dilihat jika Ridwan Kamil sendirilah yang membantu untuk mensosialisasikan program ini.

Adapun platform atau portal *crowdfunding* <https://jabarjuara.id> merupakan situs resmi yang khusus dibuat Tim Relawan Jabar Juara untuk memudahkan masyarakat yang ingin berpartisipasi menyumbangkan sejumlah dana dengan cara mentransfer ke rekening bank milik RINDU Jabar Juara-Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum. Platform tersebut juga digunakan untuk menggalang dukungan masyarakat yang ingin berpartisipasi menjadi relawan Jabar Juara.

Setelah masyarakat atau calon donatur mengakses situs jabarjuara.id maka akan tampil laman untuk mengakses metode udunan warga yang diinginkan yaitu:

1. Uduan melalui bank transfer.
2. Menghadiri acara penggalangan dana yang diselenggarakan kelompok-kelompok relawan RINDU Jabar Juara.

Berikut ini gambar metode udunan warga yang dapat dipilih donatur atau penyumbang:

The image shows a web interface for selecting donation methods. At the top, there is a green header with the word 'METODE' and a navigation bar with numbers 1 through 5. The main content area has the heading 'Ayo jadi bagian untuk perubahan Jabar menuju Juara!' and a sub-heading 'Pilih salah satu metode udunan lalu klik Lanjut'. There are two main options, each in a rounded rectangular box. The first option, 'Uduan melalui Bank Transfer', is selected with a radio button and includes the text 'Anda dapat menyalurkan udunan ke rekening resmi RINDU Jabar Juara - Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum' and 'ATM, internet & mobile banking'. The second option, 'Menghadiri Acara Penggalangan Dana', is unselected and includes the text 'Anda dapat menghadiri acara penggalangan dana yang diadakan kelompok-kelompok relawan RINDU Jabar Juara' and 'ATM, internet & mobile banking'. At the bottom right, there is an orange button labeled 'LANJUT >'.

Gambar 4.1 Metode Uduan Warga

Sumber: <https://jabarjuara.id>

Jika calon donatur memilih udunan warga melalui bank transfer maka akan muncul laman yang menjelaskan tentang tata cara partisipasi udunan warga melalui bank transfer yaitu formulir pernyataan penyumbang KPU, No NPWP, No KTP serta tanda tangan basah penyumbang.

Berikut ini adalah tata cara dalam melakukan udunan melalui bank transfer:

1. Memilih nominal atau masukan jumlah saldo udunan; calon donatur dapat memilih berapa jumlah uang yang akan didonasikan mulai dari Rp 10.000 hingga jumlah lainnya (dana perseorangan tidak melebihi 75.000.000).
2. Mengisi formulir data diri yang disediakan secara *online* sebagai syarat dari Komisi Pemilihan Umum (KPU). Formulir ini terdiri dari Nomor KTP, Nama Sesuai KTP, Alamat Email, Nomor Telepon/HP, Nomor NPWP, Pekerjaan, Alamat Pekerjaan, Asal Perolehan Dana dan Pernyataan Penyumbang bahwa: (a) penyumbang tidak menunggak pajak; (b) penyumbang tidak pailit berdasarkan putusan pengadilan; (c) dana tidak berasal dari tindak pidana; dan (d) sumbangan bersifat tidak mengikat.
3. Memilih metode pembayaran yaitu bank transfer dan rekening bank yang ingin dituju.
4. Melakukan pembayaran ke nomor virtual account (bank transfer) ke rekening yang tertera.

Setelah menuliskan jumlah nominal dana yang akan disumbangkan, mengisi data diri dan memilih metode pembayaran beserta bank yang akan dituju

maka donatur akan memperoleh nomor *virtual account* yang akan digunakan untuk mentransfer dana tersebut.

Pihak Tim Relawan juga akan mengirimkan detail tata cara pembayaran ke alamat email donatur beserta surat pernyataan penyumbang pihak lain perseorangan yang memuat data diri tersebut harus dicetak dan ditandatangani donatur. Surat pernyataan tersebut kemudian harus dikirimkan ke alamat (Jl. Cipaganti No.91, Cipaganti, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40161). Nantinya tim relawan Jabar Juara akan mengirimkan surat pernyataan tersebut ke Komisi Pemilihan Umum agar donasi yang terkumpul dapat digunakan untuk dana kampanye Pemilihan Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum.

Berikut ini gambar alur mekanisme udunan warga online dan *offline* yang dilakukan tim relawan Jabar Juara:



Gambar 4.2 Alur Mekanisme Udunan Warga Online dan Offline

Sumber: SOP Penyelenggara Udunan Warga

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa pihak penyelenggara udunan warga telah memetakan bahwa penggalangan dana yang dilakukan secara online

adalah transaksi yang dilakukan melalui website jabarjuara.id sehingga udunan melalui transaksi online melalui website kemudian dapat dikategorikan sebagai *crowdfunding*. Hal ini tentunya berbeda dengan penggalangan dana yang dilakukan melalui setor tunai atau mesin EDC yang dapat dikategorikan sebagai penggalangan dana *offline*.

Hal yang hampir sama juga berlaku untuk penggalangan dana dengan metode menghadiri acara yang diselenggarakan kelompok relawan RINDU Jabar Juara. Perbedaannya terdapat dalam jumlah nominal yang akan disumbangkan. Calon donatur harus memilih tiket sesuai dengan pengaturan tempat duduk yang diinginkan dengan harga yang beragam. Berikut ini gambar salah satu acara yang diselenggarakan tim relawan RINDU Jabar Juara.

 <p>*Pendaftaran ditutup 14 Maret 2018 Tempat terbatas</p> <p>Informasi lebih lanjut hubungi Steffie - 0859 217 271 55 Rizki - 0811 99 27 02</p> <p>Gambar 4.3 Pengaturan Tempat Duduk Ngariung Bareng Ridwan Kamil di Bogor</p>	<p>*Pendaftaran ditutup 14 Maret 2018 Tempat terbatas</p> <p>Informasi lebih lanjut hubungi Steffie - 0859 217 271 55 Rizki - 0811 99 27 02</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td>Reguler - Rp 200.000 Berlaku untuk 1 orang</td> <td>79 tiket tersisa</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td>Gold 1 - Rp 5.001.000 Berlaku untuk 1 orang</td> <td>8 tiket tersisa</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td>Gold 2 - Rp 5.002.000 Berlaku untuk 1 orang</td> <td>8 tiket tersisa</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/></td> <td>VIP - Rp 10.000.000 Duduk bersama Bapak Ridwan Kamil, berlaku untuk 1 orang</td> <td>5 tiket tersisa</td> </tr> </tbody> </table> <p>< KEMBALI LANJUT ></p> <p>Gambar 4.4 Daftar Harga Tiket Tempat Duduk Ngariung Bareng Ridwan Kamil di Bogor</p>	<input type="radio"/>	Reguler - Rp 200.000 Berlaku untuk 1 orang	79 tiket tersisa	<input type="radio"/>	Gold 1 - Rp 5.001.000 Berlaku untuk 1 orang	8 tiket tersisa	<input type="radio"/>	Gold 2 - Rp 5.002.000 Berlaku untuk 1 orang	8 tiket tersisa	<input type="radio"/>	VIP - Rp 10.000.000 Duduk bersama Bapak Ridwan Kamil, berlaku untuk 1 orang	5 tiket tersisa
<input type="radio"/>	Reguler - Rp 200.000 Berlaku untuk 1 orang	79 tiket tersisa											
<input type="radio"/>	Gold 1 - Rp 5.001.000 Berlaku untuk 1 orang	8 tiket tersisa											
<input type="radio"/>	Gold 2 - Rp 5.002.000 Berlaku untuk 1 orang	8 tiket tersisa											
<input type="radio"/>	VIP - Rp 10.000.000 Duduk bersama Bapak Ridwan Kamil, berlaku untuk 1 orang	5 tiket tersisa											

Sumber: <https://jabarjuara.id>

Berdasarkan gambar tersebut diketahui bahwa jumlah donasi atau dana yang akan disumbangkan peserta bervariasi sesuai dengan harga tempat duduk yang telah ditetapkan penyelenggara. Contohnya kegiatan gala dinner yang berjudul Ngariung Bareng Ridwan Kamil di Bogor, tiket dijual dengan harga Rp. 200.000 sampai Rp. 10.000.000 bagi peserta VIP.

Ketika peserta membeli tiket acara melalui websites jabarjuara.id maka penggalangan dana dapat dikategorikan sebagai penggalangan dana online (*crowdfunding*). Alasannya, penyumbang melakukan transaksi pembelian tiket tempat duduk melalui website sesuai dengan nominal harga yang tertera di website tersebut.

Namun, kegiatan Uduan Warga yang diselenggarakan tim relawan dengan membeli tiket ini juga memberikan kesempatan bagi individu atau perusahaan untuk menyumbang kembali saat kegiatan dilakukan. Pada kesempatan tersebut, panitia menyediakan form untuk diisi individu atau perusahaan yang ingin menyumbang secara *offline* melalui mesin EDC.

Menurut Tim Relawan Jabar Juara Gloria Vania, acara gala dinner ini dipersiapkan untuk orang yang ingin mengetahui lebih dalam seputar penggalangan dana karena mereka punya kesempatan untuk bertanya secara langsung kepada Ridwan Kamil bahkan terkait kebijakan-kebijakan beliau sebelumnya.

“Jadi setelah dijelaskan diacara tersebut, apa tujuan dari uduan warga dan jika mereka tergerak untuk menyumbang kembali maka kami siapkan form khusus dan mesin EDC untuk transaksi *offline*.”

Adapun persyaratan udunan bagi perusahaan sama seperti persyaratan udunan individu. Perbedaannya hanya terletak pada maksimal jumlah udunan. Hal ini berdasarkan peraturan KPU yang menyatakan bahwa jumlah maksimum donasi perseorangan adalah Rp 75.000.000 dan menyertakan formulir pernyataan penyumbang KPU, No NPWP, No KTP dan tanda tangan basah penyumbang sedangkan udunan perusahaan maksimum RP. 750.000.000 dengan menyertakan formulir pernyataan penyumbang KPU, copy halaman pertama akte pendirian PT dari SK kementerian Hukum dan HAM, copy NPWP perusahaan, copy KTP direksi dan tanda tangan basah direksi.

3. Konvergensi Simbolik Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

Video animasi penggalangan dana di fanpage facebook Ridwan Kamil diposting pada 20 Februari 2018 berdurasi 59 detik tersebut pertanggal 3 Mei 2018 memperoleh 24.439 tayangan, 2.073 tanggapan (1.934 suka, 102 super, 24 tertawa, 7 sedih, 1 marah), 648 komentar dan 169 kali dibagikan dengan jumlah pengikut 3.318.730 orang. Video tersebut diposting oleh Admin dengan keterangan:

Mengapa kita harus bergotong royong, patungan atau udunan? Ini alasannya.

Biaya kampanye di Indonesia tidak sedikit. Dengan minimal Rp. 10.000 #AyoUdunan agar biaya kampanye yang besar terasa ringan jika kita bersama-sama membantu. Klik: <https://udunan.jabarjuara.id/>

Mari turut serta berkontribusi dalam mewujudkan #JabarJuara, salah satu caranya dengan #UdunanWarga. Suatu program untuk membantu pembiayaan pasangan #RINDU dalam proses kampanye. Dikelola secara transparan dan dilaporkan pada KPUD.

#RidwanKamil #RINDUJabarJuara

#JabarJuaraLahirBatin



Gambar 4.5 Video Uduan Warga

Sumber: Facebook Ridwan Kamil

Adapun narasi atau pesan yang disampaikan dari video yang berdurasi 59 detik tersebut adalah sebagai berikut:

“Ridwan Kamil dan Uu resmi menjadi calon gubernur Jawa Barat 2018. Dua sosok pemimpin muda yang peduli, merakyat dan berpengalaman ini butuh dukungan kita menuju Jabar Juara. Pemilu di Indonesia menghabiskan biaya yang tidak sedikit saatnya kita bantu Ridwan Kamil dan Uu dengan apapun yang kita miliki baik berupa tenaga, waktu, ide dan materi. Kita juga bisa bantu dengan cara praktis dan cukup mudah, dengan cara menyumbang uang minimal 10 ribu rupiah melalui Uduan Warga. Uduan Warga diproses secara transparan, akuntabel, terpercaya dan efisien dapat dicek melalui website dan dilaporkan pada KPU. Dengan kita uduan maka Ridwan Kamil dan Uu akan fokus bekerja untuk cita-cita warga Jabar Juara. Hayu urang uduan. Beberes Jabar bebarengan.”

1. Struktur Dasar

Postingan video berjudul uduan warga dan komentar netizen tersebut akan dianalisis mengikuti alur Fantasi Theme Analysis (FTA) dimulai dari struktur dasar yaitu tema fantasi, tipe fantasi, symbolic cue/isyarat simbolik dan saga (Cragan, 1998 dalam Heryanto, 2013:47-48).

- a) Tema fantasi adalah isi pesan yang didramatisasi hingga memicu rantai fantasy (Bormann, 1985:131). Sementara Cragan juga menyatakan bahwa

meskipun tema fantasi merupakan pesan, hal ini juga menjadi bagian dari kesadaran komunitas melalui proses dinamika sharing.

- b) Tipe fantasi ini merupakan stok skenario yang digunakan untuk menjelaskan kejadian-kejadian baru dalam bentuk dramatic yang dikenal khalayak. Tipe fantasi sering juga berfungsi sebagai rumah sosial dari visi retorik yang muncul karena cenderung untuk memunculkan makna, emosi, dan motif tindakan untuk setiap anggota dari komunitas retorik.
- c) *Symbolic cue* atau isyarat simbolik merupakan indikator retorik atau kode yang mendukung tema fantasi. Biasanya berwujud kata, frase atau symbol.
- d) Saga adalah ucapan yang senantiasa diulang-ulang dalam pencapaian kehidupan seseorang, kelompok, komunitas, organisasi dan negara atau bisa juga kaum puritan.

Tulisan Admin Ridwan Kamil terkait udunan warga jika dianalisis menggunakan alur FTA yang dimulai dari konsep dasar maka akan diperoleh tema fantasi, tipe fantasi, symbolic cue/isyarat simbolik dan saga sebagai berikut:

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang ditulis Admin FB Ridwan Kamil adalah **Mengapa harus bergotong royong, patungan atau udunan?** Tema fantasi ini dapat ditemukan diawal kalimat. Berikut ini kutipan tulisan admin tersebut:

Mengapa kita harus bergotong royong, patungan atau udunan? Ini alasannya. Biaya kampanye di Indonesia tidak sedikit. Dengan minimal Rp. 10.000 #AyoUdunan agar biaya kampanye yang besar terasa ringan jika kita bersama-sama membantu. Klik: <https://udunan.jabarjuara.id/>

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi yang digunakan adalah **biaya kampanye di Indonesia tidak sedikit, biaya kampanye yang besar terasa ringan**. Berikut ini kutipan tipe fantasi yang ditulis admin FB Ridwan Kamil

Mengapa kita harus bergotong royong, patungan atau udunan? Ini alasannya.

Biaya kampanye di Indonesia tidak sedikit. Dengan minimal Rp. 10.000 #AyoUdunan agar **biaya kampanye yang besar terasa ringan** jika kita bersama-sama membantu. Klik: <https://udunan.jabarjuara.id/>

Mari turut serta berkontribusi dalam mewujudkan #JabarJuara, salah satu caranya dengan #UdunanWarga. Suatu program untuk membantu pembiayaan pasangan #RINDU dalam proses kampanye. Dikelola secara transparan dan dilaporkan pada KPUD.

#RidwanKamil #RINDUJabarJuara
#JabarJuaraLahirBatin

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **RINDU, transparan dan dilaporkan pada KPUD**. Isyarat simbolik **Rindu** merujuk pada akronim pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum. Isyarat simbolik selanjutnya adalah **transparan dan dilaporkan pada KPUD** menegaskan bahwa program penggalangan dana ini dikelola secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **mari berkontribusi dalam mewujudkan #JabarJuara, #RINDUJabarJuara dan #JabarJuaraLahirBatin**. Saga **mari berkontribusi mewujudkan Jabar Juara** merupakan penegasan bahwa dengan berpartisipasi menyumbang sejumlah dana untuk pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum maka secara tidak langsung kita telah berkontribusi untuk mewujudkan visi misi pasangan ini yaitu menghadirkan **Jawa Barat Juara Lahir**

Batin yang memiliki manusia beriman, bahagia dan berkualitas, membangun ekonomi yang berdaya saing, berkelanjutan dan merata sejahtera di desa maupun di kota serta menerapkan tata kelola pemerintahan yang baik. Pengulangan kata **Jabar Juara** juga sepertinya dimaksudkan agar masyarakat mudah mengingat pasangan ini pada hari pemilihan.

Adapun Video Udunan Warga berdurasi 59 detik tersebut jika dianalisis menggunakan alur FTA adalah sebagai berikut:

a) Tema Fantasi Video Udunan Warga

Tema fantasi yang digunakan adalah **udunan warga** yang juga merupakan judul dari video tersebut. Tema fantasi **udunan warga** merujuk pada program penggalangan dana kampanye pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum sebagai salah satu bentuk kontribusi warga mewujudkan Jabar Juara. Berikut ini isi dari video udunan warga

“Ridwan Kamil dan Uu resmi menjadi calon gubernur Jawa Barat 2018. Dua sosok pemimpin muda yang peduli, merakyat dan berpengalaman ini butuh dukungan kita menuju Jabar Juara. Pemilu di Indonesia menghabiskan biaya yang tidak sedikit saatnya kita bantu Ridwan Kamil dan Uu dengan apapun yang kita miliki baik berupa tenaga, waktu, ide dan materi. Kita juga bisa bantu dengan cara praktis dan cukup mudah, dengan cara menyumbang uang minimal 10 ribu rupiah melalui **Udunan Warga**. **Udunan Warga** diproses secara transparan, akuntabel, terpercaya dan efisien dapat dicek melalui website dan dilaporkan pada KPU. Dengan kita udunan maka Ridwan Kamil dan Uu akan fokus bekerja untuk cita-cita warga Jabar Juara. Hayu urang udunan. Beberes Jabar bebarengan.”

b) Tipe Fantasi Video Udunan Warga

Tipe fantasi yang digunakan dalam video ini yaitu **butuh dukungan** dan **pemilu di Indonesia menghabiskan biaya yang tidak sedikit**. Tipe fantasi **butuh dukungan** terdapat dalam petikan video berikut ini

“Ridwan Kamil dan Uu resmi menjadi calon gubernur Jawa Barat 2018. Dua sosok pemimpin muda yang peduli, merakyat dan berpengalaman ini **butuh dukungan** kita menuju Jabar Juara.”

Adapun tipe fantasi yang kedua yaitu **Pemilu di Indonesia menghabiskan biaya yang tidak sedikit** terdapat dalam petikan video berikut ini

“**Pemilu di Indonesia menghabiskan biaya yang tidak sedikit** saatnya kita bantu Ridwan Kamil dan Uu dengan apapun yang kita miliki baik berupa tenaga, waktu, ide dan materi.”

c) Isyarat simbolik:

Isyarat simbolik dalam video ini adalah **transparan, akuntabel, terpercaya dan efisien dapat dicek melalui website dan dilaporkan pada KPU.**

Berikut ini isyarat simbolik dalam kutipan video udunan warga

Udunan Warga diproses secara **transparan, akuntabel, terpercaya dan efisien dapat dicek melalui website dan dilaporkan pada KPU.** Dengan kita udunan maka Ridwan Kamil dan Uu akan fokus bekerja untuk cita-cita warga Jabar Juara. Hayu urang udunan. Beberes Jabar bebarengan.

Transparan atau transparansi adalah keterbukaan secara sungguh-sungguh, menyeluruh dan memberi tempat bagi partisipasi aktif dari seluruh lapisan masyarakat dalam proses pengelolaan sumber daya publik. Transparansi juga menyangkut pencatatan dan pelaporan catatan keuangan (Wardhana, 2016:244). Adapun Akuntabel atau akuntabilitas berkaitan dengan pertanggungjawaban. Dengan demikian, isyarat simbolik yang digunakan dalam video udunan warga ini adalah untuk menerangkan bahwa program ini terbuka karena dapat diakses oleh siapapun dan dapat dipertanggungjawabkan karena ada laporan dana yang akan di bagikan disitus jabarjuara.id dan dilaporkan kepada KPUD.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **Cita-cita Warga Jabar Juara, Hayu urang udunan dan Beberes Jabar bebarengan**. Berdasarkan pidato Ridwan Kamil dihadapan relawan, pendukung dan simpatisannya pada 8 Februari 2018 di Sabuga Bandung, slogan **Jabar Juara** lahir sebagai sebuah gagasan yang tulus dari hasil pemikiran luhur untuk menghadirkan Jabar yang mampu mengisi kemerdekaan dengan persatuan, kedaulatan, keadilan dan kemakmuran.

Jabar Juara juga dapat diartikan sebagai bagian dari visi misi kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum. Visinya dalah menghadirkan Jawa Barat Juara Lahir Batin yang memiliki manusia beriman, bahagia dan berkualitas, membangun ekonomi yang berdaya saing, berkelanjutan dan merata sejahtera di desa maupun di kota serta menerapkan tata kelola pemerintahan yang baik. Visi tersebut dijabarkan dalam lima misi yang berfokus pada:

1. Menghadirkan Manusia Jawa Barat yang beriman, bertaqwa, serta mendorong peran tempat ibadah sebagai sentra keilmuan dan interaksi sosial.
2. Melahirkan manusia Jawa Barat yang Bahagia, Berkualitas, dan Produktif
3. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik, keuangan daerah yang sehat, dan inovasi pembiayaan pembangunan untuk mendorong pembangunan Jawa Barat
4. Membangun infrastruktur wilayah/desa dan kota di Jawa Barat yang mampu mempercepat pertumbuhan dan ekonomi, serta meningkatkan

konektivitas baik antarkota/kabupaten di Jawa Barat maupun Jawa Barat dengan provinsi lainnya di Indonesia.

5. Mendorong Daya Saing Ekonomi yang berkelanjutan di Desa dan Kota dan Ekonomi Umat dalam rangka menghadirkan kesejahteraan dan keadilan bagi masyarakat Jawa Barat.

Jadi saga **cita-cita warga Jabar Juara** dapat diartikan sebagai cita-cita warga Jabar untuk merealisasikan visi misi tersebut. Adapun saga **hayu urang udunan, beberes jabar bebarengan** dapat ditemukan diakhir kalimat video sebagai bentuk penegasan sekaligus ajakan agar netizen mau berpartisipasi. Dengan melakukan udunan maka masyarakat berkesempatan berkontribusi terhadap perbaikan Jabar bersama-sama.

Berikut ini adalah beberapa komentar facebooker terkait video udunan warga yang diposting tanggal 20 Februari 2018

Tabel 4.1
Sampel Tulisan Facebooker RK
Seputar Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

No	Nama	Bahasan
1	AK 16 like	Tulisan ini mengungkapkan kekaguman komentator terkait ide pasangan calon Ridwan Kamil dan Uu menggalang dana kampanye karena akan menjauhkan pasangan ini dari korupsi.
2	ENS 10 like	Tulisan ini menjelaskan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengerti sistem udunan warga, padahal udunan ini merupakan solusi dari mahalanya biaya kontestasi pemilihan calon dari praktek-praktek yang melanggar aturan.
3	RMA 30 like, 8 komentar balasan	Tulisan ini mengungkapkan bahwa udunan warga merupakan gerakan positif karena akan menjauhkan calon dari korupsi dan gerakan kreatif supaya ada harapan demokrasi menjadi lebih baik.
4	NHK 46 like, 17 komentar balasan	Tulisan ini mengungkapkan kekaguman facebooker terhadap ide kreatif Ridwan Kamil dalam mencari dana kampanye. Menurutnya, Kang Emil dapat menjadi contoh dan pelopor baik untuk paslon lain.
5	TRS 14 like, 3 komentar balasan	Tulisan ini berusaha memprovokasi pembacanya terkait mahalanya biaya kampanye dengan menyertakan beberapa contoh pengalokasian dana tersebut serta mencoba menghubungkan bahwa udunan warga adalah salah satu cara melawan tim sukses lain yang belum tentu bermain fair.

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (2)
Sampel Tulisan Facebooker RK
Seputar Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

6	NVG 7 like	Tulisan ini mengungkapkan bahwa ada yang pro dan kontra terkait udunan warga namun lebih baik jujur seperti ini.
7	NR 3 like	Tulisan ini berisikan dukungan sekaligus pertanyaan terkait legal form penggalangan dana kampanye. Menurutnya niat baik penggalangan dana ini bisa menjadi masalah jika tidak memiliki legal form agar para pendukung yang ingin berpartisipasi tidak merasa khawatir.
8	A(AI) 1 like, 6 komentar balasan	Tulisan ini mengungkapkan bahwa Pilkada merupakan pesta demokrasi yang mahal akan tetapi udunan warga bukanlah sebuah solusi.
9	YS	Tulisan ini mengungkapkan tentang mahalnya biaya demokrasi dengan keraguan menghasilkan pemimpin yang independen
10	HW 2 like, 8 komentar balasan	Tulisan ini merupakan pertanyaan terkait berapa nomor rekening dan bagaimana cara menyalurkan dana tersebut.
11	DG	Tulisan ini mengungkapkan rasa syukur komentator terkait udunan warga dan mengaitkan program ini dengan tidak ada lagi istilah balik modal ketika calon menjabat gubernur
12	AH 8 like, 21 balasan	Tulisan ini mengungkapkan kekecewaannya terhadap Ridwan Kamil karena memilih Uu Ruzhanul Ulum sebagai calon wakil gubernur.
13	ZAZJ 1 like	Tulisan ini mengapresiasi udunan warga sebagai bentuk bagus perlawanan terhadap mahar politik

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (3)
Sampel Tulisan Facebooker RK
Seputar Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

14	GLH 6 like	Tulisan ini berisikan kesiapan dirinya untuk menyumbang dengan melampirkan bukti dari jabarjuara
15	RR 7 komentar balasan	Tulisan ini menjelaskan bahwa udunan warga untuk kampanye tidak semestinya dilakukan karena lebih baik mengalokasikan uang yang dimiliki untuk kebutuhan lain atau diberikan kepada yang lebih membutuhkan
16	YW 3 like	Tulisan ini mengungkapkan bahwa memilih pasangan RINDU saat hari pemilihan lebih penting dibandingkan menyumbang dana kampanye
17	ARS 2 like	Tulisan ini berisikan dukungan Gurka Sukabumi terhadap pasangan RINDU dan mengapresiasi udunan warga sebagai role model dari kampanye zaman sekarang
18	LP 1 like, 5 komentar balasan	Tulisan ini berisikan pertanyaan mengenai kenapa pilkada kampanye menggunakan udunan warga
19	DA 11 komentar balasan	Tulisan ini berisikan pengandaian bahwa dirinya mungkin akan memilih Ridwan Kamil jika partai pendukungnya berbeda
20	BAS 6 like, 4 komentar balasan	Tulisan berisikan perasaan kekecewaan BAS terkait partai pengusung Ridwan Kamil dan pernyataan bahwa dirinya tidak akan memilih RK
21	RAA	Tulisan berisikan pertanyaan yang merasa aneh adanya penggalangan dana untuk kampanye politik

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (4)
Sampel Tulisan Facebooker RK
Seputar Penggalangan Dana (*Crowdfunding*)

22	HP	Tulisan ini menjelaskan bahwa komentator siap berpartisipasi udunan warga dan percaya Ridwan Kamil akan mementingkan rakyat
23	DSA 2 like, 4 balasan	Tulisan berisikan pernyataan siap ikut andil udunan warga meskipun dirinya bukan berasal dari luar Jawa Barat
24	AN	Tulisan ini berisikan ingatan AN bahwa hal serupa pernah dilakukan Joko Widodo pada Pilpres 2014
25	KU	Tulisan ini mengapresiasi udunan warga namun dengan kondisinya saat ini komentator hanya dapat berdoa agar Ridwan Kamil terpilih

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 25 komentar netizen yang akan diteliti menggunakan alur FTA untuk memudahkan analisis, komentar-komentar facebooker tersebut akan diteliti mulai dari tema fantasi, tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga.

1. Analisis Komentar AK

Facebooker AK mengungkapkan kekagumannya kepada pasangan Rindu terkait program penggalangan dana kampanye yang akan menjauhkan pasangan ini dari praktek korupsi jika telah terpilih. Hal ini dapat dilihat dari komentar Ak sebagai berikut:

Rindu memang cerdas. Biaya kampanye rereongan kanu bade udunan tapi ikhlas jeung rido keur perubahan rakyat Jabar, lebih alus kieu dari pada biaya kampanye make dana jurig ☺ ☺ buntut buntutna kudu malikeun deui lamun geus kapilih. Ieu hiji contoh nu disebut ngajauhan tina korupsi tea.

a) Tema Fantasi

Berdasarkan komentar tersebut, tema fantasi ada pada kalimat **Rindu memang cerdas udunan keur perubahan rakyat Jabar**. Disini sepertinya facebooker AK ingin menyampaikan bahwa paslon rindu Rindu cerdas menggagas program udunan warga. Alasannya, biaya kampanye dengan udunan atau bersama-sama untuk perubahan rakyat Jawa Barat lebih baik daripada biaya kampanye menggunakan dana yang tidak jelas sumbernya.

b) Tipe Fantasi

Berdasarkan komentar tersebut juga terdapat tipe fantasi yang disampaikan facebooker AK yaitu **ngajauhan tina korupsi**. Berikut ini petikan komentar yang menunjukkan adanya tipe fantasi

Rindu memang cerdas. Biaya kampanye rereongan kanu bade udunan tapi ikhlas jeung rido keur perobahan rakyat Jabar, lebih alus kieu dari pada biaya kampanye make dana jurig ☺ ☺ buntut buntutna kudu malikeun deui lamun geus kapilih. Ieu hiji contoh nu disebut **ngajauhan tina korupsi tea**.

Pada kalimat tersebut sepertinya AK ingin menyampaikan bahwa udunan warga merupakan salah satu alternative dari pembiayaan dana kampanye yang akan menjauhkan pasangan Rindu dari praktek korupsi.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan AK adalah **Dana Jurig ☺ ☺**. Kalimat Dana Jurig dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai dana hantu kemudian kalimat tersebut diikuti dua emoticon senyum ☺ ☺. Facebooker AK sepertinya ingin menyampaikan bahwa dana jurig merupakan dana yang tidak jelas asalnya dan identic berhubungan dengan korupsi.

d) Saga

Saga yang digunakan dalam tulisan AK adalah **Perubahan Rakyat Jabar**. Disini sepertinya facebooker AK ingin mempertegas bahwa program udunan warga akan berkontribusi terhadap perubahan rakyat Jawa Barat.

2. Analisis Komentar ENS

Facebooker ENS mengungkapkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengerti sistem udunan warga padahal udunan ini merupakan solusi dari mahalnya biaya pemilihan.

Tapi banyak yang belum ngerti sistem udunan ini. Selama ini banyak masyarakat yang ga tau kalau nyalon tuh butuh dana ga sedikit, yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyeklah, pemulusan ijin-ijin walau melanggar aturan, terpaksa pejabat nurutin karena punya hutang budi. Kalau hutang budi sama rakyat banyak, kita bareng-bareng nagih. Perbaiki daerah/kota dll, mengawal kepemimpinan yang terpilih dan pemimpin hutangnya sama rakyat, bukan sama pengusaha, karena pemimpin itu untuk melayani rakyat.

a) Tema Fantasi

Dalam komentar tersebut, tema fantasi yang diangkat adalah **banyak yang belum ngerti sistem udunan ini**. Komentar ENS mengenai **banyak yang belum ngerti sistem udunan ini** sepertinya merujuk pada dua hal yaitu ketidaktahuan masyarakat mengenai tujuan udunan warga dan bagaimana cara menyalurkan dana tersebut.

b) Tipe Fantasi

Tipe Fantasi yang digunakan ada dalam kalimat **nyalon tuh butuh dana gak sedikit, yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyek, pemulus**

ijin-ijin walau melanggar aturan, terpaksa pejabat nuruton karena punya hutang budi. Berikut ini petikan komentar yang berisi tipe fantasi facebooker ENS:

Tapi banyak yang belum ngerti sistem udunan ini. Selama ini banyak masyarakat yang ga tau kalau **nyalon tuh butuh dana ga sedikit, yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyeklah, pemulusan ijin-ijin walau melanggar aturan, terpaksa pejabat nurutin karena punya hutang budi.** Kalau hutang budi sama rakyat banyak, kita bareng-bareng nagih. Perbaiki daerah/kota dll, mengawal kepemimpinan yang terpilih dan pemimpin hutangnya sama rakyat, bukan sama pengusaha, karena pemimpin itu untuk melayani rakyat.

Facebooker EN S sepertinya ingin mengajak pembaca untuk memahami bahwa pencalonan membutuhkan dana yang tidak sedikit dan biasanya dana kampanye paslon berasal dari para pengusaha. Konsekuensinya, paslon memiliki hutang budi kepada pengusaha sehingga dengan mudah para pengusaha dapat meminta jatah proyek dan pemulus ijin usaha meskipun melanggar aturan.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan facebooker ENS adalah **hutang budi.**

Tapi banyak yang belum ngerti sistem udunan ini. Selama ini banyak masyarakat yang ga tau kalau nyalon tuh butuh dana ga sedikit, yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyeklah, pemulusan ijin-ijin walau melanggar aturan, terpaksa pejabat nurutin karena punya **hutang budi.** Kalau **hutang budi** sama rakyat banyak, kita bareng-bareng nagih. Perbaiki daerah/kota dll, mengawal kepemimpinan yang terpilih dan pemimpin hutangnya sama rakyat, bukan sama pengusaha, karena pemimpin itu untuk melayani rakyat.

Kalimat hutang budi beberapa kali diulang facebooker ENS seolah-olah untuk mempertegas bahwa dana kampanye yang diperoleh pejabat dari pengusaha akan dibayar dengan praktek-praktek yang menjurus kepada pelanggaran aturan atau korupsi namun jika masyarakat turut berkontribusi menggalang dana

kampanye bagi paslon maka masyarakat dapat menagih janji kampanye pejabat tersebut.

d) Saga

Saga dalam komentar EN S adalah **pemimpin hutangnya sama rakyat karena pemimpin untuk melayani rakyat**. Saga yang digunakan EN S seolah menegaskan cara pandang ideal mengenai salah satu tugas seorang pemimpin yaitu untuk melayani rakyat agar kedepannya rakyat lebih sejahtera.

3. Analisis Komentar RMA

Facebooker RMA mengungkapkan bahwa udunan warga merupakan gerakan positif dan kreatif karena akan menjauhkan calon dari korupsi dan supaya ada harapan demokrasi menjadi lebih baik. Komentar ini mendapatkan 30 like dan 8 komentar balasan. Berikut ini merupakan komentar RMA:

Positif kang ini mah, dari pada ada calon yang gak mau rugi karena setelah kampanye ngeluarin uang banyak, nanti korupsi, ini salah satu gerakan untuk mencegah itu. Dari udunan rakyat, untuk pesta rakyat, kalo menang pasti berjuang untuk rakyat bukan berjuang untuk uang kampanye yang habis. Penggalangan dana tanpa paksaan, simpatisan yang menginginkan Kang Emil jadi gubernur tidak merasa dirugikan, bahkan beruntung nantinya akan bekerja untuk rakyat. Yang belum bisa udunan, ya gapapa, da heuntue dosa, ini mah gerakan kreatif supaya ada harapan demokrasi lebih baik (mencoba netral, boleh punya pilihan masing-masing tanpa menyakiti satu sama lain).

a) Tema Fantasi

Berdasarkan komentar facebooker RMA tema fantasi dapat ditemukan dalam kalimat:

Positif kang ini mah, **dari pada** ada calon yang gak mau rugi karena setelah kampanye ngeluarin uang banyak, nanti **korupsi**, ini salah satu gerakan untuk mencegah itu.

Disini sepertinya facebooker RMA ingin menegaskan bahwa udunan warga merupakan salah satu gerakan yang dapat mencegah korupsi.

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi yang digunakan adalah **penggalangan dana tanpa paksaan dan gerakan kreatif supaya ada harapan demokrasi lebih baik**. Berikut ini petikan komentar RMA yang menunjukkan tipe fantasi adalah:

Penggalangan dana tanpa paksaan, simpatisan yang menginginkan Kang Emil jadi gubernur tidak merasa dirugikan, bahkan beruntung nantinya akan bekerja untuk rakyat. Yang belum bisa udunan, ya gapapa, da heuntue dosa, ini mah **gerakan kreatif supaya ada harapan demokrasi lebih baik** (mencoba netral, boleh punya pilihan masing-masing tanpa menyakiti satu sama lain).

Tipe fantasi **penggalangan dana tanpa paksaan** seolah-olah ingin mempertegas bahwa udunan warga ini bersifat sukarela bahkan simpatisan Ridwan Kamil tidak akan merasa dirugikan dengan program ini karena manfaat dari program ini akan kembali kepada rakyat.

Tipe fantasi selanjutnya adalah **gerakan kreatif supaya ada harapan demokrasi lebih baik**. Kalimat seolah menggambarkan rasa optimisme RMA bahwa udunan warga merupakan gerakan yang kreatif dan menjadikan demokrasi menjadi lebih baik karena adanya partisipasi masyarakat dalam penggalangan dana kampanye bagi paslon yang didukung dan menjauhkan paslon dari praktek korupsi.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **dari udunan rakyat untuk pesta rakyat**. Kalimat tersebut ada dalam petikan komentar RMA sebagai berikut:

Positif kang ini mah, dari pada ada calon yang gak mau rugi karena setelah kampanye ngeluarin uang banyak, nanti korupsi, ini salah satu gerakan untuk mencegah itu. **Dari udunan rakyat, untuk pesta rakyat**, kalo menang pasti berjuang untuk rakyat bukan berjuang untuk uang kampanye yang habis.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **harapan demokrasi lebih baik**. Ini dapat ditemukan dalam kalimat:

Dari udunan rakyat, untuk pesta rakyat, kalo menang pasti berjuang untuk rakyat bukan berjuang untuk uang kampanye yang habis. Penggalangan dana tanpa paksaan, simpatisan yang menginginkan Kang Emil jadi gubernur tidak merasa dirugikan, bahkan beruntung nantinya akan bekerja untuk rakyat. Yang belum bisa udunan, ya gapapa, da heuntue dosa, ini mah gerakan kreatif supaya ada **harapan demokrasi lebih baik** (mencoba netral, boleh punya pilihan masing-masing tanpa menyakiti satu sama lain).

Saga yang diangkat seolah ingin menegaskan cara pandang ideal bahwa kedepannya ada harapan demokrasi menjadi lebih baik dengan mengikutsertakan warga dalam proses pendanaan kampanye.

4. Analisis Komentar NH

Komentar ini mendapatkan 46 like dengan 17 komentar balasan. Komentar facebooker NH mengungkapkan kekaguman dirinya terhadap ide kreatif Ridwan Kamil dalam mencari dana kampanye. Berikut ini komentar yang facebooker NH tuliskan:

Mantep. Kang Emil punya kreatifitas nyari dana untuk kampanye pilkada, gak perlu korupsi atau ngutang untuk nyari dana buat kampanye. Kang Emil bisa jadi contoh dan pelopor yang baik untuk paslon lain.

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **Gak perlu korupsi atau ngutang untuk nyari dana kampanye**. Tema fantasi yang ditulis facebooker NH seolah-olah menegaskan bahwa udunan warga merupakan solusi dari praktek korupsi yang kerap kali menjerat para pejabat negara karena mahalnnya biaya kampanye.

b) Tipe Fantasi:

Tipe fantasi yang digunakan adalah **Kang Emil contoh dan pelopor baik untuk paslon lain**. Facebooker NH sepertinya ingin menegaskan bahwa ide penggalangan dana merupakan salah satu bukti bahwa Ridwan Kamil merupakan calon kandidat gubernur yang baik sehingga patut dijadikan contoh untuk paslon lain.

Tabel 4.2
Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker NH

No	Facebooker	Tipe Fantasi	Interpretasi
1	Ridwan Kamil (Admin)	Betul, Kang. Itu salah satu alasan melibatkan partisipasi publik . Supados tanggungjawabna langsung ka masyarakat sanes ka donatur (Admin).	Komentar admin RK ini merupakan respon dari tulisan Nugi Hadikumah dimana alasan lain terkait udunan warga adalah sebagai bentuk partisipasi publik agar calon bertanggungjawab langsung kepada masyarakat dan bukan kepada pihak-pihak tertentu yang membuka adanya pelanggaran aturan seperti korupsi.

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **ini baru demokrat sejati**. kalimat ini ada dalam komentar balasan facebooker NH setelah Admin FB Ridwan Kamil membalas komentar tersebut yaitu:

Mantep. **Ini baru demokrat sejati** dari rakyat oleh rakyat untuk rakyat, semoga kang Emil jadi **Jabar satu**, amin

Isyarat simbolik **ini baru democrat sejati** sepertinya digunakan facebooker NH untuk menggambarkan sosok Ridwan Kamil yang memiliki ide kreatif melibatkan partisipasi publik dalam proses demokrasi. Adapun isyarat simbolik **Jabar satu** seolah-olah untuk mempertegas agar Ridwan Kamil dapat terpilih menjadi orang nomor 1 di Jawa Barat yaitu posisi Gubernur Jawa Barat.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **dari rakyat oleh rakyat untuk rakyat**. Saga ini merujuk pada hakikat sistem pemerintahan demokrasi. Pemerintahan dari rakyat mengandung pengertian yang berhubungan dengan pemerintahan yang sah dan diakui yang diberikan dari rakyat. Pemerintahan oleh rakyat berarti suatu pemerintahan menjalankan kekuasaan atas nama rakyat. Pemerintahan untuk rakyat mengandung pengertian bahwa kekuasaan yang diberikan oleh rakyat kepada pemerintah dijalankan untuk kepentingan rakyat.

5. Analisis Komentar TRS

Komentar ini ditulis facebooker TRS yang berusaha memprovokasi pembacanya bahwa udunan warga merupakan salah satu solusi terkait mahal biaya kampanye disertai dengan contoh-contoh pengalokasian dana kampanye.

Berikut ini petikan komentar TRS yang memperoleh 14 like dan 3 komentar balasan.

Yeuh barudak nu tangkurakna masih keneh baredegong, **DANGUKEUN!!!** Biaya kampanye teh lain saukur nyieun spanduk, baligho atau benner keur disebar-sebarkeun. Aya biaya nyieun dokumentasi pemilu, jang meuli kertas, pulpen, tinta printer paranti ngajieun dokumen visi misi pikeun disebar ka masyarakat, keur meuli pulsa, komunikasi, ongkos kaditu kadieu, bensin, tim pengawas suara, advokasi dsb. **Mun teu boga duit kitu, kumaha carana ngalawan timses lain nu can tangtu main fair???**Geus ah, mun resep lebok, teu resep mening ngajedog! Hampura kasar da kuring mah lain makhluk halus. Pokokna hanyuu berangkaaatt kita nyumbang buat kejayaan Jabar. Insya Allah, Laa hawlaa walaa kuwwata ilabillah.

a) Tema Fantasi:

Tema fantasi yang digunakan adalah **dangukeun!!! mun teu boga duit, kumaha caranya ngalawan timses lain nu can tangtu main fair???** Facebooker TRS menggunakan Bahasa Sunda untuk mengungkapkan apa yang ingin disampaikannya terkait video udunan warga. Jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia adalah **Dengarkan!!! kalau tidak punya uang, bagaimana caranya melawan timses lain yang belum tentu bermain jujur???**

Disini sepertinya TRS ingin pembacanya mengerti bahwa kampanye membutuhkan biaya yang besar, biaya tersebut tidak hanya diperuntukan untuk spanduk, baliho dan banner untuk disebar-sebarkan namun ada juga biaya lainnya seperti biaya membuat dokumentasi pemilu termasuk kertas, pulpen, tinta printer untuk membuat dokumen visi misi yang nantinya disebar ke masyarakat, pulsa untuk komunikasi, transportasi, advokasi dan lain sebagainya. Dengan contoh-contoh tersebut facebooker TRS sepertinya ingin mempertegas bahwa udunan

warga merupakan solusi untuk melawan tim sukses lain yang mungkin belum tentu menggunakan cara-cara yang benar memperoleh dana kampanye.

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi yang digunakan adalah **hayu kita nyumbang**. Tipe fantasi ini berada diakhir kalimat seolah-olah untuk membakar semangat pembacanya untuk ikut berpartisipasi melakukan udunan warga.

c) Isyarat Simbolik

Tidak ada isyarat simbolik dalam komentar ini.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **kejayaan Jabar**. Saga ini dapat dilihat diakhir komentar facebooker TRS:

Pokokna hanyuu berangkaaaattt kita nyumbang buat **kejayaan Jabar**. Insha Allah, Laa hawlaa walaa kuwwata ilabillah.

6. Analisis Komentar NVG

Facebooker NVG mengungkapkan dukungannya terhadap program udunan warga meskipun ada pro dan kontra. Komentar facebooker NVG memperoleh 7 like. Berikut ini kutipan komentarnya:

Ada yang pro ada yang kontra, tapi lebih baik jujur seperti ini daripada rakyat Jawa Barat dibohongi ku ind*mie jeung beas ke akhirna korup, inshaAllah saya dukung demi kemajuan Jawa Barat.

a) Tema Fantasi:

Tema fantasi yang digunakan adalah **ada pro kontra tapi lebih baik jujur seperti ini**. Di bagian ini, sepertinya facebooker NVG ingin memberitahu pembacanya bahwa pasti ada yang setuju dan tidak setuju dengan program udunan

warga namun di sisi lain, NVG ingin mengapresiasi kejujuran Ridwan Kamil meminta dana kampanye kepada warga dibandingkan calon pemimpin yang membagikan sejumlah bahan makanan pokok menjelang hari pencoblosan tapi uangnya berasal dari korupsi.

b) Tipe Fantasi

Tidak ada tipe fantasi karena minimnya komentar yang ditulis facebooker NVG

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **dibohongi ku indomie jeung beas** atau dalam B. Indonesia berarti dibohongi dengan indomie dan beras.

Berikut ini kutipan kalimat tersebut:

Ada yang pro ada yang kontra, tapi lebih baik jujur seperti ini daripada rakyat Jawa Barat **dibohongi ku indomie jeung beas** ke akhirnya korup, inshaAllah saya dukung demi kemajuan Jawa Barat.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa banyak kandidat calon menjelang hari pemilihan memberikan bahan makanan seperti mie instan dan beras untuk menarik hati pemilih agar memilih calon tersebut saat hari pemungutan suara. Di bagian ini, facebooker NVG seolah ingin mengingatkan pembacanya untuk berhati-hati terhadap calon yang seperti itu.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **kemajuan Jawa Barat**, seolah untuk mempertegas bahwa penggalangan dana dari masyarakat akan berkontribusi terhadap kemajuan Jawa Barat itu sendiri.

7. Analisis komentar NR

Komentar ini berisikan dukungan sekaligus pertanyaan terkait legal form penggalangan dana kampanye. Berikut ini komentar facebooker NR

Saya mendukung Rindu tapi bertanya tentang **legal form pengelolaan penghimpunan dana** masyarakat umum yang bersifat sukarela **apa sudah ada kang??** Karena walaupun niat baik tapi kalau belum legal bisa ada masalah. Kalau bisa diiringi ini bentuk ini loh legal form nya keluar dari badan hukum ini dan sah. Jadi kami tidak khawatir. Siap bersama Rindu untuk Jabar Juara.

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **legal form pengelolaan penghimpunan dana apa sudah ada kang??** Di bagian awal tulisannya, facebooker NR menyatakan dukungannya terkait udunan warga namun di sisi lain facebooker NR seolah ingin memastikan bahwa kedepannya program udunan warga ini tidak menjadi masalah hukum dengan bertanya apakah sudah ada legal form pengelolaan penggalangan dana tersebut.

b) Tipe Fantasi: Tidak ada tipe fantasi karena minimnya komentar NZ

c) Isyarat Simbolik: Tidak ada

d) Saga

Saga dalam komentar facebooker NR adalah **Siap bersama Rindu untuk**

Jabar Juara. Saga ini berada dibagian akhir komentar sebagai berikut:

Saya mendukung Rindu tapi bertanya tentang legal form pengelolaan penghimpunan dana masyarakat umum yang bersifat sukarela apa sudah ada kang?? Karena walaupun niat baik tapi kalau belum legal bisa ada masalah. Kalau bisa diiringi ini bentuk ini loh legal form nya keluar dari badan hukum ini dan sah. Jadi kami tidak khawatir. **Siap bersama Rindu untuk Jabar Juara.**

8. Analisis Komentar A (AI)

Tulisan ini mengungkapkan bahwa udunan warga bukanlah sebuah solusi dari mahalnya biaya pilkada. Berikut ini komentar facebooker A (AI):

Pilkada itu gimana pun pesta demokrasi yang mahal. Solusinya bukan rakyat yang nanggung biaya tapi perbaikan sistem dengan yang lebih sederhana. **Apa iya pilkada langsung merupakan jalan paling baik? Saya kira tidak. UU MD3 diusulkan untuk merubah sistem pilkada langsung jadi tidak langsung lewat perwakilan tapi ditolak termasuk kang emil juga menolak kan?**

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **Pilkada pesta demokrasi yang mahal bukan rakyat yang nanggung biaya**. Tema fantasi facebooker A (AI) merupakan bentuk penolakan dirinya terhadap program penggalangan dana, alasannya bukan rakyat yang seharusnya menanggung biaya Pilkada yang mahal.

b) Tipe Fantasi:

Terdapat dua tipe fantasi yang dituliskan facebooker A(AI) yaitu: **Apa iya Pilkada langsung merupakan jalan paling baik? Saya Kira tidak dan Merubah sistem pilkada langsung jadi tidak langsung lewat perwakilan.**

Berikut kutipan komentar facebooker A (AI)

Pilkada itu gimana pun pesta demokrasi yang mahal. Solusinya bukan rakyat yang nanggung biaya tapi perbaikan sistem dengan yang lebih sederhana. **Apa iya pilkada langsung merupakan jalan paling baik? Saya kira tidak. UU MD3 diusulkan untuk merubah sistem pilkada langsung jadi tidak langsung lewat perwakilan tapi ditolak termasuk kang emil juga menolak kan?**

Tipe fantasi yang digunakan facebooker A (AI) **apa iya pilkada langsung merupakan jalan paling baik? saya kira tidak**, seolah-olah mengajak pembacanya untuk berpikir ulang terhadap pelaksanaan Pilkada secara langsung

yang konsekuensinya adalah calon yang mencalonkan diri harus mengeluarkan dana kampanye.

Disini facebooker A (AI) juga menyatakan bahwa ketika adanya isu mengubah sistem pilkada langsung menjadi tidak langsung seperti dulu, Ridwan Kamil adalah salah seorang yang menolak hal tersebut namun kenyataannya saat ini Ridwan Kamil sendirilah yang meminta masyarakat untuk membantu penggalangan dana kampanye dirinya.

Tabel 4.3
Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker A(AI)

No	Facebooker	Tipe Fantasi	Interpretasi
1	Simpul Relawan Purwakarta (DD)	Memang Pilkada tidak langsung lebih banyak memotong dana kampanye tapi lebih banyak riskannya contoh (1) akan terjadi kasus jual beli suara antara calon dan kabinet; (2) Rakyat tidak bisa menentukan calon pemimpin yang terbaik untuk dirinya (tidak ada kemandirian dalam menentukan pilihan); (3) Demokrasi kembali terbelenggu.	Tulisan ini merupakan balasan dari komentar Asep yang sebelumnya menyatakan bahwa udunan warga bukanlah solusi dari besarnya biaya demokrasi. Dalam hal ini, Simpul Relawan Purwakarta menanggapi dengan menyatakan bahwa meskipun Pilkada tidak langsung lebih banyak memotong dana kampanye akan tetapi terdapat resiko diantaranya: akan terjadi kasus jual beli suara, rakyat tidak lagi bisa menentukan calon pemimpin terbaik pilihannya serta demokrasi yang kembali terbelenggu

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (2)
Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker A(AI)

	PSN	Balik lagi ke era Orba dong? Justru Pemilihan langsung merupakan bukti demokrasi yang sebenarnya karena rakyat bisa langsung memilih pemimpinnya. Malah saya rasa DPR yang gak diperlukan lagi sekarang karena terlalu banyak mencampurkan kepentingan politik partainya dibandingkan daerah yang mengusungnya. Hingga terlihat kurang produktif dan hanya terlihat jeleknya saja.	Komentar balasan ini juga menyatakan perbedaan pandangannya dengan Asep. Menurutnya Pemilihan langsung merupakan bukti demokrasi yang sebenarnya karena rakyat dapat memilih langsung pemilihnya. Hal ini berbeda ketika masa Orde Baru dimana kepala daerah ditentukan pemerintah pusat.
--	-----	--	--

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **perbaikan sistem dengan yang lebih sederhana**. Berikut petikan komentar facebooker A (AI)

Pilkada itu gimana pun pesta demokrasi yang mahal. Solusinya bukan rakyat yang nanggung biaya tapi **perbaikan sistem dengan yang lebih sederhana**. Apa iya pilkada langsung merupakan jalan paling baik? Saya kira tidak. UU MD3 diusulkan untuk merubah sistem pilkada langsung jadi tidak langsung lewat perwakilan tapi ditolak termasuk kang emil juga menolak kan?

Dibagian ini, isyarat simbolik yang digunakan facebooker A(AI) sepertinya merujuk pada perubahan sistem Pilkada langsung dipilih oleh rakyat menjadi Pilkada tidak langsung yaitu dipilih oleh pemerintah.

d) Saga

Tidak ada saga

9. Analisis Komentar YS

Tulisan ini mengungkapkan tentang mahalnya biaya demokrasi dengan keraguan menghasilkan pemimpin yang independen. Berikut ini komentar facebooker YS

Saya bukan tidak setuju, tapi alangkah eloknya kalau sistem demokrasi di Indonesia ini yang berbiaya mahal ini dirombak sedemikian rupa sehingga untuk pilkada, pilpres dan pileg menjadi berbiaya murah bahkan free. Terus terang saya meragukan demokrasi berbiaya mahal ini menghasilkan pemimpin yang benar-benar independen terbebas dari utang budi para donatur.

a) Tema Fantasi:

Tema fantasi yang digunakan adalah **Saya bukan tidak setuju, tapi alangkah eloknya kalau sistem demokrasi di Indonesia yang berbiaya mahal ini dirombak menjadi berbiaya murah bahkan free.**

Di bagian ini facebooker YS seolah ingin mengajak pembacanya untuk fokus terhadap pangkal permasalahan mengapa biaya pencalonan begitu mahal dan solusi yang ditawarkan facebooker YS adalah dengan merubah sistem sehingga pencalonan yang berbiaya mahal dapat berbiaya murah bahkan gratis.

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi yang digunakan adalah **saya meragukan demokrasi berbiaya mahal ini menghasilkan pemimpin yang benar-benar independen terbebas dari utang budi para donatur.** Tipe fantasi ini dapat ditemukan dibagian kalimat akhir komentarnya berikut ini:

Saya bukan tidak setuju, tapi alangkah eloknya kalau sistem demokrasi di Indonesia ini yang berbiaya mahal ini dirombak sedemikian rupa sehingga untuk pilkada, pilpres dan pileg menjadi berbiaya murah bahkan free. Terus terang **saya meragukan demokrasi berbiaya mahal ini menghasilkan pemimpin yang benar-benar independen terbebas dari utang budi para donatur.**

c) Isyarat Simbol

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **utang budi para donatur**

d) Saga

Tidak ada

10. Analisis Tulisan HW

Komentar facebooker HW begitu singkat dan padat mengenai bagaimana cara menyalurkan dana udunan warga. Berikut ini komentar HW terkait video udunan warga:

Tampilkan no reknya kang atau kita salurkan kemana ya?

Pertanyaan **Tampilkan no reknya kang atau kita salurkan kemana ya?** merupakan tema fantasi yang digunakan facebooker HW. Pertanyaan ini juga merupakan salah satu dari sekian banyak facebooker yang juga menanyakan hal yang sama tentang bagaimana cara menyalurkan dana udunana warga jika mereka ingin berpartisipasi.

Tidak ada tipe fantasi, isyarat simbolik maupun saga dalam komentar facebooker HW mengingat begitu singkatnya komentar yang dituliskannya.

11. Analisis Komentar DGL

Tulisan ini mengungkapkan rasa syukur DGL terkait program udunan warga bahwa tidak akan ada istilah balik modal ketika calon menjadi gubernur.

Berikut ini komentar facebooker DGL

Alhamdulillah udunan ti rakyat kango kampanye cagub, janten moal aya balik modal saatos ngajabat gubernur. Ngabakti kanggo rakyat #udunanwarga Rindu Jabar Juara 1

a) Tema Fantasi:

Tema fantasi yang digunakan adalah **moal aya balik modal saatos ngajabat gubernur**. Tema fantasi merupakan ungkapan rasa simpati facebooker DGL terhadap program udunan warga. Menurutnya dengan udunan warga maka tidak akan ada istilah balik modal yang merujuk pada pengembalian dana kampanye kepada oknum-oknum tertentu dengan imbalan yang dapat menyebabkan pejabat yang terpilih melakukan korupsi.

b) Tipe Fantasi: Tidak ada tipe fantasi

c) Isyarat Simbolik: Tidak ada isyarat simbolik

d) Saga: #udunanwarga Rindu Jabar juara 1

Saga yang digunakan adalah **#udunanwarga Rindu Jabar Juara**. Dibagian ini, facebooker DGL seolah-olah ingin menegaskan bahwa udunan warga merupakan program yang turut berkontribusi terhadap visi dan misi pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum yaitu Jabar Juara. Sebagaimana yang diketahui, kata Rindu merupakan akronim politik dari nama Ridwan-Uu. Sebagai akronim politik, Rindu dipilih oleh Ridwan Kamil karena itu dianggap sebagai kata yang akrab, luas dan mudah diterjemahkan masyarakat. Pemilihan kata Rindu juga bertepatan dengan boomingnya film Dilan 1990 dimana kata Rindu menjadi bagian yang sering hadir dalam dialog film tersebut sehingga melekat dalam ingatan anak muda. Adapun Jabar Juara merupakan bagian dari tagline visi misi pasangan ini.

12. Analisis Tulisan AH

Tulisan ini mengungkapkan ketidaksediaan facebooker AH melakukan udunan warga karena kekecewaan dirinya terhadap calon wakil gubernur yang dipilih Ridwan Kamil.

Dulu saya ngefans banget sama Kang Emil, sekarang mah punten ya kang saya kurang sreg sama pasangannya. Ga usah udunan kang, urusan dana kampanye mah pasangan akang banyak bekelnnya tuh. Piraku we atuh titik titik ☺

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **dulu saya ngefans banget sama Kang Emil, sekarang saya kurang sreg sama pasangannya**. Tema fantasi yang coba dibagikan facebooker AH seolah-olah merupakan curahan hati mantan pendukung Ridwan Kamil yang merasa kecewa terhadap keputusan Ridwan Kamil memilih Uu Ruzhnanul Ulum sebagai calon wakil yang akan mendampingi beliau. Hal ini kemudian berimplikasi terhadap ketidaksediaan facebooker AH melakukan udunan warga.

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi yang digunakan adalah **gak usah udunan pasangan akang banyak bekelnnya**. Tipe fantasi tersebut dapat ditemukan dalam petikan komentar facebooker AH berikut ini:

Dulu saya ngefans banget sama Kang Emil, sekarang mah punten ya kang saya kurang sreg sama pasangannya. **Ga usah udunan kang**, urusan dana kampanye mah **pasangan akang banyak bekelnnya** tuh. Piraku we atuh titik titik ☺

Di bagian ini facebooker AH sepertinya memiliki keyakinan bahwa calon wakil gubernur yang mendampingi Ridwan Kamil memiliki sumber dana yang cukup untuk membiayai dana kampanye.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **banyak bekelnnya dan titik titik**

☺. Berikut ini kutipan komentarnya

Dulu saya ngefans banget sama Kang Emil, sekarang mah punten ya kang saya kurang sreg sama pasangannya. Ga usah udunan kang, urusan dana kampanye mah pasangan akang **banyak bekelnnya** tuh. Piraku we atuh **titik titik** ☺

Isyarat simbolik **banyak bekelnnya** sepertinya merujuk pada banyaknya perbekalan yang dimiliki seperti asset atau uang. Adapun isyarat simbolik titik titik menggunakan tanda senyum sepertinya merujuk pada tidak perlu mengumpulkan dana dari masyarakat untuk dana kampanye.

d) Saga: Tidak ada saga dalam komentar facebooker AH.

13. Analisis Komentar ZAZJ

Tulisan ini berisikan apresiasi ZAZJ terkait program udunan warga sebagai bentuk perlawanan terhadap mahar politik. Berikut ini kutipan komentar facebooker ZAZJ

Ini salah satu **bentuk bagus perlawanan mahar kepada partai-partai**, hayu dukung ku sarerea. Iraha kang bade ka Ciamis?

a) Tema Fantasi:

Tema fantasi yang digunakan adalah **bentuk bagus perlawanan mahar kepada partai-partai**. Di bagian ini, facebooker ZAZJ seolah-olah menekankan

bahwa udunan warga merupakan solusi dari maraknya praktek jual beli dukungan calon yang kerap kali dilakukan partai politik.

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi yang digunakan adalah **hayu dukung ku sarerea** yang berarti ayo dukung semua.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah Mahar. Istilah mahar politik dipahami publik sebagai transaksi di bawah tangan yang melibatkan pemberian dana dalam jumlah besar dari calon untuk jabatan yang diperebutkan dalam pemilu/pilkada dengan parpol yang menjadi kendaraan politiknya.

d) Saga: Tidak ada

14. Analisis Komentar GLH

Tulisan ini berisikan kesiapan diri facebooker GLh untuk berpartisipasi menyumbang disertai dengan bukti. Komentar ini mendapatkan 6 like. Berikut ini komentar GLH:

Dengan bismillah, semoga Kang Emil menjadi Jabar 1, saya ikut udunan kang.



a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **saya ikut udunan**. Disini facebooker GLH seolah meyakinkan pembacanya bahwa dirinya telah turut andil membantu Ridwan Kamil untuk menjadi gubernur Jawa Barat. Hal ini dibuktikan dengan screen shot bukti yang menyatakan bahwa dirinya telah menyumbang ke <https://jabarjuara.id>

b) Tipe Fantasi

Tidak ada tipe fantasi dalam komentar GLH mengingat begitu minimnya komentar yang dituliskan.

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **Jabar 1**. Kata tersebut seolah menjadi harapan facebooker GLH agar Ridwan kamil terpilih menjadi Gubernur Jawa Barat. Berikut ini petikan komentar GLH yang menunjukkan adanya isyarat simbolik.

Dengan bismillah, semoga Kang Emil menjadi **Jabar 1**, saya ikut udunan kang

d) Saga

Tidak ada saga dalam komentar tersebut.

15. Analisis Komentar RR

Komentar ini mengungkapkan ketidaksediaan facebooker RR melakukan udunan warga. Berikut komentar RR

Lebar kange kampanye mah kang, mending artosna kangge anu meryogikeun, alungkeun ka asmat atawa kamana ke, kesannya gimana gitu. Sumbangan buat kampanye, nggak banget.

a) Tema Fantasi:

Tema fantasi yang digunakan adalah **mending artosna kangge anu merogikeun, sumbangan buat kampanye nggak banget**. Tema fantasi yang ditulis facebooker RR seolah ingin menekankan kepada Ridwan Kamil dan pembacanya bahwa uang yang dimiliki seharusnya disumbangkan kepada yang lebih membutuhkan bukan disumbangkan untuk dana kampanye.

Tidak ada tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga dalam komentar facebooker RR

16. Analisis Komentar YWW

Tulisan ini mengungkapkan ada hal yang lebih penting dari udunan warga yaitu udunan suara. Komentar Ini mendapatkan 3 like, berikut ini komentar facebooker YWW:

Saya mah **udunan suara aja** kang, **alias coblos Rindu**. Kan itu jauh lebih penting hehehehe

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **udunan suara aja alias coblos Rindu**. Di bagian ini, facebooker YWW seolah ingin menekankan bahwa menyumbangkan suara kepada pasangan Ridwan Kamil dan UU Ruzhanul Ulum adalah hal yang lebih penting.

Tidak ada tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga dalam komentar ini karena komentar facebooker YWW terlalu sedikit.

17. Analisis Komentar ARS

Tulisan ini merupakan representasi dari dukungan salah satu tim relawan Gurka Sukabumi yang menyatakan bahwa udunan warga dapat menjadi role model penggalangan dana kampanye. Berikut ini komentar facebooker ARS:

Kampanye jaman now bisa jadi role model, siap Kang Emil demi Rindu Jabar1. Salam Rindu dari GURKA SUKABUMI hatur nuhun.

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **role model**. Melalui tema fantasi ini, facebooker ARS sepertinya ingin menggiring opini pembacanya bahwa udunan warga yang digagas Ridwan Kamil dapat menjadi rujukan atau gambaran yang ideal di masa depan terkait mahalnya biaya kampanye.

b) Tipe Fantasi: Tidak ada

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **Salam Rindu dari Gurka Sukabumi** yang merujuk pada gerakan relawan untuk pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum di Sukabumi.

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **Rindu Jabar 1**. Rindu Jabar 1 dapat diartikan agar Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum terpilih menjadi gubernur dan dapat juga harapan agar Jabar menjadi provinsi yang dapat bersaing dalam segala aspeknya.

18. Analisis Komentar LP

Tulisan ini berisikan ekspresi kebingungan sekaligus pertanyaan terkait udunan warga. Berikut ini komentar facebooker LP

Wow pilkada kampanye na udunan dari rakyat gak salah tuh Kang Emil?

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **Wow pilkada kampanye na udunan dari rakyat gak salah tuh Kang Emil?** Tema fantasi ini seolah-olah merupakan ekspresi kekagetan dan ketidakpercayaan facebooker LP terkait program penggalangan dana kampanye.

Tidak ada tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga dalam komentar facebooker LP.

19. Analisis Komentar DA

Tulisan ini berisikan pengandaian dan kekecewaan facebooker DA terhadap partai pendukung pasangan Rindu. Berikut ini komentar facebooker DA

Andai saja partai pendukungnya bukan yang itu, pasti saya dukung tapi ya sudahlah.

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **andai saja partai pendukungnya bukan yang itu, pasti saya dukung.** Tema fantasi yang digunakan facebooker DA seolah-olah merupakan ungkapan kekecewaan terhadap partai pengusung pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum sehingga mempengaruhi dukungannya terhadap pasangan ini. Pasangan Rindu diusung oleh partai pengusung pemerintah yaitu Nasdem, PPP, PKB dan Hanura ditambah partai 2 partai pendukung yaitu PSI dan Berkarya. Sebagaimana yang diketahui, setelah

kasus penistaan agama yang dilakukan Basuki Tjahaja Purnama pada tahun 2016, Pemerintahan Joko Widodo kerap kali diterpa isu agama yang merugikan citra pemerintah.

b) Tipe Fantasi

Terdapat beberapa tipe fantasi yang digunakan baik yang berasal dari facebooker DA maupun facebooker lain yang tidak setuju dengan pendapat DA. Berikut ini tabel komentar balasan antara facebooker DA dan facebooker lainnya.

Tabel 4.4
Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker DA

No	Facebooker	Tipe Fantasi	Interpretasi
1	Dini Kartini	Emang tidak senang dengan partai mana kang, Koalisi partai tidak ada yang abadi.	Menyatakan bahwa tidak akan ada partai politik yang selamanya dapat bekerjasama dalam mengusung calon di sebuah daerah pemilihan.
2	Dendi Alamsyah	Memang betul koalisi itu tidak abadi, tapi untuk kondisi politik saat ini sepertinya kurang tepat	Pada dasarnya facebooker DA mengetahui bahwa tidak ada koalisi yang abadi namun dirinya mempertimbangkan kondisi politik saat ini
3	Teja Husada	Punten, di tiap daerah pasti koalisi berbeda tergantung waktu pemilu 2014 kemaren, daerah tsb dominan oleh parpol PDIP dan Golkar. Tapi lihat kinerja perorangnya ☺ Dari kubu mereka tidak ada kandidat gubernur Jabar yang menyamai prestasi kang Emil sejauh ini	Disini facebooker TH berusaha memberikan cara pandang lain yaitu melihat kinerja perseorangan. Menurutnya tidak ada kandidat gubernur yang menyamai prestasi Ridwan Kamil

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (2)
Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker DA

4	DA	Untuk saat ini saya hanya akan memilih pasangan yang diusung oleh PKS, PAN & GERINDRA saja. Meskipun saya akui kinerja kang Emil bagus tapi kebijakan gubernur pasti ada kaitannya dengan kebijakan partai pengusung	Disini, facebooker DA kembali seolah-olah kembali menegaskan bahwa tidak cukup hanya melihat kinerja karena setelah menjabat, kebijakan gubernur pasti akan bersinggungan dengan partai pengusung.
5	Soman	Dendi Alamsyah inilah alasan Kang Emil mengadakan dana patungan untuk tidak terikat sama partai.	Komentar ini menyatakan bahwa alasan udunan warga ini justru agar RK tidak terikat dengan partai politik yang mengusung dirinya.
6	DA	Untuk dana patungan patut diapresiasi tapi sangat mustahil partai pengusung tidak ada deal politik dengan pasangan yang diusungnya.	Disini facebooker DA berusaha menjelaskan bahwa permasalahannya bukan pada program udunan warga. Menurutnya dana patungan patut diapresiasi. Namun pada dasarnya facebooker DA merasa keberatan dirinya untuk mendukung RK karena partai pengusungnya.

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

- c) Isyarat Simbolik: Tidak ada
- d) Saga: Tidak ada

20. Analisis Komentar BAS

Tulisan ini berisikan perasaan kekecewaan facebooker BAS terkait salah satu partai pengusung Ridwan Kamil sehingga mempengaruhi pilihannya. Komentar ini mendapatkan 6 like dengan 4 komentar balasan. Berikut ini komentar facebooker BAS

Sayang partai yang ngusungnya Nasdem 😊😊😊 gak jadi deh nyoblos.

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **sayang partai yang ngusungnya Nasdem 😊😊😊 gak jadi deh nyoblos**. Tema fantasi ini seolah-olah bersifat provokatif karena berisikan sikap facebooker BAS untuk tidak memilih pasangan Rindu karena diusung Partai Nasdem.

b) Tipe Fantasi: Tidak ada

c) Isyarat Simbol: Tidak ada

d) Saga: Tidak ada

21. Analisis Komentar RAA

Tulisan ini berisikan pertanyaan facebooker RAA yang merasa aneh adanya penggalangan dana untuk kampanye politik. Berikut ini komentar facebooker RAA

Wait, Jadi kita udunan buat kampanye akang? hah? atau gimana? kok? kok? kok?

a) Tema Fantasi

Wait, Jadi kita udunan buat kampanye akang? hah? atau gimana? kok? kok? kok?

b) Tipe Fantasi

Tipe fantasi ini dapat ditemukan di komentar balasan facebooker lainnya yang menanggapi komentar facebooker RAA.

Tabel 4.5
Tipe Fantasi dalam Diskusi Facebooker RAA

No	Facebooker	Tipe Fantasi	Interpretasi
1	A	Gak dipaksa kok om, siapa aja masyarakat yang dukung dan mau nyumbang, kalo nggak ya gak napa	Facebooker A berusaha menerangkan bahwa udunan warga bersifat sukarela tanpa paksaan.
2	DK	Model-model crowdfunding gini udah banyak dipakai di US dan Europe kang, lebih akuntabel transparan , yang terpenting dana kampanye swadaya ini jelas sumber dananya sehingga bisa lebih tidak tergantung dengan partai yang sumber-sumbernya tidak jelas . Investor-investor partai yang siap membeli kavling proyek-proyek pemerintah fisik dan non fisik. Itulah nyatanya Indonesia.	Facebooker DK berusaha menerangkan bahwa udunan warga atau crowdfunding telah digunakan di beberapa negara. Penggalangan dana ini lebih akuntabel, transparan dan jelas sumber dananya sehingga tidak tergantung partai politik yang tidak jelas sumbernya.

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

c) Isyarat Simbolik: Tidak ada

d) Saga: Tidak ada

22. Analisis Komentar HP

Tulisan ini berisikan kesiapan facebooker HP mendukung udunan warga dan komitmen Ridwan Kamil untuk mementingkan rakyat. Berikut ini komentar facebooker HP

Siap, nu penting tos janteun kedah ngadangu aspirasi rakyat ulah pura-pura lupa tong jiga kacang lupa kulitnya. Inshaalloh Kang Emil mah moal pasti mentingkeun rakyat, dari rakyat untuk rakyat Rindu juara

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **siap, nu penting tos janteun kedah ngadangu aspirasi rakyat**. Tema fantasi ini menggambarkan kesiapan facebooker HP untuk berpartisipasi dalam udunan warga dengan syarat setelah terpilih RK harus mendengarkan aspirasi rakyat.

b) Tipe Fantasi: Tidak ada

c) Isyarat Simbolik

Isyarat simbolik yang digunakan adalah **kacang lupa kulitnya**. Isyarat simbolik kacang lupa kulitnya merupakan pepatah yang terkenal di Indonesia yaitu sebuah ungkapan tentang perbuatan atau sikap seseorang yang melupakan latarbelakang dirinya. Jika dilihat pada konteks ini, facebooker HP tidak ingin Ridwan Kamil lupa kepada rakyat setelah membantunya. Namun disisi lain, facebooker HP juga percaya bahwa Ridwan Kamil pasti mementingkan rakyat dan tidak seperti pepatah yang ditulisnya

d) Saga

Saga yang digunakan adalah **dari rakyat untuk rakyat Rindu juara**. Saga ini merupakan gambaran ideal dari demokrasi dimana ketika rakyat berpartisipasi

dalam penggalangan dana ini maka rakyat Jawa Barat juga yang akan menikmati hasilnya.

23. Analisis Komentar DSA

Tulisan ini berisikan kesiapan facebooker DSA yang bukan berasal dari Jawa Barat untuk berpartisipasi dalam udunan warga, Berikut komentar facebooker DSA

Siap saya dari Sragen Jateng ikut andil udunan kang

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **siap saya dari Sragen Jateng ikut andil udunan kang**. Tema fantasi yang dituliskan facebooker DSA seperti membangkitkan semangat pembacanya untuk turut serta berpartisipasi melakukan udunan warga baik yang berasal dari Jawa Barat maupun di luar Jawa Barat.

b) Tipe Fantasi: Tidak ada

c) Isyarat Simbolik: Tidak ada

d) Saga: Tidak ada

24. Analisis Komentar AN

Tulisan ini berusaha menghubungkan antara program udunan warga dengan penggalangan dana pada Pilpres 2014. Berikut ini kometar facebooker AN

Inget Pak Joko dulu waktu mau nyapres, ada juga seperti ini #eh

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **Inget Pak Joko dulu waktu mau nyapres, ada juga seperti ini #eh**. Tema fantasi ini seolah-olah merupakan sindiran terhadap program udunan warga yang digagas Ridwan Kamil dan tim

relawan Jabar Juara karena menurut facebooker AN hal serupa pernah dilakukan Jokowi saat Pilpres 2014. Tema fanatasi ini juga seperti memprovokasi pembacanya bahwa isu yang mengatakan Ridwan Kamil akan mendukung Jokowi pada Pilpres 2019 adalah benar.

Dalam tulisan ini tidak ada tipe fantasi, isyarat simbolik maupun saga karena minimnya komentar yang diberikan.

25. Analisis Komentar KU

Tulisan ini berisikan dukungan kepada Ridwan Kamil namun bukan dengan bentuk sumbangan dana kampanye. Berikut ini komentar facebooker KU

Lain teu hayang udunan duitna pake meser beas, ku doa we nya kang.

a) Tema Fantasi

Tema fantasi yang digunakan adalah **lain teu hayang udunan duitna pake meser beas, ku doa we nya kang**. Facebooker KU merupakan salah satu dari sekian banyak facebooker yang menyatakan dukungan kepada Ridwan Kamil namun memiliki keterbatasan dana untuk menyumbang. Salah satu cara lain untuk membantu perjuangan pasangan Rindu dengan kekuatan doa.

Dalam tulisan ini tidak ada tipe fantasi, isyarat simbolik maupun saga karena minimnya komentar yang diberikan.

Berikut ini tabel struktur dasar analisis tema fantasi yang telah dipaparkan mulai dari pesan teks admin facebook Ridwan Kamil, video udunan warga hingga 25 komentar facebooker:

Tabel 4.6
Struktur Dasar FTA

Tema Fantasi	Tipe Fantasi	Isyarat Simbolik	Saga
Mengapa harus bergotong royong, patungan atau udunan?	<ul style="list-style-type: none"> - Biaya kampanye di Indonesia tidak sedikit - Biaya kampanye yang besar terasa ringan 	<ul style="list-style-type: none"> - Rindu - Transparan dan dilaporkan pada KPUD. 	<p>Mari berkontribusi dalam mewujudkan #JabarJuara</p> <p>#RINDUJabarJuara #JabarJuaraLahirBatin</p>
Udunan Warga	<ul style="list-style-type: none"> - Butuh dukungan - Pemilu di Indonesia menghabiskan biaya yang tidak sedikit 	<ul style="list-style-type: none"> - Transparan - Akuntabel - Terpercaya dan efisien dapat dicek melalui website - Dilaporkan pada KPU. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hayu urang udunan - Beberes Jabar bebarengan. - Jabar Juara
Rindu memang cerdas keur Jabar	<ul style="list-style-type: none"> - Ngajauhan tina korupsi 	<ul style="list-style-type: none"> - Dana Jurig ☺ 	Perubahan rakyat Jabar
Banyak yang belum ngerti sistem udunan ini	<ul style="list-style-type: none"> - Nyalon tuh butuh dana gak sedikit, yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyek, pemulus ijin-ijin walau melanggar aturan, terpaksa pejabat nurutin karena punya hutang budi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hutang budi 	Pemimpin hutangnya sama rakyat karena pemimpin untuk melayani rakyat.
Positif dari pada korupsi	<ul style="list-style-type: none"> - Penggalangan dana tanpa paksaan - Gerakan kreatif supaya ada harapan demokrasi lebih baik 	<ul style="list-style-type: none"> - Dari udunan rakyat untuk pesta rakyat. 	Harapan demokrasi lebih baik

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (2)
Struktur Dasar FTA

Gak perlu korupsi atau ngutang untuk nyari dana kampanye	- Kang Emil contoh dan pelopor baik untuk paslon lain - Partisipasi publik	- Ini baru demokrat sejati - Jabar satu	Dari rakyat oleh rakyat untuk rakyat
Dangukeun!!! mun teu boga duit, kumaha caranya ngalawan timses lain nu cantangtu main fair???	- Hayu kita nyumbang	Tidak ada	Kejayaan Jabar
Ada pro kontra tapi lebih baik jujur seperti ini.	Tidak ada	- Dibohongi ku indomie jeung bebas	Kemajuan Jawa Barat
Legal form pengelolaan pengumpulan dana apa sudah ada kang?	Tidak ada	Tidak ada	Siap bersama Rindu untuk Jabar Juara
Pilkada pesta demokrasi yang mahal bukan rakyat yang tanggung biaya	- Apa iya Pilkada langsung merupakan jalan paling baik? - Merubah sistem pilkada langsung jadi tidak langsung lewat perwakilan - Memang Pilkada tidak langsung lebih banyak memotong dana kampanye tapi lebih banyak riskannya (1) kasus jual beli suara (2) Rakyat tidak bisa menentukan calon pemimpin yang terbaik untuk dirinya; (3) demokrasi kembali terbelenggu - Pemilihan langsung merupakan bukti demokrasi yang sebenarnya karena rakyat bisa langsung memilih pemimpinnya.		

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (3)
Struktur Dasar FTA

Saya bukan tidak setuju, tapi alangkah eloknya kalau sistem demokrasi di Indonesia yang berbiaya mahal ini dirombak menjadi berbiaya murah bahkan free	- Saya meragukan demokrasi berbiaya mahal ini menghasilkan pemimpin yang benar-benar independen terbebas dari utang budi para donatur	- Hutang budi para donatur	Tidak ada
Tampilkan no reknya kang atau kita salurkan kemana ya?	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Moal aya balik modal saatos ngajabat gubernur	Tidak ada	Tidak ada	#udunanwarga Rindu Jabar Juara
Dulu saya ngefans banget sama Kang Emil, sekarang saya kurang sreg sama pasangannya	- Gak usah udunan pasangan akang banyak bekelnnya	- Banyak bekelnnya - Titik titik ☺	Tidak ada
Bentuk bagus perlawanan mahar kepada partai-partai	- Hayu dukung ku sarerea	- Mahar	
Saya ikut udunan	Tidak ada	- Jabar 1	Tidak ada
Mending artosna kangge anu merogikeun, sumbangan buat kampanye nggak banget	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (4)
Struktur Dasar FTA

Udunan suara aja alias coblos Rindu	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Role model	Tidak ada	- Salam Rindu dari Gurka Sukabumi	Rindu Jabar 1
Wow pilkada kampanye na udunan dari rakyat gak salah tuh Kang Emil?	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Andai saja partai pendukungnya bukan yang itu, pasti saya dukung	<p>Tipe fantasi facebooker DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kondisi politik saat ini sepertinya kurang tepat - Kebijakan gubernur pasti ada kaitannya dengan kebijakan partai pengusung - Dana patungan patut diapresiasi tapi sangat mustahil partai pengusung tidak ada deal politik dengan pasangan yang diusungnya <p>Tipe fantasi facebooker lainnya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Koalisi partai tidak ada yang abadi - Lihat kinerja perorangannya tidak ada kandidat gubernur Jabar yang menyamai prestasi kang Emil 	Tidak ada	Tidak ada
Sayang partai yang ngusungnya Nasdem 😊😊😊 gak jadi deh nyoblos	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

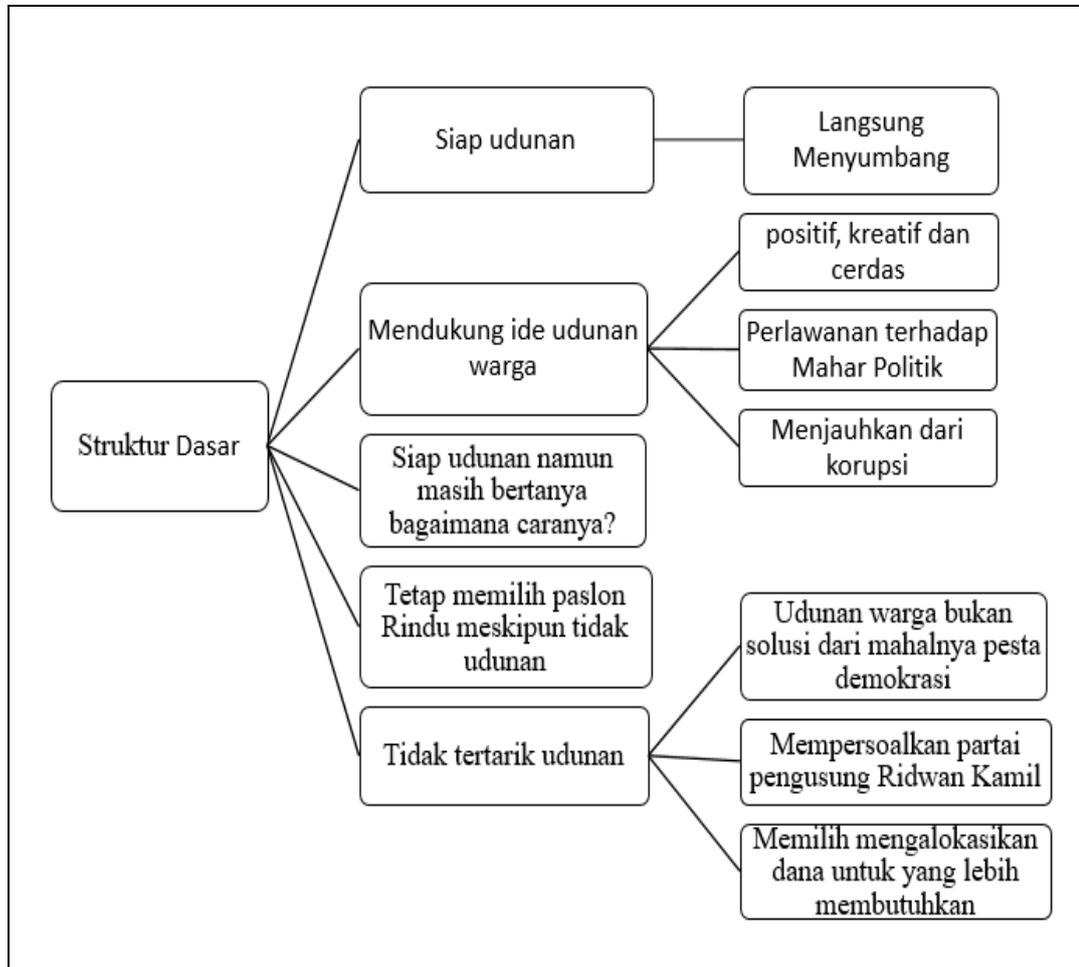
Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Tabel Lanjutan (5)
Struktur Dasar FTA

Wait, Jadi kita udunan buat kampanye akang? hah? atau gimana? kok? kok? kok?	<ul style="list-style-type: none"> - Gak dipaksa - Crowdfunding banyak dipakai di US dan Europe lebih akuntabel, transparan, jelas sumber dananya sehingga bisa lebih tidak tergantung dengan partai yang sumber-sumbernya tidak jelas. 	Tidak ada	Tidak ada
Siap, nu penting tos janteun kedah ngadangu aspirasi rakyat	Tidak ada	- Kacang lupa kulitnya	Dari rakyat untuk rakyat Rindu juara
Siap saya dari Sragen Jateng ikut andil udunan kang	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Inget Pak Joko dulu waktu mau nyapres, ada juga seperti ini #eh	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Lain teu hayang udunan duitna pake meser beas, ku doa we nya kang.	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

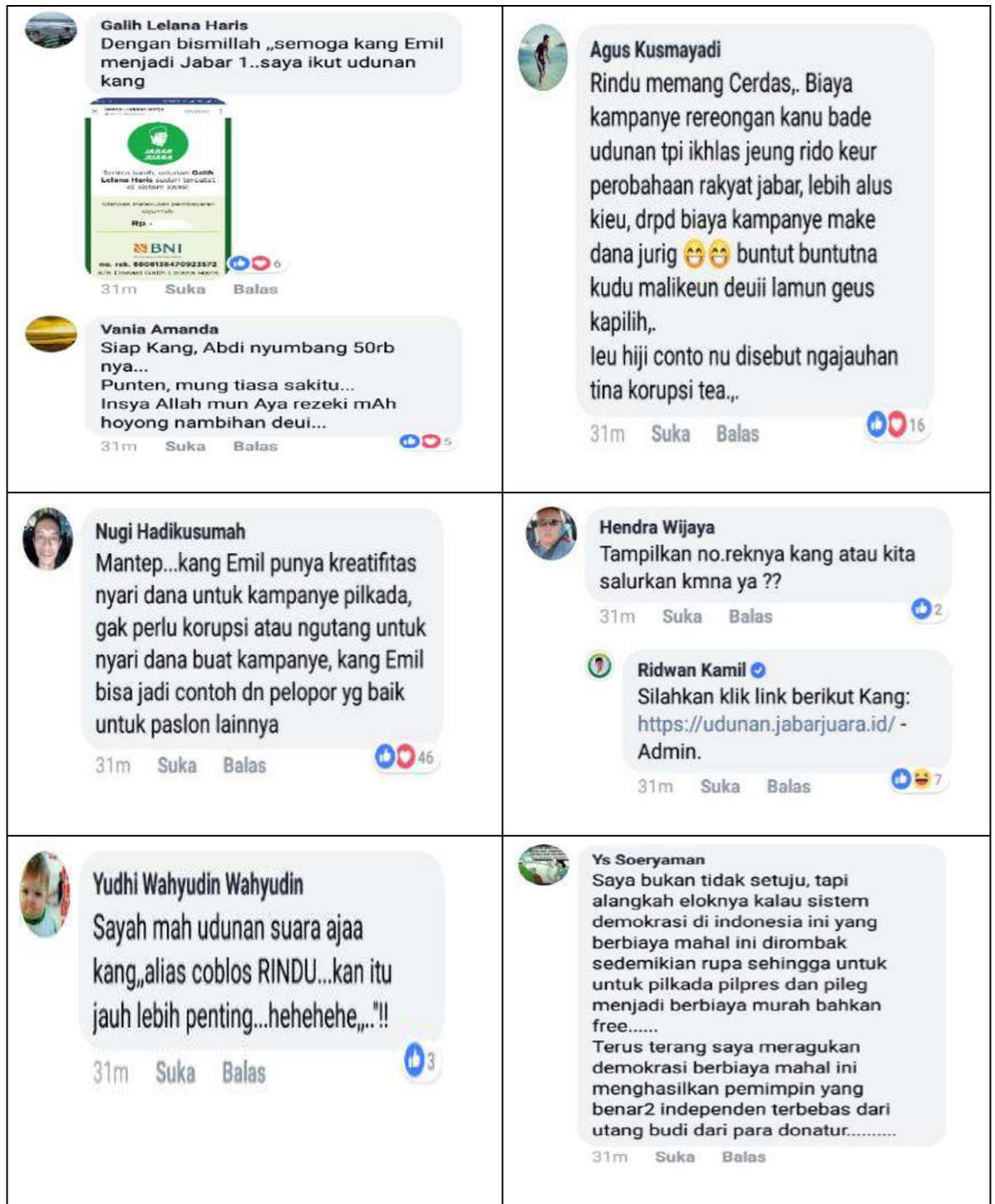
Jika dibuat penggambaran sederhana dari struktur dasar dalam konvergensi simbolik *crowdfunding* di Fanpage facebook Ridwan Kamil akan diperoleh skema sebagai berikut:



Gambar 4.6 Struktur Dasar Udunan Warga

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Berikut ini beberapa *screenshot* atau gambar percakapan yang mewakili struktur dasar udunan warga tersebut:



Gambar 4.7 Screenshot Komentar Netizen Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian.

Berdasarkan gambar bagan dan screenshot di atas dapat diketahui bahwa struktur dasar udunan warga mengerucut pada lima perbincangan yaitu:

- 1) Siap udunan dan langsung mengirimkan donasi.
- 2) Mendukung ide udunan warga dengan beberapa alasan seperti udunan warga merupakan gerakan positif dan kreatif, menjauhkan dari korupsi dan salah satu bentuk perlawanan terhadap mahar politik.
- 3) Menyatakan siap melakukan udunan namun masih bingung dan bertanya bagaimana cara menyalurkan udunan tersebut.
- 4) Berjanji tetap memilih pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum meskipun mereka tidak melakukan udunan warga
- 5) Tidak tertarik udunan warga dengan berbagai alasan seperti udunan warga bukan solusi dari mahalnya biaya demokrasi, tidak setuju dengan partai pendukung pasangan ini dan menganggap bahwa lebih baik mengalokasikan uang untuk yang lebih membutuhkan dibandingkan menyumbang dana kampanye.

2. Struktur Pesan

Selah membahas masalah struktur dasar dari teori konvergensi simbolik maka struktur selanjutnya yang akan dibahas adalah struktur pesan. Ada beberapa unsur penting dalam struktur pesan yaitu *dramatic personae*, *plotline*, *scene* dan *sanctioning agents*. Struktur pesan juga tidak dapat dilepaskan dari visi retorik. berikut ini pengertian dari bagian-bagian yang menunjang struktur pesan.

6. Visi Retoris adalah drama yang menghadirkan sebuah realitas simbolik umum.
7. *Dramatic personae* adalah penggambaran karakter dari visi retorik dapat berupa pahlawan, penjahat dan pemain pendukung lainnya.
8. *Plotline* atau alur cerita merupakan rangkaian cerita yang kembangkan, berikut tindakan-tindakan yang dilakukan.
9. *Scene* atau latar mencakup lokasi, berbagai peralatan atau perlengkapan terkait, serta aspek sosiokultural dalam latar tersebut.
10. *Sanctioning agent* adalah agen yang akan menentukan dan melegitimasi kebenaran cerita biasanya melalui power tertinggi.

Jika kita petakan dari isi video udunan warga dan komentar-komentar netizen maka terdapat sebuah visi retorik yaitu **dukung udunan warga demi Jabar Juara**.

Tabel 4.7
Struktur Pesan

Dramatic Personae	Scene	Plot Line	Sanctioning Agen
<ul style="list-style-type: none"> - Rindu memang cerdas udunan untuk rakyat Jabar - Kang Emil contoh dan pelopor baik untuk paslon lain - Role Model - Penggalangan dana tanpa paksaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Pilkada Jawa Barat - Pemilihan Langsung 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemilu di Indonesia menghasilkan biaya yang tidak sedikit - Yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyek, pemulus ijin-ijin walau melanggar aturan - Tidak ada balik modal setelah menjabat gubernur - Menjauhkan dari korupsi - Bentuk bagus perlawanan mahar kepada partai-partai 	<ul style="list-style-type: none"> - Harapan demokrasi lebih baik - Udunan warga diproses secara transparan, akuntabel, terpercaya, dan efisien dapat dicek melalui websites dan dilaporkan kepada KPU - Pemimpin hutangnya sama rakyat karena pemimpin untuk melayani rakyat

		- Siap nu penting tos janten kedah ngadangu aspirasi rakyat	- <i>Crowdfunding</i> banyak dipakai di US dan Europe lebih akuntabel, transparan, jelas sumber dananya sehingga bisa lebih tidak tergantung dengan partai yang sumber-sumbernya tidak jelas.
--	--	---	---

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Uduan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

Berdasarkan visi retorikis “**dukung uduan warga demi Jabar Juara**”, terdapat *dramatic personae* yang sering disebutkan facebooker yaitu: (1) Rindu memang cerdas uduan untuk rakyat jabar, (2) Kang Emil contoh dan pelopor baik untuk paslon lain, (3) role model dan penggalangan dana (4) tanpa paksaan. Scene atau detail lokasi yang digunakan adalah Pilkada Jawa Barat. Plotline atau rangkaian cerita yang sering digunakan facebooker yaitu (1) Pemilu di Indonesia menghasilkan biaya yang tidak sedikit; (2) Merujuk pada praktek yang biasanya dilakukan calon gubernur ketika pemilihan yaitu yang sudah-sudah banyak yang minta jatah proyek, pemulus ijin-ijin walau melanggar aturan; (3) tidak ada balik modal setelah menjabat gubernur; (4) menjauhkan dari korupsi; (5) bentuk bagus perlawanan mahar kepada partai dan (6) Siap nu penting tos janten kedah ngadangu aspirasi rakyat Adapun *sanctioning agen* atau pembenaran penerimaan visi retorikis ini yaitu (1) harapan demokrasi yang lebih; (2) uduan warga diproses secara transparan, akuntabel, terpercaya, dan efisien dapat dicek melalui websites dan dilaporkan kepada KPU; (3) Pemimpin hutangnya sama rakyat karena pemimpin untuk melayani rakyat; (4) *Crowdfunding* banyak dipakai di US dan

Europe lebih akuntabel, transparan, jelas sumber dananya sehingga bisa lebih tidak tergantung dengan partai yang sumber-sumbernya tidak jelas.

3. Struktur Dinamis

Struktur dinamis merupakan struktur mendalam dari visi retorik dalam proses konvergensi simbolik yang secara dominan terdiri dari *righteous master analogue*, *sosial master analogue* dan *pramagtic master analague*.

- 1) *Righteous Master Analogue*, menggambarkan cara yang benar melakukan sesuatu.
- 2) *Sosial Master Analogue*, menggambarkan hubungan manusiawi atau interpersonal.
- 3) *Pragmatic Master Analogue*, menghadirkan efisiensi atau cara yang dilakukan agar memiliki ongkos efektif dalam melakukan sesuatu apapun sebaliknya.

Berikut ini tabel struktur dinamis dari visi retorik perbincangan facebooker terkait video udunan warga:

Tabel 4.8
Struktur Dinamis

Righteous Master Analogue	Sosial Master Analogue	Pragmatic Master Analogue
Penggalangan dana tanpa paksaan	Siapa yang penting untuk janten kedah ngadangu aspirasi rakyat	Udunan warga diproses secara transparan, akuntabel, terpercaya, dan efisien dapat dicek melalui websites dan dilaporkan kepada KPU
Gak perlu korupsi atau ngutang untuk nyari dana kampanye	Pemimpin hutangnya sama rakyat karena pemimpin untuk melayani rakyat	Crowdfunding banyak dipakai di US dan Europe lebih akuntabel, transparan, jelas sumber dananya sehingga bisa lebih tidak tergantung dengan partai yang sumber-sumbernya tidak jelas.

Sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3Mei 2018). Diolah untuk keperluan penelitian

4. Struktur Komunikator

Struktur ini menyangkut siapa saja yang membagi tema fantasi untuk menciptakan rasa memiliki realitas (*sense of reality*). Dalam konteks ini, ada beberapa konsep *fantasizers*, *rhetorical community* dan *communication style* (Cragan, 1998:108 dalam Heryanto, 2013:523)

1) *Fantasizer*

Fantasizer merupakan sejumlah individu yang memposisikan diri lebih siap dari pada yang lain. Maksudnya perhatian mereka tertuju pada atribut komunikator. Biasanya mereka mengambil inisiatif, menghiasi, merekonfigurasi,

mereskontruksi sejumlah tema fantasi sehingga muncul kesadaran baru untuk memperbincangkan sesuatu diantara partisipan.

Fantasizer dalam penggalangan dana kampanye politik RINDU di akun FB Ridwan Kamil adalah Admin FB RK yang pada tanggal 20 Februari 2018 memposting video yang berjudul “udunan warga”. Dalam postingan tersebut, Admin FB RK menuliskan alasan mengapa kita harus bergotong royong, patungan atau udunan? alasannya biaya kampanye di Indonesia membutuhkan biaya yang tidak sedikit serta biaya kampanye yang besar akan terasa ringan jika bersama-sama membantu.

Admin FB Ridwan Kamil juga beberapa kali merespon dan menjawab pertanyaan facebooker yang berkomentar di kolom komentar terkait pertanyaan bagaimana cara berpartisipasi dalam udunan warga serta menanggapi komentar pro dan kontra terhadap program udunan warga tersebut.

Selain Admin FB Ridwan Kamil, terdapat juga beberapa anggota grup atau pengikut Ridwan Kamil yang menjadi *fantasizer*. Berdasarkan pengamatan melalui media sosial FB, anggota grup yang menjadi *fantasizer* adalah mereka yang juga tergabung dalam Grup Gerakan Ridwan Kamil (Gurka) atau simpul masyarakat relawan RK di beberapa daerah di Jawa Barat.

Hal ini diperkuat dengan wawancara salah satu facebooker yang menggunakan nama Simpul Relawan Purwakarta bahwa dirinya memang bertugas membantu tim media sosial untuk mensosialisasikan program pasangan calon termasuk program udunan warga ini.

2) *Rhetorical Community*

Rhetorical Community merupakan partisipan dalam sebuah visi retorik yang membagi kesadaran bersama. Berdasarkan pengertian tersebut, yang menjadi *rhetorical community* (komunitas retorik) adalah facebooker yang menjadi pengikut Ridwan Kamil di fanpage facebook miliknya.

Komunitas retorik ini terbentuk pada mulanya berasal dari komunitas virtual para pengikut Ridwan Kamil di fanpage facebook miliknya. Setelah video Uduan Warga diunggah di fanpage facebook Ridwan Kamil maka muncul interaksi dikalangan facebooker yaitu (1) facebooker yang sejak awal telah memposisikan diri sebagai bagian dari Relawan Jabar Juara dan (2) facebooker yang hanya memposisikan diri sebagai pengguna internet (*netizen*) yang mengikuti fanpage facebook RK.

Facebooker atau *followers* RK yang telah memposisikan diri sebagai bagian dari Relawan Jabar Juara diantaranya dapat diidentifikasi melalui foto profile yang digunakan. Facebooker ini menggunakan logo Rindu Jabar Juara pada foto profil mereka dan beberapa diantaranya mengakui bahwa mereka bagian dari Relawan di beberapa daerah seperti anggota Gurka Sukabumi dan Simpul Relawan Purwakarta saat memberikan komentar terkait uduan warga.

Keberadaan Relawan Jabar Juara ini memang sengaja dibentuk untuk membantu pencalonan Ridwan Kamil memenangkan kontestasi dan menghimpun dana kampanye politik yang berasal dari 12 simpul relawan yang tersebar dari berbagai wilayah.

Para facebooker yang sejak awal memposisikan diri sebagai bagian dari Relawan Jabar Juara dan facebooker yang memposisikan diri sebagai pengguna internet yang memfollow FB RK ini kemudian terlibat dalam proses konvergensi simbolik *crowdfunding* yaitu perbincangan mengenai pentingnya program udunan ini untuk didukung. Singkatnya, komunitas retorik yang terbentuk diantaranya memang berasal dari Tim Relawan Jabar Juara yang sengaja dibentuk untuk membantu pencalonan Ridwan Kamil sebagai kandidat calon gubernur Jawa Jabar. Namun pada akhirnya, Komunitas retorik ini tumbuh dan berkembang melalui *shared group consciousness* setelah berbagi visi retorik terkait pentingnya udunan warga untuk didukung.

3) *Communication Style*

Communication style menggambarkan penggunaan bahasa yang luas dari komunitas yang menciptakan diskursus. Ini juga menggambarkan rasa yang dibagi diantara komunitas sebagai bagian dari keanggotaan dan interaksi komunikasi.

Anggota yang tergabung dalam fanpage facebook Ridwan Kamil memiliki latarbelakang yang beragam. Karena fanpage facebook Ridwan Kamil merupakan *public sharing* maka aturan merujuk pada standar ketentuan dan kebijakan bagi pengguna facebook. Ketentuan dan kebijakan layanan facebook bagi pengguna facebook dapat dilihat dalam aturan yang bernama “komitmen pengguna terhadap facebook dan komunitas”. Pada bagian tersebut berisikan:

1. Siapa yang dapat menggunakan facebook.

Pada bagian ini pihak facebook menyatakan bahwa komunitas facebook menjadi lebih aman dan dapat dipertanggungjawabkan saat orang-orang secara bebas memiliki opini dan pendiriannya masing-masing. Untuk alasan tersebut, para pengguna facebook harus: menggunakan nama yang sama seperti yang digunakan sehari-hari, memberikan informasi yang akurat tentang data diri pengguna, membuat satu akun (milik sendiri) dan memanfaatkan linimasa untuk tujuan pengguna facebook sendiri, tidak membagikan kata sandi atau memberikan akses akun facebook milik pengguna ke orang lain atau memindahtangankan akun pengguna ke orang lain.

Pihak facebook berupaya membuat layanan facebook tersedia secara luas untuk semua orang namun tidak boleh menggunakan facebook apabila: usia dibawah 13 tahun (atau di bawah umur yang ditentukan negara yang bersangkutan), pelaku terpidana kejahatan seksual, pengguna sebelumnya pernah dinonaktifkan facebook karena terdapat pelanggaran ketentuan dan kebijakan.

2. Apa saja yang dapat pengguna bagikan dan lakukan di facebook

Pada bagian ini, pihak facebook menginginkan orang-orang untuk mengekspresikan diri dan membagikan konten yang penting, tanpa mengabaikan keamanan dan keselamatan orang lain maupun integritas komunitas facebook yaitu:

- a) Pengguna tidak boleh menggunakan facebook untuk melakukan atau membagikan hal-hal yang melanggar standar komunitas dan ketentuan maupun kebijakan lainnya yang berlaku untuk penggunaan facebook

seperti melanggar hukum, bersifat menyesatkan, diskriminatif, menipu dan melanggar hak orang lain.

- b) Pengguna tidak boleh mengunggah virus, kode yang berbahaya, atau melakukan apa pun yang dapat menonaktifkan, membebani, maupun merusak kinerja atau tampilan facebook.
- c) Pengguna tidak boleh mengakses atau mengumpulkan data dari produk facebook dengan menggunakan sarana yang bersifat otomatis (tanpa izin sebelumnya dari pihak facebook) atau mencoba untuk mengakses data yang izin aksesnya tidak pengguna miliki.

Selain itu, pihak facebook juga dapat menghapus konten yang pengguna bagikan yang melanggar ketentuan tersebut dan jika berlaku, pihak facebook akan menindaklanjuti akun pengguna tersebut atas alasan yang telah dijelaskan sebelumnya. Pihak facebook juga dapat menonaktifkan akun pengguna jika pengguna tersebut berulang kali melanggar hak kekayaan intelektual orang lain.

Guna membantu mendukung komunitas facebook, pihaknya juga mendorong pengguna untuk melaporkan konten atau perilaku yang diyakini melanggar hak pengguna maupun ketentuan dan kebijakan facebook. Misalnya pengguna dapat menyalakan filter kata kunci untuk menyembunyikan komentar yang berisi kata, frasa, angka, atau emoji spesifik yang ingin hindari.

Dalam hal ini sepertinya fanpage facebook Ridwan Kamil telah menyalakan filter komentar sehingga meskipun di postingan video udunan warga pertanggal 3 Mei 2018 tertulis berisikan 648 komentar namun ketika diperiksa ulang, hanya terdapat 234 komentar yang dapat dilihat publik.

Tujuan Standar Komunitas Facebook ini adalah untuk mendorong kebebasan berekspresi dan menciptakan lingkungan yang aman. Pihak facebook mendasarkan kebijakan pada masukan dari komunitas dan dari para ahli dalam bidang-bidang seperti teknologi dan keselamatan publik.

Sebagai pejabat publik fanpage facebook Ridwan Kamil juga telah diverifikasi dengan lencana biru oleh pihak facebook. Fungsi lencana verifikasi biru membuat orang mengetahui bahwa akun atau profil tersebut asli. Pihak Facebook menerapkan lencana verifikasi biru untuk merek, organisasi media, dan public figure yang memenuhi syarat. Kelayakan untuk lencana verifikasi biru berdasarkan beberapa faktor, seperti kelengkapan akun, kepatuhan pada kebijakan, dan kepentingan publik.

Tabel 4.9
Struktur Komunikator

<i>Fantasizer</i>	<i>Rhetorical Community</i>	<i>Communication Style</i>
Admin FB Ridwan Kamil (memposting video animasi terkait udunan warga) Pada kasus ini admin beberapa kali menjawab komentar dari pertanyaan beberapa anggota yang tidak mengetahui bagaimana cara melakukan penggalangan dana tersebut Serta terdapat juga beberapa followers RK yang menjadi <i>fantasizers</i>	Yang menjadi komunitas retoris adalah facebooker yang menjadi pengikut Ridwan Kamil di akun FB miliknya.	Ketentuan dan kebijakan terkait Standar Komunitas Facebook

sumber: Komentar Facebooker di Fanpage Facebook Ridwan Kamil Tentang Udunan Warga (3 Mei 2018) Diolah untuk keperluan penelitian

5. Struktur Medium

Struktur medium terdiri dari dua kategori yaitu *group sharing* dan *public sharing*. Sifat *public sharing* melibatkan orang dalam jumlah besar sementara *grup sharing* melibatkan kelompok yang lebih terbatas.

Fanpage Facebook Ridwan Kamil masuk dalam kategori *public sharing* dikarenakan akun tersebut terbuka bagi umum dan seseorang dapat dengan mudah menjadi *followers* atau pengikut Ridwan Kamil dengan cara mengklik mengikuti atau menyukai. Mudahnya akses untuk mengikuti Fanpage Facebook RK dikarenakan sosok Ridwan Kamil yang diketahui sebagai pejabat publik sehingga akun tersebut telah di verifikasi dengan lencana biru oleh pihak facebook.

Sebelum dikenal sebagai pejabat publik, pria yang akrab disapa Kang Emil ini merupakan seorang arsitek merangkap dosen tidak tetap di Institut Teknologi Bandung. Pada 2004, Kang Emil bersama rekan-rekannya mendirikan perusahaan Urbane dan telah banyak dianugerahi penghargaan dari media internasional seperti BCI Asia Awards berkat desain arsitekturnya. Pada tahun 2013, Ridwan Kamil terpilih sebagai Walikota Bandung periode 2013-2018 berpasangan dengan Oded Muhammad Danial. Pada Pemilihan tersebut, Ridwan Kamil yang berasal dari kalangan profesional diusung oleh Partai Keadilan Sejahtera dan Gerindra (Viva.co.id). Kemudian Ridwan Kamil mencalonkan diri menjadi calon gubernur Jawa Barat periode 2018-2023 berpasangan dengan Uu Ruzhanul Ulum yang diusung oleh partai Nasdem, PPP, PKB, Hanura.

6. Struktur Evaluatif

Ada tiga hal yang akan dibahas di sini yaitu soal: *shared group consciousness*, *reality link*, dan *fantasy theme artistry*. Istilah *shared group consciousness* ini merupakan sebuah evaluasi yang mengingatkan kita untuk memeriksa ulang proses konvergensi simbolik. Biasanya dalam konteks ini kita melihat kolektivitas masyarakat yang telah berbagi tema fantasi atau member semacam interpretasi terhadap realitas yang berlangsung (Cragan, 1998:110 dalam Heryanto, 2013: 646).

Memang terdapat pro dan kontra terkait program penggalangan dana kampanye pasangan calon Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum namun para facebooker (*netizen*) yang turut berinteraksi di kolom komentar facebook RK sudah cukup memadai dalam berbagi kesadaran atau membangun kesadaran bersama.

Kesadaran diantara para facebooker tersebut berada di tingkat yang berbeda. Sebagian dari mereka yang mendukung udunan warga ternyata berbagai kesadaran pada level struktur dasar yaitu hanya berbagi tema fantasi, tipe fantasi, *simbolik cue* dan saga sedangkan beberapa diantaranya telah menyentuh level *shared group consciousness* yang berorientasi pada sebuah gerakan yaitu mereka yang tidak hanya mendukung namun juga turut menyumbang sejumlah dana kampanye untuk paslon Rindu.

Hal ini diketahui setelah dilakukan wawancara dengan facebooker yang berkomentar positif dan negatif dengan program udunan warga ini. Komentar

bernada positif berasal dari facebooker AK dan DD sedangkan komentar bernada negative berasal dari facebooker YS dan ANH.

Facebooker AK menyatakan bahwa motif dirinya berkomentar setelah menyaksikan video udunan warga karena setuju dengan program yang ditawarkan. facebooker AK percaya bahwa udunan warga merupakan solusi dari mahalannya biaya demokrasi dan akan berkorelasi dengan kemajuan Jawa Barat karena jika Ridwan Kamil terpilih menjadi gubernur dengan dana yang berasal dari masyarakat maka beliau akan terbebas dari kontrak politik partai-partai yang mengusungnya.

Pendapat yang hampir sama juga disampaikan facebooker DD, menurutnya dengan program udunan warga maka masyarakat dapat merasakan memiliki seorang pemimpin karena diikutsertakan dalam proses pencarian dana kampanye.

Berdasarkan hasil wawanacara tersebut, diketahui juga bahwa meskipun kedua facebooker tersebut mendukung udunan warga namun nyatanya mereka tidak turut serta menyumbangkan dana kampanye.

Facebooker AK mengatakan bahwa dirinya tidak memahami bagaimana cara melakukan udunan warga tersebut adapun facebooker DD mengatakan bahwa karena dirinya tergabung sebagai simpul relawan maka tugasnya hanya membantu sosialisasi dan menghalau komentar-komentar negatif terhadap program udunan warga ini.

Penelitian ini juga melakukan wawancara dengan dua orang facebooker yang berkomentar dengan nada negatif terkait video udunan warga yaitu YS dan ANH.

Menurut facebooker YS, jika udunan warga itu berasal dari masyarakat dan bersifat sukarela maka tidak akan menjadi masalah namun jika udunan tersebut melibatkan pengusaha-pengusaha maka perlu dicurigai kedepannya. Kemudian facebooker YS juga menyatakan bahwa mungkin saja udunan warga dapat menjadi alternative bagi mahalanya biaya pilkada namun keuntungan hanya akan dirasakan oleh partai politik dan kandidat itu sendiri.

Sementara itu, facebooker ANH mengungkapkan bahwa sebenarnya dirinya bukan tidak setuju dengan udunan warga karena program ini dapat mengurangi kecenderungan para politisi untuk bertindak korupsi dengan dalih balik modal akan tetapi menurutnya bagi warga yang hidupnya serba pas-pasan udunan warga ini nampak tidak manusiawi.

Adapun evaluasi *reality link* sebenarnya kontekstual. Perbincangan tentang penggalangan dana kampanye menjadi sangat relevan sebagai salah satu solusi dari mahalanya dana kampanye yang dibutuhkan seorang calon kandidat pada saat pemilihan umum berlangsung.

Salah satu bukti dapat dilihat dari studi yang dilakukan Perludem bahwa ada 4 jenis pengeluaran yang menyebabkan tingginya biaya untuk kontestasi pilkada, yaitu: (1) Biaya untuk pencalonan kepada partai politik/gabungan partai politik pengusung, yang populer disebut uang mahar atau uang sewa perahu; (2) Biaya untuk kampanye (spanduk, tim sukses) dan politik pencitraan; (3) Biaya

survey elektabilitas disertai konsultasi pemenangan, dan (4) Biaya untuk politik uang kepada pemilih (Perludem, 2011:16).

Selain itu, berdasarkan laporan KPK pada Pilkada 2015, disebutkan bahwa pemberian sumbangan yang berasal dari pihak ketiga terutama pengusaha menciptakan potensi benturan kepentingan pada saat menjabat pimpinan daerah dikarenakan

1. Mayoritas Paslon menerima sumbangan untuk menutupi kesenjangan antara harta kas dan pengeluaran Pilkada. Hasil kajian KPK menunjukkan rata-rata jumlah harta para pasangan calon yang maju di Pilkada 9 Desember 2015 adalah Rp 13.410.575.802. Sementara itu, hasil kajian Litbang Kemendagri menunjukkan bahwa untuk menjadi walikota/bupati dibutuhkan biaya mencapai Rp 20 milyar- Rp 30 milyar rupiah dan untuk menjadi gubernur berkisar Rp 20 milyar 100 miliar (Bawaslu, 2018:190).
2. Sumbangan yang diterima tidak semua dilaporkan ke dalam LPSDK
3. Calon kepala daerah menyadari bahwa terdapat konsekuensi saat menerima sumbangan. Konsekuensi sumbangan akan dibayarkan berupa kemudahan perijinan, kemudahan akses menjabat di pemerintah, kemudahan ikut serta dalam lelang, keamanan dalam menjalankan bisnis, mendapatkan akses dalam menentukan kebijakan/peraturan daerah dan mendapatkan bantuan kegiatan sosial/hibah.

Fantasy Theme Artristy berkaitan dengan penilaian terhadap kreativitas retorik, kebaruan nilai kompetitif dari tema fantasi, isyarat simbolik, tipe fantasi, saga dan visi retorik (Heryanto, 2013: 650).

Pada penelitian ini, kreativitas retorik yang dibangun facebooker di kolom komentar fanpage facebook RK cenderung banyak melakukan pengulangan-pengulangan antara satu facebooker dengan facebooker lainnya. Bahkan terdapat kesalahan informasi yang berasal dari satu anggota yang menjadi *fantasizers* terkait bagaimana cara mengirim dana jika ingin menyumbang.

C. Pembahasan

1. Penggalangan Dana Kampanye

Penggalangan dana kampanye yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara terdiri dari 2 jenis yaitu penggalangan dana secara *offline* dan penggalangan dana secara *online*. Tujuannya adalah mengedukasi warga untuk ikut serta dalam sistem pendanaan politik. Sekilas, kedua penggalangan dana ini tidaklah berbeda karena menekankan pada proses pengumpulan dana bernominal kecil dari masyarakat banyak (kerumunan) sehingga banyak yang beranggapan bahwa keduanya dapat dikatakan sebagai *crowdfunding*. Hal tersebut perlu diluruskan karena *crowdfunding* merupakan proses pendanaan yang tidak dapat dilepaskan dari internet atau media sosial.

Penggalangan dana secara *offline* atau yang dikenal dengan *fundraising* adalah penggalangan dana yang dilakukan dalam skala yang kecil yaitu dilingkungan terbatas dimana para pengumpul dana umumnya saling mengenal atau berada di bawah institusi yang sama. Dari segi proses, model pengumpulan dana juga dilakukan secara tradisional misalkan dikumpulkan di kantung atau amplop dan dikelola oleh seorang penanggungjawab (Tirdanatan dkk 2014: 28).

Penggalangan dana secara *offline* yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara adalah ketika pendonor menyumbangkan dana kampanye melalui mesin EDC dan mengisi formulir data penyumbang secara manual tanpa mengakses aplikasi di jabarjuara.id sebagaimana yang terjadi pada acara sosialisasi udunan warga di CFD Buah Batu Bandung dan dua acara Gala Dinner yang berlangsung di Bandung dan Jakarta.

Pada acara CFD di Buah Batu Bandung, masih terdapat warga yang mengumpulkan dana melalui cara tradisional yaitu menyerahkan langsung dana tersebut kepada tim relawan. Namun karena tim tidak menerima uang tunai maka uang yang terkumpul tersebut ditransfer melalui kartu ATM salah satu tim relawan menggunakan mesin EDC. Begitu pula acara gala dinner yang berlangsung di Jakarta, acara tersebut merupakan acara penggalangan dana yang bekerjasama dengan alumnus *UC Berkeley* dimana peserta yang hadir memiliki keterikatan karena pernah bersekolah ditempat yang sama dengan Ridwan Kamil.

Crowdfunding berasal dari konsep yang lebih luas dari *crowdsourcing*. Canada Media Fund (2014:4) memberikan definisi *crowdfunding* dengan penekanan kepada peran media sosial yaitu penggalangan dana melalui pengumpulan sumbangan kecil dari masyarakat umum dikenal sebagai kerumunan menggunakan internet dan media sosial.

Menurut Antony Mayfield (2008:5), media sosial memiliki karakteristik berupa (1) partisipasi sehingga merangsang terbentuknya hubungan timbal balik pada siapa pun yang memiliki ketertarikan dan ini menyebabkan batas antara media dan audiensnya melebur; (2) keterbukaan bagi penggunaannya untuk

melakukan *feedback* dan partisipasi; (3) percakapan yaitu komunikasi dapat dilakukan secara dua arah; (4) kemungkinan terbentuknya komunitas dan (5) keterhubungan baik dengan konten pada situs lain dan atau siapapun.

Dengan karakteristik tersebut, media sosial memiliki peran penting dalam mempublikasikan proyek *crowdfunding* dikarenakan potensi media sosial yang memungkinkan adanya interaktivitas diantara para penggunanya yaitu diantara pencari dana (tim relawan) dengan calon donatur (masyarakat).

Selain itu, media sosial atau media baru juga memiliki karakteristik berupa *hypertextual* yaitu tulisan yang mampu memberikan sambungan dari sebuah situs kesitus lainnya atau menghubungkan teks pengguna dengan teks lain (Lister, 2009:13). Karakteristik inilah yang kemudian memudahkan masyarakat untuk mengetahui informasi tambahan maupun menghubungkan mereka dengan dengan platform *crowdfunding* yaitu situs <https://jabarjuara.id>.

Berdasarkan definisi *crowdfunding* yang telah dijelaskan diatas, dapat diketahui bahwa penggalangan dana secara *online* atau yang kemudian disebut *crowdfunding* adalah ketika pendonor mengakses situs <https://jabarjuara.id> dan memilih salah satu metode udunan, apakah bank transfer atau menghadiri acara penggalangan dana kemudian dilanjutkan dengan menuliskan nominal dana yang ingin disumbangkan serta mengisi identitas diri penyumbang secara *online*.

Secara umum *crowdfunding* terbagi menjadi empat kategori apabila dilihat dari tipe portal, dana yang dikumpulkan atau hasil yang didapatkan penyandang dana atas kontribusinya yaitu basis pinjaman, basis donasi, basis hadiah dan basis ekuitas (Bradford, 2012:14., Mossolution, 2012:19 dan Belleflamme, 2015:4).

Berdasarkan pembagian tersebut, Tim Relawan Jabar Juara menggunakan jenis *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based*). Sebagaimana yang tersirat pada namanya, *crowdfunding* basis donasi adalah jenis *crowdfunding* yang bertujuan untuk mencari sumbangan. Pada *crowdfunding* jenis ini, para donatur yang berkontribusi dalam penggalangan dana kampanye politik RINDU tidak akan diberikan hadiah, pengembalian dana atau imbalan dalam bentuk apapun.

Sebenarnya, *crowdfunding* berbasis donasi sering dioperasikan bersamaan dengan *crowdfunding* berbasis hadiah. Contohnya adalah *crowdfunding* yang dilakukan Barack Obama saat pemilihan presiden di Amerika.

Pada kampanyenya tersebut, Obama tidak hanya mengumpulkan sejumlah kecil uang dari para donaturnya melainkan juga menjanjikan *reward* atau hadiah bagi yang telah menyumbang dengan mengikutsertakan donatur dalam undian makan malam bersama dengan para artis, tokoh politik, dan olahragawan.

Saat ini penggalangan dana kampanye yang dilakukan Relawan Jabar Juara baik *offline* maupun *online* (*crowdfunding*) hanya merujuk pada satu peraturan yaitu mengenai dana kampanye dan belum ada peraturan khusus yang mengakomodir *crowdfunding* dalam kampanye politik.

Dasar Hukum penggalangan dana kampanye merujuk PKPU No. 5 Pasal 19 Tahun 2017 dimana semua dana kampanye para pasangan calon wajib dilaporkan dalam Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK) dan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK) yang selanjutnya diaudit oleh Kantor Akuntan Publik.

Ketentuannya, jumlah sumbangan perseorangan maksimalnya 75 juta sedangkan kelompok atau badan hukum swasta maksimalnya 750 juta mengikuti PKPU Pasal 7 Tahun 2017. Selain itu, merujuk pada Pasal 49 ayat 1 huruf b disebutkan bahwa penyumbang harus jelas sumber identitasnya.

Selanjutnya Pasal 49 Ayat 2 menyebutkan bahwa jika sumber tidak jelas identitasnya maka dilarang menggunakan dana yang dimaksud, wajib melaporkan kepada KPU serta menyerahkan dana tersebut ke kas negara maksimal 14 hari setelah masa kampanye berakhir.

Berdasarkan ketentuan tersebut, Tim Relawan Jabar Juara Gloria Vania menyatakan bahwa penting bagi penyumbang dari daerah manapun untuk mematuhi peraturan tersebut yaitu mengisi dan mengirimkan surat pernyataan penyumbang yang telah ditandatangani agar tim relawan dapat mengirimkan laporan sumbangan dana kampanye sehingga dana yang terkumpul dapat digunakan.

Berdasarkan contoh lampiran surat pernyataan penyumbang perseorangan KPU. Surat tersebut terdiri dari nomor KTP, nama sesuai KTP, alamat email, nomor telepon/HP, nomor NPWP, pekerjaan, alamat pekerjaan, asal perolehan dana dan pernyataan penyumbang bahwa penyumbang tidak menunggak pajak, penyumbang tidak pailit berdasarkan putusan pengadilan, dana tidak berasal dari tindak pidana dan sumbangan bersifat tidak mengikat.

Meskipun hasil audit dana kampanye yang dilakukan Kantor Akuntan Publik yang ditunjuk KPU Jawa Barat mengatakan bahwa pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum dinyatakan patuh, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu)

Jabar menyatakan menemukan laporan terkait penerimaan atau sumbangan dana kampanye yang tidak jelas sumbernya.

Berdasarkan catatan Bawaslu, pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum merupakan pasangan yang paling banyak menerima sumbangan yang berasal dari perseorangan dibandingkan dengan paslon lainnya. Dari 459 penyumbang perseorangan terdapat 212 penyumbang yang tidak menyertakan NPWP, 1 orang tidak ada NIK atau KTP, 12 orang tidak ada nomor handphone, 2 orang tidak sesuai alamat KTP, 17 orang tidak ada email, 4 orang pekerjaan tidak jelas, 1 orang alamat pekerjaan dirahasiakan dan 26 orang tidak menyantumkan alamat pekerjaan.

Catatan Bawaslu tersebut dikirimkan Bawaslu kepada paslon untuk dimintakan klarifikasinya dan sebagai data pembanding hasil audit Kantor Akuntan Publik yang telah ditunjuk KPU. Jika pasangan calon tidak dapat menjelaskan sumber dana tersebut, dana tidak boleh digunakan dan harus dikembalikan dalam kurun waktu 14 hari ke kas negara sejak ditemukan hasil audit dan jika dana tersebut tidak dikembalikan ke kas negara, konsekuensinya adalah pasangan tersebut digugurkan dalam pencalonan Pilgub Jabar (Detik.com).

Selain itu, pasangan nomor urut 3 Sudrajat–Syaikhu juga melakukan gugatan kepada KPU Jawa Barat terkait dugaan pelanggaran administrasi yang dilakukan pasangan calon Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum. Dugaan pelanggaran administrasi yang dilakukan adalah keterlambatan menyerahkan dana kampanye/sumbangan ilegal yang melampaui batas waktu yang diberikan oleh

KPU Provinsi Jawa Barat, yakni 7 Juli 2018 sedangkan pengembalian baru dilakukan pada tanggal 9 Juli 2018.

Menanggapi hal tersebut, Komisioner KPU Jawa Barat Nina Yuningsih mengatakan bahwa dalam peraturan tersebut sebenarnya tidak dijelaskan secara rinci mengenai apa yang dimaksud sumber yang tidak jelas identitasnya, apakah semua syarat harus terpenuhi atau tidak. Berikut kutipan pernyataannya.

Disana tidak jelaskan apakah semua syarat harus terpenuhi semuanya atau apa harus diakumulasi. Yang jelas sepanjang penyumbang menyantumkan identitasnya berarti dia telah memenuhi peraturan itu kan. Nah yang di Pasal 49 tersebut, memang ada peraturan lebih lanjut, nah itu seharusnya harus dibuktikan oleh tim surveinya sendiri benar atau tidak, karena yang masuk kepada KPU hanya rincian lampiran data penyumbang. Sejauh ini ada ditemukan sekitar 8 juta sekian dana yang dikembalikan kepada kas negara.

Sementara itu, Nina Yuningsih juga menjelaskan bahwa keterlambatan pihak Ridwan Kamil dan timnya menyerahkan laporan dana kampanye dikarenakan adanya kesalahpahaman yang terjadi antara KPU Jabar dan Tim Ridwan Kamil. Berikut ini kutipan pernyataannya:

Jadi sebenarnya bukan salah mereka, waktu itu ada selisih sehari ketika mereka datang namun kami belum siap rekeningnya, ada mis waktu mereka datang kesini. Jadi bukan salah mereka. Pihak mereka telah memiliki itikad baik menyerahkan laporan dana kampanye dan kelebihan dana yang tidak ada identitasnya itu, 8 juta berapalah waktu itu.

Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa penggalangan dana kampanye politik baik *offline* maupun *online* sebenarnya memiliki potensi untuk menghimpun dana kampanye dalam nominal yang besar akan tetapi masih terdapat kelemahan diantaranya:

- a. Penggalangan dana kampanye ini masih rawan terjadi kecurangan disebabkan potensi penyumbang yang tidak jelas identitasnya sehingga

dana tersebut pada akhirnya tidak dapat digunakan dan harus dikembalikan ke kas negara.

- b. Pihak KPU dan Bawaslu sendiri belum sependapat terkait apa yang dimaksud dengan penyumbang yang tidak jelas identitasnya.

2. Mekanisme penggalangan dana secara online (*crowdfunding*)

Berbicara masalah mekanisme *crowdfunding* maka tidak dapat dilepaskan dari tiga hal yaitu individu pencari dana, portal *crowdfunding* sebagai penghubung dan donatur/penyumbang yaitu pihak yang mendukung atau tertarik dengan ide tersebut (Hemer, 2011:12).

Individu pencari dana adalah Tim Relawan Jabar Juara dimana ide penggalangan dana ini berasal dari Michael Viktor Sianipar yaitu seseorang yang juga menginisiasi program penggalangan dana kampanye untuk Basuki Tjahaja Purnama pada saat Pilkada DKI Jakarta 2017.

Platform *crowdfunding* yang digunakan adalah <https://jabarjuara.id> yaitu portal yang menghubungkan pencari dana dengan donatur. Tim Relawan Jabar Juara menggunakan platform sendiri yang dibuat oleh Klaimen Kurnia dalam arti penggalangan dana ini tidak bekerjasama dengan perusahaan penyedia situs *crowdfunding*.

Platform *crowdfunding* yang dikelola secara independen biasanya dikarenakan pencari dana telah memiliki basis massa dan target yang jelas sehingga memilih untuk mempublikasikan proyek *crowdfunding* sendiri. Dalam hal ini, Ridwan Kamil merupakan tokoh publik yang telah dikenal masyarakat

yang sudah memiliki basis massa sehingga tidak terlalu sulit untuk mensosialisasikan program udunan warga menggunakan platform sendiri.

Unsur lain yang penting dalam mekanisme *crowdfunding* ini adalah pihak yang mendukung atau tertarik dengan program udunan warga sehingga mereka mau menjadi donor/penyumbang. Masyarakat yang tertarik dapat berpartisipasi menjadi donatur dengan mentransfer sejumlah dana ke rekening bank milik Jabar Juara dan mengisi data diri penyumbang secara *online*.

Di dalam surat pernyataan penyumbang tersebut terdapat pilihan apakah penyumbang bersedia dihubungi untuk menjadi Tim Relawan Jabar Juara atau tidak. Meskipun demikian, persyaratan tersebut tidak berpengaruh terhadap kelanjutan proses udunan warga yang dilakukan penyumbang.

Tim Relawan Jabar Juara membuka beberapa nomor rekening baik untuk penggalangan dana secara *offline* maupun *online*. Menurut Komisioner KPU Jabar Nina Yuningsih, tidak ada batasan mengenai berapa jumlah rekening yang boleh dibuka oleh tim relawan karena pada dasarnya dana yang mereka himpun akan masuk dalam laporan penerimaan sumbangan dana kampanye (LPSDK) sebagaimana Peraturan KPU No 5 Tahun 2017.

Berdasarkan laporan transaksi disitus jabarjuara.id, penggalangan dana ini berlangsung dari tanggal 19 November 2017 sampai 25 Juni 2018 dengan total pendapatan 1.983.177.664 (\pm 2 Milyar) dengan rincian Rp 39.307.000 (Periode 2017 - 31 Januari 2018), Rp 1.367.482.819 (Periode Februari 2018), Rp 8.260.000 (Periode Maret 2018), Rp 563.767.845 (Periode April 2018), Rp 4.370.000 (Periode Mei) dan Rp 770.109 (Periode Juni 2018).

Disitus tersebut, laporan transaksi dijadikan satu antara penggalangan dana *offline* dan *online* serta dana yang berasal dari perusahaan dan perseorangan sehingga sulit untuk membedakan berapa jumlah dana yang terkumpul melalui mekanisme *crowdfunding* yang berasal dari perseorangan.

Meskipun demikian, diketahui bahwa jumlah udunan warga yang diperoleh melalui mekanisme *offline* lebih besar dibandingkan dengan mekanisme *offline* yaitu sekitar Rp 1,4 milyar. Hal ini diketahui berdasarkan catatan CFD Bandung yang memperoleh Rp 60 juta, gala dinner di Bandung Rp 200 juta dan gala dinner di Jakarta Rp 1,2 milyar.

Berdasarkan laporan transaksi di situs jabarjuara.id juga diketahui bahwa bulan Februari dan April adalah periode terbanyak memperoleh sumbangan dana kampanye. Hal ini selaras dengan periode dimana fanpage facebook Ridwan Kamil membagikan postingan udunan warga yaitu postingan tertanggal 20 Februari 2018 yang berbentuk video berjudul udunan warga dan postingan tanggal 5 April 2018 berupa pemberitahuan tentang laporan transaksi dan ajakan untuk kembali melakukan udunan warga.

Selain itu, Tim Relawan Jabar Juara turut mensosialisasikan udunan warga menggunakan media sosial milik Relawan Jabar Juara diantaranya facebook, twitter dan instagram dengan nama (@rkjabarjuara) dan youtube channel (jabarjuara).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media sosial juga turut berpengaruh terhadap ajakan untuk berpartisipasi melakukan penggalangan dana

terlebih yang menghimbau adalah akun media sosial milik Ridwan Kamil yang memiliki jumlah pengikut yang besar.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Tirdanatan (2014:27) bahwa sesungguhnya yang baru dari *crowdfunding* bukanlah konsepnya, melainkan kemampuannya mengeksploitasi kapabilitas dari teknologi Web 2.0 dan jejaring sosial, terutama menyangkut fungsi “jaringan dan pemasaran mengular” (*viral networking and marketing*), yang mendayakan mobilisasi pengguna dalam jumlah besar dari komunitas web spesifik dalam waktu yang relatif singkat.

Prinsipnya, siapa saja yang terhubung melalui internet dapat mengakses web *crowdfunding* dan mengumpulkan dana untuk suatu proyek yang mewakili *common interest* yang sama.

Berdasarkan pemaparan tersebut diketahui bahwa *crowdfunding* memiliki kelebihan dalam hal menjangkau partisipasi masyarakat secara luas tanpa dibatasi waktu dan tempat. Misalkan, beberapa netizen yang berkomentar di fanpage facebook RK menyatakan bahwa dirinya bukanlah warga Jawa Barat namun merasa tertarik dengan ide tersebut dan ingin menyumbang dana.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan diketahui juga bahwa beberapa netizen masih merasa kesulitan untuk memahami mekanisme *crowdfunding*. Kemungkinan hal ini dikarenakan belum terbiasanya beberapa netizen melakukan transaksi secara *online*. Terlebih, bagi para pengguna internet yang berasal dari pedesaan.

3. Konvergensi simbolik *Crowdfunding*

Proses konvergensi simbolik penggalangan dana kampanye politik diantara para facebooker terkait video udunan warga di fanpage facebook Ridwan Kamil. Sebelumnya, penting untuk membahas komunikasi politik yang berlangsung diantara netizen atau facebooker menanggapi video tersebut.

Menurut Brian McNair (1994:4) dalam Heryanto (2013:4), komunikasi politik diartikan sebagai *purposeful communication about politics*. Hal ini terdiri dari (1) Segala bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para politisi dan aktor-aktor politik lainnya untuk mencapai tujuan-tujuan khusus; (2) Komunikasi yang ditunjukkan kepada aktor-aktor politik oleh orang-orang yang bukan politisi misalnya para pemilih (*voters*) dan kolumnis-kolumnis di media massa; (3) Komunikasi tentang aktor-aktor politik dan aktifitas mereka yang dipublikasikan dan menjadi isi laporan berita, editorial, serta bentuk diskusi politik lainnya di media massa.

Jika merujuk pendapat Brian McNair tersebut maka sifat kesengajaan komunikasi politik yang terjadi dapat dikatakan ada pada tiga kategori tersebut yaitu: (1) Komunikasi di lakukan Tim Relawan Jabar Juara untuk mensosialisasikan udunan warga melalui video kepada para netizen atau komunitas virtual yang tergabung di FB Ridwan Kamil agar tercapai target khusus yaitu yang bersangkutan tergerak untuk menyumbang dana kampanye; (2) Komentar netizen terkait udunan dana tersebut kemudian menjadi komunikasi politik yang ditujukan kepada paslon Rindu; (3) Komunikasi terkait udunan warga ini menjadi ulasan pemberitaan di media massa dan media sosial.

Komunikasi politik terkait udunan warga tersebut terjadi pada masa kampanye politik. Kampanye didefinisikan sebagai suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan (Pfau dan Parrot, 1993 dalam Heryanto 2013:21).

Pfau dan Parrot (1993) juga menjelaskan kampanye adalah “*Campaign are inherently persuasive communication activities*”. Terdapat 4 aspek dalam kampanye persuasif yang tidak dimiliki tindakan persuasif perorangan yaitu:

1. Kampanye secara sistematis berupaya menciptakan “tempat” tertentu dalam pikiran khalayak tentang produk, kandidat atau gagasan yang disodorkan
2. Kampanye berlangsung dalam berbagai tahapan mulai dari menarik perhatian khalayak, menyiapkan khalayak untuk bertindak hingga akhirnya mengajak mereka melakukan tindakan nyata.
3. Kampanye juga mendramatisasi gagasan-gagasan yang disampaikan pada khalayak dan mengundang mereka untuk terlibat baik secara simbolis maupun praktis, guna mencapai tujuan kampanye.
4. Kampanye juga secara nyata menggunakan kekuatan media massa dalam upaya menggugah kesadaran hingga mengubah perilaku khalayak

Merujuk pada pendapat Pfau dan Parrot yang menyatakan bahwa kampanye adalah aktivitas komunikasi persuasif yang dilakukan secara inheren maka dapat dikatakan:

1. Tim Relawan Jabar Juara telah melakukan upaya sistematis untuk menciptakan “tempat” tertentu dalam pikiran khalayak melalui program udunan warga yang akan membantu paslon Rindu mencapai cita-cita Jabar Juara.
2. Selama masa kampanye, sosialisasi program udunan warga dilakukan dengan berbagai cara mulai dari bertatap muka hingga menggunakan media sosial. Harapannya, masyarakat berpartisipasi melakukan udunan warga.
3. Dramatisasi gagasan-gagasan yang disampaikan pada khalayak, salah satunya dapat dilihat dari video berjudul Uduan Waga yang diposting di Fanpage Facebook Ridwan Kamil yang berisi ajakan untuk melakukan penggalangan dana hingga menimbulkan interaksi dikalangan komunitas virtual.
4. Tim Relawan Jabar Juara tidak hanya menggunakan media massa tetapi juga menggunakan media sosial untuk menggugah kesadaran bersama mengenai pentingnya berpartisipasi dalam program udunan warga.

Pemahaman mengenai komunitas virtual dalam penelitian ini merujuk pada pendapat Kollock dan Smith (1996:16) dalam Heryanto (2018: 188) yang mendefinisikan komunitas virtual sebagai sebagai sekelompok orang yang berbagi informasi di dunia maya, mendiskusikan kepentingan bersama, dan memiliki potensi untuk mendukung serta memecahkan persoalan bersama-sama (Kollock dan Smith dalam Heryanto, 2018: 188).

Pada penelitian ini komunitas virtual merujuk kepada para anggota atau pengikut Ridwan Kamil di fanpage facebook miliknya dengan karakteristik antara lain berinteraksi di jejaring media social facebook, mendiskusikan kepentingan bersama yaitu terkait video udunan warga serta sangat mungkin memiliki kesadaran kelompok bersama untuk mendukung gerakan udunan warga (*crowdfunding*).

Berdasarkan temuan penelitian maka proses konvergensi simbolik *crowdfunding* terdiri dari enam tahap yaitu struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator, struktur medium dan struktur evaluatif.

Struktur dasar terdiri dari tema fantasi, tipe fantasi, isyarat simbolik dan saga. Jika dipetakan maka struktur dasar perbincangan facebooker terkait video udunan warga di fanpage facebook Ridwan Kamil mengerucut pada lima hal yaitu (1) Facebooker siap melakukan udunan dan langsung berpartisipasi menyumbangkan sejumlah dana; (2) Facebooker mendukung ide udunan warga karena menganggap program tersebut positif, bentuk perlawanan terhadap mahar politik dan menjauhkan kandidat dari korupsi; (3) Facebooker menyatakan siap melakukan udunan namun masih bertanya bagaimana cara menyalurkannya; (4) Facebooker akan tetap memilih Rindu meskipun tidak melakukan udunan; (5) Facebooker tidak tertarik dengan udunan warga dengan beberapa alasan seperti udunan warga bukanlah solusi dari mahalnya pesta demokrasi, mempermasalahkan partai pengusung Ridwan Kamil dan memilih mengalokasikan dana yang mereka miliki untuk yang lebih membutuhkan.

Kemudian sebuah visi retorik dari struktur pesan video udunan warga dan perbincangan facebooker muncul dalam kaitannya dengan semua tema fantasi di atas yaitu “**dukung udunan warga demi Jabar Juara**” bahwa dengan mendukung udunan warga maka biaya kampanye yang besar akan terasa ringan dan Rindu akan fokus bekerja untuk mewujudkan cita-cita Jawa Barat Juara.

Struktur dinamis merupakan struktur mendalam dari visi retorik dalam proses konvergensi simbolik yang secara dominan terdiri dari 3 komponen yaitu *righteous master analogue*, *social master analogue* dan *pragmatic master analogue*.

Righteous master analogue, menggambarkan cara yang benar melakukan sesuatu. Contohnya ada dalam kalimat: penggalangan dana tanpa paksaan dan gak perlu korupsi atau ngutang untuk nyari dana kampanye.

Social master analogue, menggambarkan hubungan manusiawi atau interpersonal. Contohnya ada dalam kalimat: siap nu penting tos janten kedah ngadangu aspirasi rakyat, pemimpin hutangnya sama rakyat karena pemimpin untuk melayani rakyat.

Pragmatic sistem analogue, menghadirkan efisiensi atau cara yang dilakukan agar ongkos efektif dalam melakukan sesuatu. Contohnya ada dalam kalimat: udunan warga diproses secara transparan, akuntabel, terpercaya, dan efisien dapat dicek melalui websites dan dilaporkan kepada KPU dan *crowdfunding* banyak dipakai di US dan Europe lebih akuntabel, transparan, jelas sumber dananya sehingga bisa lebih tidak tergantung dengan partai yang sumber-sumbernya tidak jelas.

Struktur komunikator dalam video udunan warga yang diunggah di fanpage facebook Ridwan Kamil terdiri dari 3 komponen yaitu *fantasizers*, *rhetorical community* dan *communication style*.

Fantasizers merupakan sejumlah individu yang memposisikan diri lebih siap dari pada yang lain. Fanpage Facebook Ridwan Kamil termasuk dalam kategori *public sharing*. Oleh karena itu para pengikut atau yang dikenal dengan istilah *followers* dapat berperan sebagai *fantasizers* karena dapat secara langsung berbagi visi retorik. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat *fantasizers* aktif yaitu: Admin FB RK yang memposting video udunan warga pada 20 Februari 2018 sekaligus beberapa kali menjawab pertanyaan terkait program udunan warga dan beberapa anggota FB RK yang pada dasarnya merupakan barisan pendukung Ridwan Kamil yang bertugas menghalau berita-berita negatif di media sosial.

Rhetorical community merupakan partisipan dalam sebuah visi retorik yang membagi kesadaran bersama, kemudian yang menjadi komunitas retorik adalah facebooker yang menjadi pengikut Ridwan Kamil di fanpage facebook miliknya.

Proses konvergensi simbolik *crowdfunding* dimulai dari keberadaan Tim Relawan Jabar Juara yang sengaja dibentuk untuk membantu pencalonan Ridwan Kamil. Kemudian melalui video yang dibuat dan diunggah di FB RK, perbincangan ini menimbulkan interaksi dikalangan komunitas virtual para pengikut RK yaitu facebooker yang telah memposisikan dirinya sebagai bagian

dari Relawan Jabar Juara dan facebooker yang hanya memposisikan diri sebagai pengguna internet.

Dalam konteks ini, facebooker yang menjadi pengikut Ridwan Kamil melakukan konvergensi simbolik dan membentuk sebuah komunitas retorik yang didasarkan pada kesadaran bersama komunitas. Hal ini dapat dilihat dari beberapa facebooker yang berkomentar terkait video udunan warga kemudian turut melakukan udunan warga.

Communication style atau aturan dan bentuk komunikasi yang dilakukan facebooker terkait video udunan warga di fanpage facebook Ridwan Kamil pada dasarnya mengikuti ketentuan dan kebijakan terkait standar komunitas facebook.

Struktur medium penelitian ini masuk dalam kategori *public sharing* dikarenakan fanpage facebook yang memposting video udunan warga merupakan milik Ridwan Kamil dimana akun tersebut terbuka bagi umum dan seseorang dapat dengan mudah menjadi *followers* sehingga siapa saja pada dasarnya dapat berbagi info, narasi, makna, emosi dan lainnya.

Sebenarnya para pengikut ini dapat dengan mudah memberikan komentar di akun tersebut namun fanpage facebook Ridwan Kamil sepertinya memfilter komentar-komentar negatif sehingga tidak dapat dilihat. Pada kasus ini, terdapat 648 komentar terkait video udunan warga, ternyata hanya 234 komentar yang dapat diakses. Berdasarkan pengamatan penelitian dari 234 komentar tersebut, ada 163 komentar bernada positif, 40 komentar bernada negatif dan sisanya membicarakan hal-hal diluar udunan warga.

Bagian akhir dari proses konvergensi simbolik adalah struktur evaluatif yaitu bagian untuk mengevaluasi secara umum apa yang sudah dipaparkan sebelumnya. Ada 3 komponen dalam struktur evaluatif yaitu terkait dengan *shared group consciousness*, *reality link* dan *fantasy theme artistry*.

Istilah *shared group consciousness* ini merupakan sebuah evaluasi untuk memeriksa ulang proses konvergensi simbolik. Biasanya dalam konteks ini terlihat kolektivitas masyarakat yang telah berbagi tema fantasi atau member semacam interpretasi terhadap realitas yang berlangsung (Cragan, 1998:110 dalam Heryanto, 2013: 646).

Berdasarkan hasil temuan yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat 5 pesan dasar facebooker terkait udunan warga yaitu (a) Siap melakukan udunan warga dan langsung menyumbang; (b) Mendukung ide udunan warga; (c) Siap udunan namun masih bertanya bagaimana caranya? (d) Berkomitmen memilih Rindu meskipun tidak melakukan udunan dan (e) Tidak tertarik melakukan udunan karena sejumlah alasan.

Berdasarkan kelima pesan dasar facebooker tersebut, diketahui bahwa mayoritas facebooker berada pada level mendukung udunan warga. Hal ini dapat dilihat dari 163 komentar yang mendukung 4 struktur dasar yaitu siap melakukan udunan warga dan langsung menyumbang, mendukung ide udunan warga, siap udunan namun masih bertanya bagaimana caranya? dan facebooker yang berkomitmen tetap memilih Rindu meski tidak udunan. Adapun kelompok minoritas adalah mereka yang mengatakan tidak tertarik dengan udunan warga.

Kelompok yang mendukung udunan warga kemudian terbagi menjadi 2 yaitu:

1. Komunitas retorik yang berbagi kesadaran bersama pada tataran struktur dasar, struktur pesan dan struktur dinamis yaitu kelompok yang berbagai tema fantasi, isyarat simbolik, tipe fantasi, saga dan visi retorik namun tidak dilanjutkan dengan sebuah tindakan nyata melakukan penggalangan dana.
2. Komunitas retorik yang berbagai kesadaran bersama kemudian berujung pada sebuah tindakan nyata yaitu turut serta menyumbang sejumlah dana untuk kampanye politik paslon Rindu.

Hal ini senada dengan pendapat Pakar Komunikasi Politik Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si. yang menyatakan bahwa konvergensi simbolik *crowdfunding* pasti berhubungan dengan aspek kesadaran kelompok yang berujung pada sebuah tindakan nyata berupa keikutsertaan menyumbangkan sejumlah dana. Berikut ini kutipan wawancaranya:

Teori konvergensi simbolik ini berbicara masalah aspek kesadaran kelompok, kesadaran kelompok itu akhirnya berpengaruhnya pada kohesivitas atau rasa untuk kemudian menyatu misalkan pada kasus *crowdfunding* ini. Bagaimana gerakan ini menjadi gerakan kita bukan gerakan mereka. Simbolik konvergen itu tentu hubungannya bagaimana kesadaran umum itu dibentuk kemudian bagaimana mekanisme pembentukannya misalkan seperti *grup sharingnya* bagaimana? dan saya pikir, kasus penggalangan dana kampanye itu, selama ini ada kritik bahwa biaya kampanye itu mahal, saking mahalanya kadang terjebak pada praktek korupsi atau investasi politik pada pihak ketiga. *Crowdfunding* itu sebenarnya modernisasi dalam kandidasi, kenapa? karena pemilih merasa dilibatkan dan karena merasa dilibatkan, pemilih seharusnya punya *moral force* untuk menuntut si pemimpin itu harus seperti apa. *Crowdfunding* itu seharusnya membentuk adanya kesadaran bahwa kalau anda mau memilih pemimpin maka anda harus berpartisipasi memilih pemimpin tersebut bukan hanya secara lisan tapi juga finansial.

Dalam konteks ini, kesadaran kelompok bersama atau *shared group consciousness* secara keseluruhan sudah cukup memadai dalam berwacana atau berbagai gagasan pentingnya udunan warga untuk didukung namun masih kurang secara praktis yaitu langsung menyumbangkan dana yang dimiliki.

Indikasinya terlihat dari hasil penggalangan dana yang diperoleh. Berdasarkan catatan yang telah dibahas sebelumnya, hasil penggalangan dana melalui mekanisme *offline* masih lebih besar jika dibandingkan dengan penggalangan dana secara *online*. Penggalangan dana dengan mekanisme *offline* memperoleh kurang lebih Rp 1,4 milyar rupiah dari jumlah dana yang terkumpul yaitu sekitar Rp 2 milyar.

Minimnya kesadaran kelompok bersama pada level gerakan udunan warga terlihat dari hasil wawancara yang dilakukan dengan 2 facebooker pendukung udunan warga. Kedua facebooker tersebut menyatakan bahwa mereka tidak melakukan udunan warga karena beberapa alasan meskipun secara pribadi merasa yakin bahwa udunan warga akan berkontribusi terhadap cita-cita Jabar Juara. Disisi lain, minimnya kesadaran kelompok bersama juga dapat dilihat dari *sense of community* atau perasaan bersama komunitas.

Menurut McMillan & Chavis (1986) *sense of community* diartikan sebagai perasaan bahwa para anggota suatu komunitas terkait dengan rasa memiliki terhadap suatu komunitas, perasaan saling mengkhawatirkan antar anggota dan peduli dengan kelompok mereka, dan berbagi keyakinan yang dibutuhkan anggota yang akan dipenuhi dengan komitmen bersama. Terdapat empat dimensi *sense of community* yaitu:

1. *Membership* atau keanggotaan didasarkan perasaan saling memiliki dan berbagi rasa. Terdapat batasan dalam *membership* yang berarti ada orang-orang yang dapat menjadi anggota komunitas dan ada yang tidak. Batasan dapat didefinisikan menggunakan sistem simbol. Pada komunitas yang memiliki batasan yang jelas, anggota komunitas akan memiliki rasa aman secara emosional. Mereka yang merasa aman akan lebih memiliki kemauan atau komitmen untuk ikut serta/berkontribusi bagi komunitas. Perilaku tersebut kemudian akan memperdalam rasa memiliki dan identifikasi terhadap komunitas. Hal ini dapat terlihat dari adanya pernyataan timbal balik: “ini kelompok saya” dan “saya bagian dari kelompok ini”.
2. *Influence* merupakan perasaan bahwa seorang individu memiliki pengaruh bagi orang lain maupun komunitas. Keanggotaan suatu komunitas lebih atraktif ketika seseorang merasa dapat mempengaruhi arah dari komunitas, dan juga kelompok itu sendiri cukup kuat untuk membawa anggota dengan itu dan membela kepentingan mereka.
3. *Integration & fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan) atau penguatan merupakan perasaan bahwa keanggotaan sebuah kelompok penting menerima pemenuhan sumberdaya sebagai imbalan.
4. *Shared emotional connection* didasarkan pada budaya, sejarah dan simbol-simbol, mungkin termasuk pemahaman bersama tentang peristiwa-peristiwa penting (yang tidak harus dialami secara pribadi atau langsung). Hubungan emosional bersama di antara anggota

masyarakat tercermin dari pengalaman yang mengarah pada pembentukan rasa kebersamaan.

Berdasarkan keempat dimensi tersebut, hubungan emosional bersama (*shared emoticon connection*) berperan dalam membentuk rasa kebersamaan komunitas (*sense of community*). Hal ini dapat dilihat dari beberapa komunitas retorik pendukung udunan warga yang menggunakan logo Rindu Jabar Juara di profil picture facebook mereka sebagai tanda mendukung pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzahuni Ulum sebagai gubernur dan wakil gubernur Jawa Barat. Selain itu, hubungan emosional ini juga terbangun ketika komunitas retorik berbagai visi retorik, tema fantasi, saga atau slogan kampanye pasangan Rindu yaitu “Jabar Juara” ketika memberikan komentar terkait video udunan warga tersebut.

Namun, perasaan bersama komunitas (*sense of community*) terlihat kurang pada elemen perasaan saling memiliki (*membership*), pengaruh, integrasi dan pemenuhan kebutuhan komunitas retorik. Hal ini kemungkinan karena video udunan warga dibagikan di fanpage facebook Ridwan Kamil, sebenarnya bersifat *public sharing* dan bukan *grup sharing*.

Menurut Jones dan Rafaeli (2000:216) dalam Poters (2004), konsep komunitas virtual sebagai publik virtual adalah “ruang yang dimediasi komputer, yang keberadaannya relatif transparan dan terbuka, yang memungkinkan kelompok individu untuk menghadiri dan berkontribusi pada rangkaian interaksi interpersonal yang dimediasi komputer yang serupa.” Lebih jauh, publik virtual ini (1) mungkin atau tidak mungkin dianggap sebagai jaringan yang dimediasi

komputer, (2) dapat didukung oleh berbagai teknologi, (3) dapat melayani berbagai tujuan dan (4) dapat dimiliki oleh suatu organisasi.

Selanjutnya, Menurut Porter (2004), konsep komunitas virtual sebagai publik virtual yang dikemukakan Jones dan Rafaeli juga selaras dengan konsep Komito (1998) tentang komunitas virtual sebagai masyarakat pencari makan. Pada masyarakat seperti itu, hubungan melayani tujuan fungsional atau utilitarian, keanggotaan sering bersifat sementara/tidak stabil dan ada kurang komitmen dan loyalitas di antara anggota.

Disisi lain, Porter (2004) menjelaskan bahwa interaksi dari komunitas virtual sebagai publik virtual memiliki pola interaksi yang berubah-ubah dan cenderung mencakup ikatan yang kuat, lemah dan/atau penuh tekanan. Hal ini berbeda dengan kelompok kecil yang cenderung memiliki hubungan sosial yang erat di antara anggota, interaksi kelompok tinggi, dan fokus pada mempertahankan hubungan spesifik dalam kelompok.

Pada kasus ini, fanpage facebook Ridwan Kamil yang bersifat *public sharing* memberikan dampak positif berupa hadirnya perasaan bersama komunitas (*sense of community*) dan juga kesadaran bersama komunitas (*shared group consciousness*) dalam berwacana atau berbagi gagasan bahwa pentingnya udunan warga untuk didukung. Hal ini menjadi relevan mengingat banyaknya jumlah pengikut (*followers*) Ridwan Kamil di fanpage facebook miliknya dan terbuka memberikan komentar terkait video udunan warga

Disisi lain, komunitas virtual yang bersifat publik ini memiliki kelemahan secara praktis yaitu tidak memberikan jaminan adanya komitmen para komunitas

tersebut untuk selalu mendukung apa yang diinginkan pemilik akun karena keanggotaan bersifat longgar meskipun dalam hal ini komunitas tersebut telah secara terang-terangan menuliskan dukungannya terhadap udunan warga.

Selanjutnya, Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si. mengatakan bahwa kesadaran kelompok (*shared group consciousness*) dapat dilihat menurut tingkatan proses konvergensi simbolik. Berikut ini petikan wawancaranya:

Ya kesadaran itu kan ada layernya. Jadi misalnya, apakah kesadarannya baru berada pada *basic structure*nya misalnya, oh ya tahu sih *simbolik cue* nya kayak gini, *saga* dan *fantasi type* seperti ini, orang bisa saja tahu sebagai *knowledge* tapi apakah itu sudah sampai di *group sharing* gak? *reality link*nya sampai gak? Jadi kan di simbolik konvergen itu kan selalu ada tahapan, nah kalau kemudian tidak sampai pada *reality link* maka dia tidak akan pernah mendonasikan uangnya karena baru disebut sebagai *shared group consciousness* itu kalau sudah melewati *reality link*nya.

Reality link merupakan struktur evaluatif yang menghubungkan visi retorik dan fantasi pada realitas obyektif fakta material dan catatan publik. Pada kasus ini, evaluasi *reality link* sebenarnya kontekstual. Perbincangan tentang penggalangan dana kampanye menjadi sangat relevan dengan salah satu solusi dari mahalnya dana kampanye yang dibutuhkan seorang calon kandidat pada saat pemilihan umum berlangsung.

Hal ini merujuk pada studi yang dilakukan Perludem bahwa terdapat 4 jenis pengeluaran yang menyebabkan tingginya biaya untuk kontestasi pilkada, yaitu: (1) Biaya untuk pencalonan kepada partai politik/gabungan partai politik pengusung, yang populer disebut uang mahar atau uang sewa perahu; (2) Biaya untuk kampanye (spanduk, tim sukses) dan politik pencitraan; (3) Biaya survey

elektabilitas disertai konsultasi pemenangan, dan (4) Biaya untuk politik uang kepada pemilih (Perludem, 2011:16).

Ragam pengeluaran dana tersebut memunculkan total angka fantastis pembiayaan pilkada yang menjadi tanggungan seorang calon. Bahkan angkanya jauh melampaui nilai kekayaan calon sebagaimana tertuang dalam laporan kekayaan LHKPN para calon. Hal ini merujuk pada hasil kajian KPK (2016) yang menunjukkan rata-rata jumlah harta para pasangan calon yang maju di Pilkada 9 Desember 2015 adalah Rp 13.410.575.802. Sementara hasil kajian Litbang Kemendagri menunjukkan bahwa untuk menjadi walikota/bupati dibutuhkan biaya mencapai Rp 20 milyar - Rp 30 milyar rupiah dan untuk menjadi gubernur berkisar Rp 20 milyar-Rp 100 miliar (Bawaslu, 2018:190).

Menteri Dalam Negeri Tjahjo Kumolo menyebutkan bahwa biaya penyelenggaraan Pilkada Serentak lebih boros dibandingkan dengan pilkada satuan. Data Kementerian Dalam Negeri menunjukkan, penyelenggaraan pilkada 2015 yang diikuti 269 daerah menelan anggaran Rp 7 triliun. Pilkada 2017 menelan biaya Rp 5,9 triliun kendati jumlah daerahnya lebih sedikit, yakni 101 daerah. Sementara itu, pemerintah telah menganggarkan 18,5 triliun pada Pilkada 2018 yang diikuti 171 daerah (Tribunnews.com).

Fantasy Theme Artristy berkaitan dengan penilaian terhadap kreativitas retorik, kebaruan nilai kompetitif dari tema fantasi, isyarat simbolik, tipe fantasi, saga dan visi retorik.

Pada penelitian ini, kreativitas retorik yang dibangun facebooker di kolom komentar fanpage facebook Ridwan Kamil cenderung banyak melakukan

pengulangan-pengulangan antara satu facebooker dengan facebooker lainnya bahkan terdapat kesalahan informasi yang berasal dari satu anggota yang menjadi *fantasizers* terkait bagaimana cara mengirim dana jika ingin menyumbang.

Teori konvergensi simbolik membuktikan bahwa tema fantasi dapat diterapkan pada komunitas yang lebih luas daripada sekedar komunikasi pada kelompok kecil serta teori ini berguna dalam konteks kampanye politik.

Pada kasus ini, Relawan Jabar Juara membuat sebuah video berjudul Uduan Warga untuk menyampaikan pesan pentingnya program ini untuk didukung. Tema fantasi dalam video tersebut kemudian menciptakan rantai fantasi dan visi retorik dari para pengikut facebook Ridwan Kamil.

Visi retorik tersebut adalah “dukung uduan warga demi Jabar Juara” bahwa dengan mendukung uduan warga maka biaya kampanye yang besar akan terasa ringan dan Rindu akan fokus bekerja untuk mewujudkan cita-cita Jawa Barat Juara. Kemudian visi retorik ini berhasil memunculkan kesadaran bersama (*shared group consciousness*) diantara para komunitas untuk tidak hanya mendukung uduan warga dari segi wacana saja namun turut serta menyumbangkan uangnya untuk biaya kampanye pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum.

Dalam hal ini, Saga “Jabar Juara” yang berasal dari slogan kampanye pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum berperan dalam menciptakan visi retorik. Dengan demikian, secara tidak langsung penelitian ini menunjukkan bahwa slogan atau taqline kampanye politik memainkan peran penting dalam

mengkonstruksi kesadaran politik komunitas virtual untuk menyumbang dana kampanye.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberadaan komunitas virtual di media social dalam konteks kampanye politik ternyata berpotensi menghadirkan nilai secara ekonomi. Hal ini selaras dengan karakteristik komunitas virtual yang dikemukakan Porter (2004) yang menyatakan bahwa karakteristik komunitas virtual dilihat dari modelnya terkonseptualisasi menjadi 2 level yaitu mendatangkan keuntungan (*profit*) dan tidak mendatangkan keuntungan (*nonprofit*).

Pada kasus ini, komunitas virtual yang tergabung dalam fanpage facebook Ridwan Kamil ternyata berpotensi mendatangkan keuntungan tidak hanya dari segi electoral (pemilihan) namun juga ekonomi yaitu penggalangan dana kampanye politik (*crowdfunding*). Pada akhirnya, gerakan penggalangan dana (*crowdfunding*) dalam kampanye politik akan bermakna dan berhasil jika mampu membangun kesadaran kelompok bersama (*shared group consciousness*) di media social. Sebaliknya, tanpa kesadaran kelompok bersama maka *crowdfunding* dalam kampanye politik tidak akan berarti apa-apa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Penggalangan dana kampanye politik pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara terdiri dari 2 jenis yaitu penggalangan dana secara *offline* dan penggalangan dana secara online yang kemudian disebut dengan *crowdfunding*. Adapun jenis *crowdfunding* yang digunakan adalah berbasis donasi atau sumbangan.
2. Mekanisme *crowdfunding* tidak dapat dilepaskan dari 3 hal yaitu pencari dana, platform dan pihak yang tertarik (donatur). Pihak pencari dana adalah Tim Relawan Jabar Juara, platform yang digunakan <https://jabarjuara.id>, dan masyarakat atau netizen yang tertarik terhadap ide udunan warga kemudian menjadi donatur.
3. Berdasarkan perspektif konvergensi simbolik dapat disimpulkan bahwa terdapat lima pesan dasar facebooker terkait udunan warga yaitu (a) Siap melakukan udunan warga dan langsung menyumbang; (b) Mendukung ide udunan warga; (c) Siap udunan namun masih bertanya bagaimana caranya? (d) Berkomitmen memilih Rindu meskipun tidak melakukan udunan dan (e) Tidak tertarik melakukan

udunan karena sejumlah alasan. Sebuah visi retorik muncul dalam kaitannya dengan kelima pesan dasar tersebut yaitu “dukung udunan warga demi Jabar Juara”. Kemudian visi retorik ini berhasil memunculkan kesadaran bersama komunitas retorik (*shared group consciousness*) yang tidak hanya mendukung udunan warga namun menyumbangkan uangnya untuk biaya kampanye pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terdapat beberapa saran diantaranya saran akademis yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya dan saran praktis bagi pencari dana kampanye politik.

Saran Akademis

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretif maka disarankan penelitian selanjutnya tentang konvergensi simbolik *crowdfunding* menggunakan paradigma kritis yaitu dengan mempertimbangkan struktur kekuasaan, kepercayaan atau ideology yang dominan dalam komunitas virtual.
2. Penelitian konvergensi simbolik *crowdfunding* masih dapat dikembangkan dengan mengkaji skala kecenderungan untuk berfantasi (*propensity to fantasize scale*). Salah satu caranya dengan mengidentifikasi pencipta fantasi tinggi (*high fantasizer*) hingga

pencipta fantasi rendah (*low fantasizer*). Pengembangan skala kecenderungan berfantasi akan memungkinkan peneliti mulai menguji dampak dari fantasi personal pada individu.

Saran Praktis

1. *Crowdfunding* berpotensi menjadi salah satu solusi mahalnya pembiayaan kampanye politik oleh karena itu pihak pencari dana harus mampu menciptakan tema fantasi yang kuat untuk membentuk kesadaran bersama komunitas agar banyak yang tertarik untuk menyumbang.
2. Portal *crowdfunding* yang menjadi penghubung pihak pencari dana dengan donatur harus mudah diakses dan memberikan informasi yang lengkap terkait mekanisme penggalangan dana.
3. Pihak-pihak seperti KPU dan Bawaslu harus membuat aturan yang jelas terkait dengan fenomena *crowdfunding* karena masih rentan terhadap tindak kecurangan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aitamurto, Tanja. (2012). *Crowdsourcing for Democracy: A New Era in Policy-Making*. Parliament of Finland: Publication of the Committee for the Future.
- Brabham, Daren. C. (2009). *Crowdsourcing*. The MIT Press Essential Knowledge Series.
- Bungin, Burhan.(2015). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Canada Media Fund. (2012). *Crowdfunding in a Canadian Context: Exploring the Potential of Crowdfunding in the Creative Content Industries*. Toronto: CMF Publication.
- Hemer, Joachim. (2011). *A Shapshot on Crowdfunding*. Germany: Fraunhofer Institute For System.
- Heryanto, Gun Gun. (2013). *Komunikasi Politik: Sebuah Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- , (2018). *Media Komunikasi Politik: Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Gunawan, Imam. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kartikawangi, Dorien. (2013). *Tema Fantasi: Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan Multinasional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss. (2011). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Lister, Martin J. Dovey, S. Giddings, I. Grint and K.Kelly. (2009). *New Media Introduction, 2 Ed*. Oxfordshire: Routledge.

- Mayfield, Antony. (2008). *What Is Social Media*. London: iCrossing.
- Moleong, Lexi. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. Lawrence. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. (Edina T. Sofia, Penerjemah). Jakarta: PT Indeks
- Pambayun, Ellys Lestari. (2013). *Qualitative Research Methodology in Communication: Konsep, Panduan dan Aplikasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Tim Peneliti Perludem. (2011). *Menata Kembali Pengaturan Pemilukada*. Jakarta: Perludem
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmajati, Mada dan Aditya Perdana (Ed.). (2018). *Pembiayaan Pemilu di Indonesia*. Jakarta: Bawaslu.

Jurnal

- Angeline, Mia. (2016). Symbolic Convergence In A Social Movement: A case of "Pengumpulan Satu Juta KTP" By Teman Ahok. *Humaniora Vol 7 No 4*, 535-543.
- Ardiantoro, J. (2017). Catatan Singkat Penyelenggaraan Pilkada Serentak 2017. *Jurnal Pemilu dan Demokrasi (Perludem)*, 1-15.
- Bensa, C.P. (2015). Tipologi Komunikasi Virtual: Studi Kasus pada Facebook Parenting Indonesia. *Ejournal UMN Volume VII, Nomor 1*, 41-65.
- Belleflamme, Paul. Nessrine Omrani and Martin Peitz. (2015). The Economics of Crowdfunding Platforms. *Center for Operations Research and Econometrics*, 1-56.
- Blanchard, A.L & Markus, M.L. (2002). The Experienced "Sense" of a Virtual Community: Characteristics and Processes. 65-79

- Bormann, E. G. (1982). The Symbolic Convergence Theory of Communications For Teachers and Consultants. *Journal of Applied Communication Research*, 50-61.
- _____, (1985). Symbolic Convergence Theory: A Communication Formulation. *Journal of Communication*, 128-138.
- _____, (1997). Why Do People Share Fantasies? An Empirical Investigation of a Basic Tenet of the Symbolic Convergence Communication Theory. *Communication Studies*, 254-276.
- Bott, Maja & Gregor Young (2012). The Role of Crowdsourcing for Better Governance in International Development. *Praxis The Fletcher Journal of Human Security Volume XXVII*, 47-68.
- Bradford, C. Steven. (2012). Crowdfunding and The Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*. 1-150
- Chavis, D. M. & McMillan, D.W. (1986). Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology Volume 14*, 6-23.
- Edi Nasution. (2013). Perselingkuhan Antara Politik dan Uang (Money Politics) Menciderai Sistem Demokrasi. *www.ppatk.go.id*, 1-24.
- Gerber, Elizabeth M., Hui, Julie S. & Kuo Pei-Yi. (2012). Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms. In Proc. of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics.
- Hui, Julie S. Michael D. Greenberg & Elizabeth M. Gerber, (2013). Understanding the Role of Community in Crowdfunding Work.
- Humer, Spike & Darren Stephens. (2008). Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business Jeff Howe. *The International Achievement Institute*. 1-8
- Howe, Jeff. (2006, 2 Juni). Crowdsourcing: A Definition, Crowdsourcing: Tracking the Rise of Amateure.
- Khoma, Natalia. (2015). Tecnologies of Political (Socio-Political) Crowdsourcing and crowdfunding: World Experience and Steps Towards Implemantation In Ukraine. *Torun Internasional Studies No 1 (8)*, 49-60.

- Lukmajati, Dendi. (2016). Praktek Politik Uang dalam Pemilu Legislatif 2014 (Studi Kasus di Kabupaten Blora). *POLITIKA Vol 7 No 1 April*, 1-24.
- Massolution, (2012). Crowdfunding Industry Reports: Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms, *Crowdsourcing.org Research Publications*.
- Ordanini, A. M. (2011). Crowdfunding: Transforming Customers Into Investors Through Innovative Service Platforms. *Journal of Service Management*, 22 (4), 443-470.
- Porter, Constance Elise. 2004. A Typology of Virtual Communities: A Multi Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer Mediated Communication 10 (1)*.
- Simarmata, Salvatore. (2014). Media Baru, Ruang Publik Baru dan Transformasi Komunikasi Politik di Indonesia. *Interact Vol 3 No 2 November*, 18-36.
- Suryadi, Israwati. (2010). Teori Konvergensi simbolik. *Jurnal Academica Fisip Untad Vol 2 No 2 Oktober*, 426-437.
- Tirdanatan, Nia Utami. Vina Georgiana. Yen Sun. (2014). Evaluasi Good Corporate Governance Atas Kebutuhan Donatur Pada Penerapan Crowdfunding di Indonesia: Studi Kuantitatif dan Kualitatif Pada Efekrumahkaca.net, Patungan.net dan Wujudkan.com. *ComTech* , 123-135.

Tesis, Disertasi dan Makalah Penelitian

- Andriansyah, M., Teddy Oswari dan Budi Prijanto. (2009). *Crowdsourcing: Konsep Sumber Daya Kerumunan dalam Abad Partisipasi Komunitas Internet*. Depok: Universitas Gunadarma
- Elfeky, Ahmed (2015). *Research Paper: Internet A New Player in Political Fundraising*. University of Siegen , 1-28.
- Eranti, Veikko. (2014). *Crowdsourcing & Crowdfunding a Presidential Election*. University of Helsinki, 1-22.
- Heryanto, Gun Gun. (2013). *Konvergensi Simbolik di Komunitas Virtual (Studi Pada Ruang Publik Baru dalam Komunikasi Politik di Situs Jejaring*

Sosial dan Weblog Interaktif Era Pemerintahan SBY-Budiono dalam Kasus Century. Bandung: Program Pascasarjana Universitas Padjajaran.

Moh. Wildan. (2014). *Konvergensi Simbolik dalam Komunikasi Ruang Siber Keterbukaan Informasi dalam Rangka Reformasi Kementerian Komunikasi dan Informasi.* Depok: Universitas Indonesia.

Peraturan Komisi Pemilihan Umum RI

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2017
Tentang Kampanye Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota

Peraturan Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017
Tentang Dana Kampanye Peserta Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati dan/atau Walikota dan Wakil Walikota

Wawancara

Wawancara Pribadi dengan Gloria Vania, Tim Relawan Penggalangan Dana Kampanye Paslon Rindu. Jakarta, 9 September 2018.

Wawancara Pribadi dengan Dr. Gun Gun Heryanto, Pakar Komunikasi Politik. Ciputat, 18 Januari 2019.

Wawancara Pribadi dengan Nina Yuningsih, Komisioner KPU Jawa Barat. Bandung, 29 Desember 2018.

Wawancara Pribadi dengan Facebooker AK. 23 September 2018.

Wawancara Pribadi dengan Facebooker ANH. 21 Oktober 2018.

Wawancara Pribadi dengan Facebooker DD. 28 Oktober 2018.

Wawancara Pribadi dengan Facebooker YS. 16 Oktober 2018.

Websites

- Beritasatu.com. (2017, November 12). Pendukung Ridwan Kamil Deklarasikan Relawan Jabar Juara. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/politik/463187-pendukung-ridwan-kamil-deklarasikan-relawan-jabar-juara.html>
- Detik.com. (2017, November 12). *Relawan Jabar Juara Galang Dana Untuk Ridwan Kamil*. Retrieved from m.detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-3723891/relawan-jabar-juara-galang-dana-untuk-ridwan-kamil>
- Detik.com. (2018, Juli 13). *Bawaslu Jabar Temukan Sumbangan Dana Kampanye Tidak Jelas*. Retrieved from <https://news.detik.com:https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4113727/bawaslu-jabar-temukan-sumbangan-dana-kampanye-tidak-jelas>
- Detik.com. (2018, September 4). *Kubu Sudrajat Syaikhul Minta Pelantikan Ridwan Kamil Dibatalkan*. Retrieved from <https://news.detik.com:https://news.detik.com/berita/4197322/kubu-sudrajat-syaikhul-minta-pelantikan-ridwan-kamil-dibatalkan>
- Fanpage Facebook Ridwan Kamil:
<https://www.facebook.com/mochamadridwankamil/>
- Hopkins, Lee. (2011). *Symbolic Convergence Theory*. Retrieved from <http://www.leehopkins.net/2011/05/31/symbolic-convergence-theory/>
- Kompas.com. (2017, November 13). *Relawan jabar Juara Siap Urunan Bantu Ridwan Kamil di Pilkada Jabar*. Retrieved from regional.kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2017/11/13/12484671/relawan-jabar-juara-siap-ururan-bantu-ridwan-kamil-di-pilkada-jabar>
- Kompas.com. (2018, Februari 12). *Pasangan Rindu Prediksi Kebutuhan Kampanye Capai Rp 270 Miliar*. Retrieved from regional.kompas.com: <https://regional.kompas.com/read/2018/02/12/17144821/pasangan-rindu-prediksi-kebutuhan-kampanye-capai-rp-270-miliar>
- Kpu.go.id. (2018, April 29). *DPT Pilgub Jabar Mencapai 31,73. Juta Pemilih*. Retrieved from <http://jabar.kpu.go.id/2018/04/dpt-pilgub-jabar-mencapai-3173-juta-pemilih/>

- Situs Resmi Jabar Juara. (2018, April). *Laporan Udunan Warga*. Retrieved from jabarjuara.id: <https://jabarjuara.id/laporan/>
- Tempo.co. (2018, Februari 6). *Batas Maksimal Dana Kampanye Pilgub Jabar Rp 473,39 M*. Retrieved from pilkada.tempo.co: <https://pilkada.tempo.co/read/1057717/batas-maksimal-dana-kampanye-pilgub-jabar-rp-47339-m>
- Tribunnews.com. (2018, Januari 22). *Mendagri Biaya Pilkada Serentak Lebih Boros dibandingkan Penyelenggaraan Pilkada Satuan*. Retrieved from <http://www.tribunnews.com/bisnis/2018/01/22/mendagri-biaya-pilkada-serentak-lebih-boros-dibanding-penyelenggaraan-pilkada-satuan>
- Viva.co.id. (n.d.). *Profil Ridwan Kamil*. Retrieved from <https://www.viva.co.id:https://www.viva.co.id/siapa/read/196-ridwan-kamil>
- Viva.co.id. (n.d.). *Profil Uu Ruzhanul Ulum*. Retrieved from <https://www.viva.co.id:https://www.viva.co.id/siapa/read/693-uu-ruzhanul-ulum>
- Wearesocial.com. (2018, Januari 30). *Digital In 2018: World's Internet Users Pass The 4 Billion Mark*. Retrieved from wearesocial.com: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.



KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
NOMOR : 62 TAHUN 2018

TENTANG

PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TESIS BAGI MAHASISWA
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

- Menimbang** : Bahwa untuk membina mahasiswa yang sedang menyusun Tesis perlu ditunjuk Dosen Pembimbing.
- Mengingat** :
 1. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 tahun 2010, tanggal 28 September 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
 4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 04 Tahun 2014 tanggal 04 Pebruari 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor: 184/U/2001 tanggal 23 Nopember 2001 tentang Pedoman, Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi;
 6. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 tanggal 21 Desember 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Indonesia;
 7. Keputusan Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 19/SK-PP/III-B/1.a/1999, tentang Qaidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah;
 8. Statuta Universitas Muhammadiyah Jakarta;
 9. Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta Nomor: 428 Tahun 2016 tanggal 10 Juli 2016, tentang Pengangkatan Dekan FISIP – UMJ Periode 2016 – 2020.
- Memperhatikan** : Hasil Rapat Tim Akademik Program Pascasarjana Program Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta.

MEMUTUSKAN

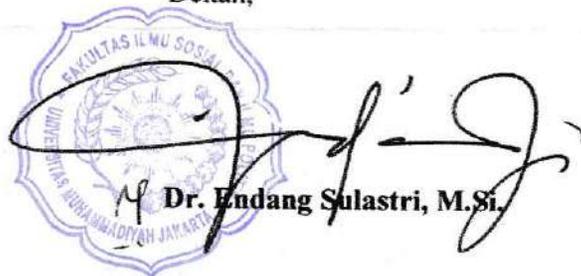
No	Nama Dosen	Tugas	Nama Mahasiswa/NPM
1	2	3	4
1.	Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si	Pembimbing	Rindana Intan Emeilia/ 2016960016
Judul : "Konvergensi Simbolik Crowdfunding dalam Kampanye Politik (Studi Kasus : Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan UU Ruzhanul Ulum oleh Tim Relawan Jabar Juara)"			

Menetapkan : Menunjuk Dosen Program Pascasarjana Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jakarta yang namanya tercantum dalam kolom 2 (dua) di bawah ini untuk bertindak sebagai Pembimbing Tesis mahasiswa yang namanya tersebut dalam kolom 4 (empat).

dengan ketentuan sebagai berikut:

- Pertama : Tugas pemberian bimbingan terhitung mulai tanggal diterbitkannya Surat Keputusan ini.
- Kedua : Memberikan honorarium kepada Dosen Pembimbing yang besarnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lingkungan FISIP – UMJ dan dibayarkan pada saat pembimbingan telah berakhir, serta dibebankan kepada Anggaran Belanja FISIP – UMJ tahun berjalan.
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan maka akan diadakan pembetulan sebagaimana mestinya.
- Kutipan : Diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan seperlunya.

Ditetapkan di : JAKARTA
Pada tanggal : 30 Mei 2018
Dekan,


Dr. Endang Sulastri, M.Si.

Tembusan Yth.:

1. Ketua Program MIKOM FISIP-UMJ
2. Kepala Sub. Bag. Keuangan
3. Arsip

BERITA ACARA WAWANCARA

Pada hari Sabtu, 29 Desember 2018 telah dilaksanakan wawancara untuk pemenuhan data tesis dengan judul “Konvergensi Simbolik Crowdfunding dalam Kampanye Politik (Studi Kasus Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum Oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)”. Dengan penanya dan informan,

Nama : Rindana Intan Emeilia
NPM : 2016960016
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Jakarta

Nama tersebut diatas adalah benar telah melakukan wawancara kepada

Nama : Nina Yuningsih
Jabatan : Komisioner KPU Jawa Barat

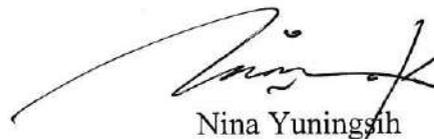
Bandung, 29 Desember 2018

Mahasiswa



Rindana Intan Emeilia

Informan



Nina Yuningsih

Konvergensi Simbolik Crowdfunding dalam Kampanye Politik
(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum
oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)

INTERVIEW GUIDE

Koordinator Tim Relawan Jabar Juara

A. Pertanyaan Seputar Inisiator dan Penggalangan Dana

1. Siapakah inisiator penggalangan dana dalam kampanye politik RINDU?
2. Bagaimana proses terciptanya ide penggalangan dana dalam kampanye politik RINDU?
3. Siapa saja yang terlibat dalam program penggalangan dana kampanye ini? apakah ada pihak diluar Tim Relawan Jabar Juara? Apakah ada tim khusus yang mengangani program penggalangan dana?
4. Siapa sasaran dari program penggalangan dana kampanye ini?
5. Apa harapan atau motivasi dari penggalangan dana kampanye ini?
6. Apa yang membedakan penggalangan dana yang dilakukan Tim Relawan Juara dengan apa yang pernah dilakukan politisi lain yang pernah melakukan hal serupa seperti Barack Obama atau penggalangan dana yang dilakukan ketika Pilpres 2014?
7. Berapakah target penggalangan dana kampanye ini? kemudian berapa jumlah pendapatan hingga batas akhir penggalangan dana?
8. Uang hasil penggalangan dana dialokasikan untuk apa saja?
9. Apakah uang hasil penggalangan dana dikelola secara mandiri oleh tim relawan atau disatukan dengan pemasukan dana kampanye yang dikelola oleh bendahara tim pemenang?
10. Berdasarkan keterangan di beberapa media, tim relawan mengatakan bahwa program penggalangan dana kampanye ini, sebelumnya telah melalui diskusi dengan pihak KPU. Apakah dapat diceritakan bagaimana proses diskusi yang dilakukan dan apa saja hasilnya terkait penggalangan dana kampanye tersebut?

11. Berdasarkan peraturan PKPU No 5 Pasal 9 tahun 2017, apabila donasi tidak disertai dengan kelengkapan dokumen, maka donasi tidak resmi dan tidak dapat digunakan. Apakah dapat dijelaskan mengenai hal tersebut?
12. Apakah dana penggalangan kampanye tim relawan di audit oleh KPU?

B. Pertanyaan Seputar Mekanisme Penggalangan Dana Offline dan Online

1. Dalam keterangan di beberapa media diketahui bahwa penggalangan dana dilakukan secara online (*crowdfunding*) dan dilakukan secara offline. Apakah bisa dijelaskan mekanisme keduanya?
2. Pendekatan atau strategi seperti apa yang dilakukan tim relawan atau pencari dana agar masyarakat tertarik untuk menyumbang?
3. Apakah disediakan hadiah atau feedback dari penggalangan dana ini kepada donatur?
4. Dalam platform jabarjuara.id, penggalangan dana secara online (*crowdfunding*) dapat dilakukan dengan 2 metode udunan yaitu dengan langsung melakukan transfer ke rekening Jabar Juara dan melakukan penggalangan dana dengan menghadiri acara yang diselenggarakan tim relawan. Dapatkah diceritakan bagaimana penggalangan dana dengan menghadiri acara tersebut? Ada berapa jumlah acara yang telah diselenggarakan tim relawan?
5. Sejak kapan penggalangan dana kampanye dilakukan dan berapa lama batas waktunya?

Pertanyaan Seputar Video Penggalangan Dana berjudul “Udunan Warga”

1. Siapa yang menciptakan konten atau video penggalangan dana kampanye di media social khususnya video berjudul “udunan warga” yang diposting di akun FB RK pada tanggal 20 Februari 2018?
2. Apakah tim relawan atau netizen dilibatkan dalam desain platform penggalangan dana tersebut?
3. Apa pesan yang ingin disampaikan melalui video tersebut?

4. Apakah ada alasan mengapa video yang diunggah admin dilaman FB Ridwan Kamil berbentuk video animasi?
5. Apakah video yang sama juga disebarakan media social lainnya selain FB RK?
6. Apakah ada tim khusus yang bertugas untuk menghalau komentar-komentar negative terhadap video penggalangan dana tersebut?

Konvergensi Simbolik Crowdfunding dalam Kampanye Politik

(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum
oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)

INTERVIEW GUIDE

Komisioner KPUD Jawa Barat Periode 2013-2018

1. Pada pelaksanaan Pilgub Jawa Barat kemarin, pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum beserta Tim Relawan Jabar Juara menggagas program udunan warga untuk membantu pasangan ini menggalang dana kampanye baik yang dilakukan secara offline maupun online (crowdfunding). Bagaimana tanggapan KPUD Jawa Barat mengenai fenomena penggalangan dana yang bersal dari masyarakat ini. Apakah bisa dijelaskan landasan hukum mengenai penggalangan dana kampanye yang berasal dari warga?
2. Sebelumnya, apakah ada pembicaraan terkait program udunan warga yang akan dilakukan tim relawan pasangan Rindu kepada KPUD Jabar?
3. Apakah ada ketentuan mengenai kapan tepatnya penggalangan dana warga (udunan warga) yang dilakukan tim relawan boleh dilakukan? Karena berdasarkan catatan, udunan warga secara offline mulai dilakukan pada bulan November dimana pada waktu itu belum memasuki masa kampanye yang berlangsung mulai dari 15 Februari-23 Juni 2018?
4. Idealnya berapakah jumlah rekening yang dapat dibuka pasangan calon atau tim relawan/tim pemenangan dalam penggalangan dana kampanye?
5. Idealnya apakah dana kampanye yang berasal dari partai politik atau tim pemenangan dikelola secara terpisah dengan penggalangan dana yang diperoleh dari penyumbang pihak lain perseorangan?
6. Apakah pasangan calon diperbolehkan mensosialisasikan program penggalangan dana seperti menyebarkan video udunan warga di media social facebook?
7. Seperti apa ketentuan melakukan kampanye di media social (twitter, Instagram dan lainnya) bagi pasangan calon dan tim relawan mereka?

8. Apakah pasangan calon atau tim relawan harus melaporkan akun media social mereka saat kampanye?

Berdasarkan penuturan Tim Relawan, Landasan hukum udunan warga adalah Peraturan KPU No. 5 Pasal 19 Tahun 2017 disebutkan bahwa semua dana kampanye para pasangan calon wajib dilaporkan dalam Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK) dan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK). LPPDK yang merupakan laporan akhir pasangan calon wajib diaudit oleh Kantor Akuntan Publik yang telah lolos melalui seleksi oleh KPU Provinsi.

1. Apakah bisa dijelaskan mengenai peraturan tersebut?
2. Apakah penggalangan dana yang dilakukan sebelum masa kampanye dapat dilakukan dan dana yang terkumpul masuk dalam laporan awal dana kampanye?
3. Idealnya, apakah audit penggalangan dana yang dikelola oleh tim relawan/pihak lain perseorangan disatukan dengan audit dana kampanye pemenangan yang berasal dari partai politik atau dipisahkan?
4. Berdasarkan laporam hasil audit yang dilakukan Kantor Akuntan Publik yang ditunjuk KPU, empat pasangan calon termasuk pasangan Rindu dinyatakan patuh namun Bawaslu Jabar dalam keterangannya di media online sempat menyatakan bahwa ditemukan sekitar 200 sumber pendanaan dana kampanye Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum yang tidak jelas identitasnya. Bagaimana tanggapan KPUD Jawa Barat pada waktu itu?

Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2017 Pasal 49 ayat 1 huruf b menyatakan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik dan Pasangan Calon Perseorangan dilarang menerima sumbangan atau bantuan untuk kampanye yang berasal dari penyumbang atau pemberi bantuan yang tidak jelas identitasnya. Kemudian Pasal 49 ayat 2 juga menyebutkan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon dan Pasangan Calon perseorangan yang menerima sumbangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Tidak Jelas identitasnya maka:

- a. dilarang menggunakan dana dimaksud
- b. wajib melaporkan kepada KPU Provinsi/KIP Aceh untuk pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur dan
- c. menyerahkan sumbangan tersebut ke kas Negara paling lambat 14 (empat belas) hari setelah masa kampanye berakhir.

1. **Berdasarkan peraturan tersebut apakah yang dimaksud dengan penyumbang yang tidak jelas identitasnya?** karena dalam formulir penyumbang pihak lain perseorangan KPU sendiri memberikan contoh formulir yang harus diisi penyumbang mulai dari Nomor KTP, Nama Sesuai KTP, Alamat Email, Nomor Telepon/HP, Nomor NPWP, Pekerjaan, Alamat Pekerjaan, Asal Perolehan Dana dan Pernyataan Penyumbang bahwa: (a) penyumbang tidak menunggak pajak; (b) penyumbang tidak pailit berdasarkan putusan pengadilan; (c) dana tidak berasal dari tindak pidana; dan (d) sumbangan bersifat tidak mengikat. Dan wajib ditanda tangani penyumbang.
2. Apabila penyumbang tidak mengisi salah satu ketentuan seperti No NPWP atau sumber asal perolehan dana, apakah termasuk dalam kategori perolehan dana yang tidak jelas identitasnya?
3. Jika penyumbang tidak mengirimkan formulir tersebut yang berisikan tanda tangan kepada tim relawan sehingga tidak dikirimkan kepada KPUD, apakah dana yang telah masuk ke rekening penggalangan dana dapat digunakan? atau dikembalikan?
4. Sebenarnya, uang hasil penggalangan dana tersebut boleh digunakan untuk jenis kegiatan kampanye apa saja? apakah boleh digunakan untuk membiayai saksi saat pemilihan?
5. Berdasarkan hasil laporan yang dirilis tim pemenangan Ridwan Kamil terdapat dana sisa kampanye? Seingat bapak/ibu apakah dana yang tidak terpakai tersebut dikembalikan atau dapat digunakan tim pasangan calon?

Konvergensi Simbolik Crowdfunding dalam Kampanye Politik
(Studi Kasus: Penggalangan Dana Kampanye Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum
oleh Tim Relawan Jabar Juara di Media Sosial Facebook)

INTERVIEW GUIDE

Facebooker/ Netizen

A. Pertanyaan Terkait Penggalangan Dana (*crowdfunding*) Rindu

1. Bagaimana pendapat anda tentang udunan warga yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara?
2. Apakah anda pernah menulis atau berkomentar terkait udunan warga? (Jika Iya, komentar seperti apa yang anda tuliskan? jika tidak abaikan pertanyaan ini)
3. Apakah motif anda saat menulis komentar terkait udunan warga?
4. Apakah menurut anda udunan warga dapat berkontribusi terhadap cita-cita warga jabar juara?
5. Apakah menurut anda udunan warga berkontribusi terhadap perbaikan system demokrasi?
6. Apakah menurut anda udunan warga adalah salah satu alternative dari biaya kampanye politik yang mahal?
7. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari udunan warga?
8. Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam mensosialisasikan udunan warga?
9. Bagaimana perasaan anda terlibat dalam diskusi udunan warga di facebook?
10. Apakah setelah melihat video atau postingan di akun FB RK terkait udunan warga, anda merasa tertarik untuk berpartisipasi? (Jika Iya, apakah anda pada akhirnya turut andil melakukan penggalangan dana? berapa nominal yang anda transfer? Apakah anda mengalami kesulitan saat melakukan udunan warga? Bagaimana perasaan anda setelah melakukan udunan warga? Apa motivasi anda melakukan udunan?

11. Apakah anda turut membagikan video atau menceritakan kepada rekan atau kerabat anda terkait udunan warga? (Jika iya, apa motivasi anda? jika tidak abaikan pertanyaan ini).
12. Apakah anda tergabung menjadi relawan Rindu? Jika Iya sebutkan?

B. Pertanyaan Tekait Kampanye Politik di Media Social

1. Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam kegiatan kampanye politik?
2. Bagaimana pendapat anda tentang fenomena *cyberdemocracy* di Indonesia?
3. Apa saja kelebihan dan kekurangan facebook sebagai media kampanye politik?
4. Berapa kali rata-rata anda menulis topik atau berkomentar tentang kampanye politik di facebook dalam seminggu?
5. Pernahkah anda mengalami pengalaman buruk terkait tulisan politik yang anda posting di Facebook?
6. Bisa anda deskripsikan topik politik apa saja yang anda posting di facebook (khususnya selama kampanye pilkada jawa barat)?
7. Apa latar belakang, sehingga anda mempertimbangkan hal-hal tertentu boleh dan tidak boleh anda komentari di Facebook sehubungan dengan kampanye politik?

Transkrip Wawancara

Tim Relawan Jabar Juara Gloria Vania

9 September 2018 di Ichiban Sushi Epiwalk Mall Kuningan

Q: Siapakah inisiator penggalangan dana?

A: Sebenarnya inisiator penggalangan dana ini berasal dari Michael Viktor Sianipar. Pernah denger gak? Michael Viktor Sianipar ini dahulunya merupakan staff Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) dan Michael ini pernah menjadi caleg dari Partai Gerindra. Dia percaya bahwa masalah utama di Indonesia itu apa sih? korupsi kan dan akar dari korupsi itu disebabkan karena pendanaan yang tidak transparan. Contoh setiap orang-orang yang mau jadi bupati, walikota atau siapapun itu yang mau menjadi pejabat pemerintah, begitu mereka mau nyalon, mereka pasti butuh dana yang tidak sedikit, untuk level bupati atau walikota, kota kecil itu sekitar 10 - 20 M itu kalau hemat. Jadi contoh buat apa sih sebenarnya duitnya? kita bingung kok banyak banget, kenapa dia harus keliling disetiap kota? setiap kali keliling kota antar kaos, souvenir dan segala macamnya itu pasti harus ada lah. Itu aja udah udah berapa? setiap kali dia harus bagiin ke ribuan, puluhan, ratusan ribu orang itu udah berapa biayanya, coba dikalikan deh. Itu masih bisa minta ada orang misalkan temen-temen dia yang pengusaha yang mau bantu buat kaos, itu masih bisa diakalin. Yang gak bisa diakalin itu, pertama saksi buat di TPS. Di Jakarta aja kemaren ada berapa TPS? ada sekitar 13 ribu kalau di Jawa Barat itu ada 74 ribu TPS. Di sini kita ada relawan yang ditugaskan untuk menjaga TPS dari pagi karena mereka harus memastikan surat suara dan lain sebagainya agar tidak terjadi kecurangan. Kemudian mereka harus ikut juga sampai perhitungan suara selesai sekitar jam 3 an sampai sore. Berarti udah berapa jam tuh? sekitar 12 jam dan itu tidak mungkin tidak diberikan uang transport dan uang makan. Kalau dihitung perorang dikasih 150 ribu aja, sudah berapa biayanya? kalo satu TPS yang jaga ada tiga orang itu berapa jumlahnya kali sekian banyak TPS? Belum lagi biaya untuk pelatihan saksi itu minimal 2 kali itu sehari juga, belum simulasi dan segala macem, belum biaya untuk sewa tempat yang bisa muat untuk puluhan ribu peserta. Kalau di Bandung kemaren kita pake gedung ITB karena itu ruangan paling gede. Terus dikasih makan lagi, itu udah berapa biayanya, itu kali aja tuh, itu baru di hari H, belum dua hari sebelumnya buat pelatihannya.

Q: Pertama kali aku baca di media online, Moh Hanief bilang kalau penggalangan dana ini adalah cara tim relawan untuk membantu Ridwan Kamil. Jadi sebenarnya konsepnya itu tim relawan yang berinisiatif menyodorkan ide kepada Ridwan Kamil atau seperti apa?

A: Menyodorkan ide. Sebenarnya dari awal pun, bapak ini (Ridwan Kamil) sudah bingung, aduh gimana nih mau kampanye segala macam kayak begini. Jadi sebenarnya dari dalam diri dia udah ada itikad sangat baik. Jadi mau lihat pejabat yang baik itu gampang! bisa kerja, jujur. Jadi Bapak dari awalnya udah bingung,

gimana nih caranya, duit dari mana segini. Dia purely maju untuk memperbaiki Jawa Barat. Dia bingung gimana caranya, terus dia inget. Jadi waktu itu kalau gak salah satu staff bapak yang dulu, pernah kunjungan ke Balai Kota smart city nya kota Jakarta, ketemu Michael. Mereka studi banding, curhat, curhat, curhat terus staf dan stafnya juga ketemuan ngobrol-ngobrol juga terus nanyain tentang penggalangan dana segala macam terus ketemu. Akhirnya, tim ngomongin kenapa kita gak kayak gini aja nih kayak dulu (penggalangan dana waktu Pilgub DKI) transparan dan resmi gitu. Jadi emang, ngobrol-ngobrol ketemu terus mereka kan emang belum tahu gimana caranya penggalangan dana. Jadi sebenarnya yang mempelopori dan melakukan itu Pak Ahok terus abis itu mereka ingin melakukan hal yang sama. Bagaimana gua mengklaim menjadi pejabat yang bersih kalau dananya tidak transparan? Nah, Michael ngomong, kalau dulu dia pernah melakukan penggalangan dana dan itu transparan, bersih dan segala macam. Setelah dipelajari oleh Pak Ridwan Kamil ternyata ada peraturannya di KPU. Dan yang membuat sistemnya secara IT, namanya Claimen Kurnia dan Michael Viktor Sianipar sebagai pelopor ide originalnya. Dan ternyata sistem penggalangan dana ini dipercaya oleh beberapa daerah kemudian diadopsi.

Q: Jadi ini mbk dan tim bentuknya seperti vendor seperti kalau seseorang bekerjasama dengan kitabisa.com tapi menggunakan platform sendiri atau seperti apa?

A: Iya sendiri. Yang buat sistemnya itu Claimen Kurnia dia juga yang selama ini bantu PSI dan Michael juga sekarang ketua PSI Jakarta.

Q: Jadi Tim Relawan yang di Bandung ini posisinya hanya menggerakkan dan mempromosikan saja?

A: Sebenarnya sama saja, jadi kita berbaur dengan mereka jadi satu tim. Kita ajarkan mereka. Yawdh jadi kemarin tuh kita juga sebagai tim relawannya selama masa kampanye kita tinggal di Bandung dan ikut terjun juga.

Q: Sasaran dari program penggalangan dana ini siapa?

A: Masyarakat, jadi konsepnya seperti ini pejabat publik ini kan melayani masyarakat dari segala tingkat dari yang kecil hingga yang besar. Nah penggalangan dana ini sebagai bentuk partisipasi karena pejabat sudah melayani kita dan ini sudah dilakukan di Amerika. Dan Seharusnya di Sini itu seperti itu. Apa yang bisa kita berikan untuk pejabat publik ya seperti ini kita memberikan apa yang bisa kita berikan.

Q: Apakah ada perbedaan antara konsep penggalangan dana yang pernah dilakukan oleh Barack Obama atau penggalangan dana sewaktu Pilpres 2014 lalu?

A: Sebenarnya konsepnya sama, Hanya yang ini domainnya kita buat dengan jelas, prinsipnya harus transparan dan ada laporan transaksi keuangannya.

Q: Jadi laporan keuangan yang masuk sudah diberikan kepada KPU?

A: Iya sudah bahkan sebelum ada hasil pengumuman kemenangan pasangan calon.

Q: Saya lihat dilaporan keuangan itu kan sumbangan dari nominal kecil hingga besar itu dijadikan satu, kenapa tidak dipisah dan berarti laporan keuangannya menyatu dengan laporan perusahaan atau kelompok?

A: Iya kami satukan karena satu platform.

Q: Bagaimana mekanisme penggalangan dana perusahaan-perusahaan besar? Apakah sama dengan penggalangan dana perseorangan/individu?

A: Hampir sama yaitu mengisi data perusahaan tersebut, NPWP perusahaan dan kami periksa dulu dokumen perusahaan apakah perusahaan tersebut benar atau tidak.

Q: Berapakah jumlah nominal target penggalangan dana tersebut?

A: Target sih tidak ada, dan awalnya kita tidak terlalu berekspektasi penggalangan dana sendiri di Indonesia masih belum aware. Tapi kemudian kita mendapatkan sekitar 2 milyar.

Q: Uang hasil penggalangan dana digunakan untuk apa saja?

A: sebgaiian besarnya untuk kegiatan kampanye.

Q: Berdasarkan keterangan di beberapa media, tim relawan mengatakan bahwa program penggalangan dana kampanye ini, sebelumnya telah melalui diskusi dengan pihak KPU Jawa Barat. Apakah dapat diceritakan bagaimana proses diskusi yang dilakukan dengan KPU? apakah ada syarat-syarat khusus dalam penggalangan dana ini atau karena memang tim relawan tahu ada peraturan atau UU yang membolehkan atau seperti apa?

A: Iya karena ada peraturan yang membolehkannya. Reaksi pertama mungkin KPU agak sedikit kebingungan ya karena sebelumnya penggalangan dana seperti ini belum banyak dilakukan, seperti harus di cek satu persatu, memeriksa data donatur lembar perlembar dan harus mengaudit juga, nambah pekerjaan mereka pastinya tapi mereka akhirnya menyambut baik sih. Mereka bilang berpatokan pada apa yang telah dilakukan di Jakarta. kita seneng sih, kita dengan tulus kita sampai pindah ke Bandung.

Q: Berapa lama tinggal di Bandung? selama masa kampanye kalian di Bandung?

A: Enam bulan bahkan sebelum kampanye. Kita mau bantu dan ajarin mereka, ini dulu kita kayak gini nih.

Q: Waktu itu yang dilatih berapa orang yang tim Bandungnya. Ini kan berarti tim Jakarta ke Bandung memberikan semacam pengarahan ini loh yang boleh dan tidak boleh. Berapa orang akhirnya yang terlibat dalam penggalangan dana ini?

A: Aduh banyak sih tim relawan yang terlibat, jadi kami berdiskusi dan menceritakan pengalaman kami dulu seperti ini loh penggalangan dana yang di Jakarta.

Penggalangan dana ini juga dilakukan oleh Nurdin Abdullah di Sulawesi Selatan dan Beliau juga menang di sana. Bapak Ridwan Kamil dan Nurdin Abdullah mereka berteman baik.

Q: Berarti itu tim nya mbak juga yang bantu di Sulawesi Selatan?

A: Iya orangnya sama aja, bukan tim sih sebutannya tapi di sana ada teman kita juga yang turut bantu, semua relawan kok. Kita mah relawan untuk orang yang mau jujur. Kalau misalkan Prabowo mau melakukan penggalangan dana juga kita sangat open karena sebenarnya kita mendukung transparansi dan justru kita senang kalau banyak yang ngelakuin.

Q: Jadi itu biasanya dari omongan teman ke teman atau dari pihak pasangan calon seperti Nurdin Abdullah yang meminta untuk melakukan penggalangan dana atau seperti apa?

A: Kayaknya antara staf staf mereka itu saling kenal, contohnya kayak di beberapa event ketemu terus ngomong-ngomong.

Q: Bagaimana mekanisme penggalangan dana online dan offline?

A: Kalau online ya, kita klik websitenya, isi formulir (isi data diri dan lain sebagainya) di print setelah itu tanda tangan. Harus ada tanda tangan basah.

Q: Kalau misalkan penyumbang yang berasal dari luar kota Bandung seperti apa?

A: Kirim harus dikirim. Karena diperaturannya harus tanda tangan basah. Memang masih agak ribet soal tanda tangan ini tapi mungkin kedepannya bisa ada acara yang lebih praktis seperti di scan atau tandangan virtual tapi ya nanti itu urusan KPU sih.

Q: Jadi laporan pertanggungjawabannya seperti apa yang diberikan tim relawan kepada KPU?

A: Kertasnya, kertas formulir KPU nya yang telah diisi, ditanda tangan dan dikirim. Jadi itu yang dikirim ke KPU. Jumlah kertas itulah yang bisa ditukarkanlah karena itu buktinya kan.

Q: Kalau gala dinner kan penggalangan dana secara offline, ada berapa banyak kegiatan penggalangan dana secara offline?

A: Jumlah tepatnya lupa, mungkin ada sekitar 5 acara tapi bisa cek di ig. Jadi apa yang di posting itu kemudian acara yang memang telah terselenggara. Kita juga bagi dua tim, satu stay di Bandung, satu stay di Jakarta.

Q: Apa alasan tidak menerima uang tunai?

A: Kita tidak pernah menerima tunai. Alasannya karena takut nanti ada kecurangan misalkan masuk kantong relawan sendiri. Kita benar-benar menghindari cash. Tapi pada waktu itu kita juga memikirkan gimana kalo ada ibu-ibu yang mau kasih 10 ribu? akhirnya ada beberapa donatur yang kasih cash ke relawan dan kemudian transaksinya digesek menggunakan mesin EDC salah satu relawan tapi tetap dilaporannya kita tuliskan nama-nama donatur tersebut. Jadi alasannya memang untuk menghindari kecurangan.

Q: Terkait penggalangan dana secara online, media social apa yang digunakan untuk membantu promosi?

A: Facebook, Twitter dan Instagram

Q: Apakah ada pendekatan khusus yang dilakukan tim relawan atau pencari dana agar masyarakat tertarik untuk menyumbang?

A: Tidak ada pendekatan atau promosi khusus namun kita menyadari bahwa penggalangan dana ini akan dilihat jika Ridwan Kamil sendirilah yang membantu untuk mensosialisasikan program ini.

Q: Apakah disediakan hadiah atau feedback dari penggalangan dana ini kepada donatur?

A: Tidak ada

Q: Dari kedua metode peggalangan dana antara offline dan online, mana yang paling efektif menghasilkan dana?

A: Keduanya sih. Kalau yang offline ini untuk orang yang ingin mengetahui lebih dalam seputar penggalangan dana karena mereka punya kesempatan untuk bertanya secara langsung. Sebenarnya dengan dia (donatur) mengikuti gala dinner, itu lebih menempatkan dirinya untuk bertanya kenapa Ridwan Kamil bahkan calon sendiri posisinya harus sudah siap ditanya tentang kebijakan beliau yang belum optimal dan lain sebagainya.

Q: Penggalangan dana saat gala dinner dilakukan donatur dengan membeli tiket tempat duduk. Apakah ketika acara berlangsung disediakan form khusus bagi mereka jika ingin menyumbang dengan nominal yang lebih? atau apakah ada mekanisme khusus lagi di gala dinner tersebut?

A: Jadi mereka bayar karcis atau tiket tempat duduk dan sudah transfer uangnya, misalkan ketika mereka menghadiri gala dinner dan tergerak untuk mau nyumbang lagi maka tim relawan menyediakan form khusus dan mesin EDC untuk transaksi offline.

Q: Mengapa membuat platform *crowdfunding* sendiri (jabarjuara.id) dan tidak bekerjasama dengan platform crowdfunding yang sudah terkenal seperti kitabisa.com?

A: Kebetulan ada tim relawan namanya Claimen Kurnia yang bisa buat sistemnya jadi kenapa harus menggunakan orang lain.

Q: Kapan tepatnya situs jabarjuara.id secara resmi dapat diakses?

A: Situs resmi Jabar Juara baru bisa diakses pada hari pertama kampanye, saat sudah ada ketentuan boleh melakukan kampanye.

Q: Berdasarkan informasi di media online, tim relawan sempat melakukan sosialisasi terkait program penggalangan dana ini di acara car free day di Bandung dan masyarakat pada waktu itu juga sudah mulai tertarik untuk ikut menyumbang dana, padahal pada waktu itu (November) belum masa kampanye.

A: Owh jadi begini, pada waktu car free day itu dana yang terkumpul masuk ke rekening relawan dan itu boleh kapan saja sedangkan akun resmi jabarjuara.id itu baru bisa diakses pada masa kampanye. Jadi dana warga yang terkumpul pada masa sebelum kampanye akan ditransfer ke rekening resmi Jabar Juara.

Q: Dalam platform jabarjuara.id, penggalangan dana secara online (*crowdfunding*) dapat dilakukan dengan 2 metode udunan yaitu dengan langsung melakukan transfer ke rekening Jabar Juara dan melakukan penggalangan dana dengan menghadiri acara yang diselenggarakan tim relawan. Dapatkah diceritakan bagaimana penggalangan dana dengan menghadiri acara tersebut? Ada berapa jumlah acara yang telah diselenggarakan tim relawan?

A: itu sebenarnya ada di Instagram, yang diposting di Instagram itulah kegiatan offline yang kita selenggarakan.

Q: Siapa yang menciptakan konten atau video penggalangan dana kampanye di media social khususnya video berjudul “udunan warga” yang diposting di akun FB RK pada tanggal 20 Februari 2018?

A: Tim media social. Iya video ini yang membuat tim relawan yang menangani masalah media social.

Q: Apakah tim relawan dilibatkan dalam desain platform penggalangan dana tersebut?

A: iya kami dilibatkan. Jadi tim penggalangan dana bilang ke tim media social, tolong donk buat video dengan konsep begini begini dan perlu diketahui juga itu kan semua teman-teman kita juga.

Q: Apa pesan yang ingin disampaikan melalui video tersebut?

A: Sebenarnya ini merupakan video edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. bahwa sebenarnya kita adalah orang yang sangat, kalau kita mau negara kita maju akhirnya dananya terkumpul.

Jadi kampanye tidak bisa berjalan jika dana tidak terkumpul. Jadi sebenarnya kewajiban kita sih. Intinya ini video edukasi. Kalau kalian melakukan interview sebenarnya dari mana sih pejabat mendapat uang kampanye? Apa yang terjadi selama inikan, mereka pasti bilang uangnya dari diri sendiri, partai, atau pemerintah. Padahalkan, ketika mereka mau nyalon dan butuh dana yang cepat, akhirnya ada sistem timbal balik, yaudah deh sembunyi-sembunyi yang menyebabkan mereka korupsi.

Q: Apakah ada alasan mengapa video yang diunggah admin dilaman FB Ridwan Kamil berbentuk video animasi?

A: Sebenarnya tidak ada alasan khusus, tapi kalau video ini memang kontennya lebih dalam dan lengkap. Bapak sendiri memang memilih sendiri video-video yang akan dishare di akun media sosialnya.

Q: Apakah ada tim khusus yang bertugas untuk menghalau komentar-komentar negative terhadap video penggalangan dana tersebut?

A: Ada. itu masuknya tim media yang menangani public relations agar menghalau komentar-komentar negative.

Transkrip Wawancara

Komisioner KPUD Jawa Barat Nina Yuningsih

29 Desember 2018 di Kantor KPUD Jawa Barat

Jl Garut No 11 Bandung

Q: Pada pelaksanaan Pilgub Jawa Barat kemarin, pasangan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum beserta Tim Relawan Jabar Juara menggalang program udunan warga untuk membantu pasangan ini menggalang dana kampanye baik yang dilakukan secara offline maupun online (*crowdfunding*). Bagaimana tanggapan KPUD Jawa Barat mengenai fenomena penggalangan dana yang berasal dari masyarakat ini? Apakah bisa dijelaskan landasan hukum mengenai penggalangan dana kampanye yang berasal dari warga?

A: Nah terkait dana kampanye Pilkada 2018 diatur dalam Peraturan KPU Nomor 5 Tahun 2017 tentang Dana Kampanye dimana sumbangan perseorangan itu maksimalnya 75 juta sedangkan perusahaan atau badan hukum 750 juta.

Q: Berapa banyak jumlah rekening yang boleh dibuka terkait penggalangan dana kampanye Pilkada?

A: Adapun rekening yang dilaporkan ke KPU itu adalah rekening dana kampanye pasangan calon, itu kemarin ada 4 pasang calon. Apa yang dilaporkan itu sesuai dengan Peraturan KPU No. 5 Pasal 19 Tahun 2017 disebutkan bahwa semua dana kampanye para pasangan calon wajib dilaporkan dalam Laporan Awal Dana Kampanye (LADK), Laporan Penerimaan Sumbangan Dana Kampanye (LPSDK) dan Laporan Penerimaan dan Pengeluaran Dana Kampanye (LPPDK). Setiap tahapannya itu, pas awal melaporkan rekeningnya terlebih dahulu kepada kita KPUD dan melaporkan dana awal kampanye pasangan calon tersebut berapa, nanti kan itu dinamis siapa penyumbangnya dan di tahap akhir penerimaan dan pengeluaran dana kampanye. Laporan tersebut dikumpulkan 14 hari setelah pemilihan.

Q: Jadi yang dilaporkan ke KPUD itu hanya rekening pasangan calon adapun rekening yang dibuka tim relawan-relawan ini tidak dilaporkan kepada KPUD?

A: Tidak, itu yang relawan-relawan itu masuknya ke laporan sumbangan dana kampanye. Ya itu terserah apa mereka mau buat berapa puluh rekening, tapi kan itu tidak resmi, itukan hanya untuk menghimpun sumbangan tapi resminya itu harus masuk ke Laporan Penerimaan Sumbangan Dana kampanye (LPSDK).

Q: Berarti laporan audit sumbangan dana kampanye yang berasal dari warga ini masuk kedalam audit rekening pasangan calon, bukan audit yang dilakukan secara terpisah?

A: Iya, jadi nanti direkening pasangan calon yang telah dilaporkan tersebutkan ada rinciannya siapa saja penyumbang dana kampanye dan digunakan untuk apa saja

dana tersebut. Dana kampanye itu harus berbanding lurus dengan kegiatan yang dilakukan. Karena dana kampanye untuk membiayai kegiatan kampanye.

Q: Apakah semua kegiatan kampanye boleh menggunakan dana kampanye yang telah terhimpun termasuk membiayai saksi?

A: Kalau pembiayaan saksi itu beda lagi, itu tergantung kebijakan masing-masing pasangan calon. Saksi harus ada namun berapa honorarium saksi itu internal mereka yang mengurus masing-masing.

Q: Bagaimana jika misalkan penggalangan dana kampanye itu digunakan juga untuk membiayai saksi internal mereka di TPS?

A: Jadi harus dibedakan. nomen klaturnyakan ini dana kampanye. Jadi semua kegiatan barang atau jasa itu untuk membiayai dana kampanye. Apakah kegiatan untuk membiayai saksi itu termasuk kegiatan kampanye? itu bukan, berartikan tidak. Jadi yang jelas bagi kita, penerimaan yang masuk ke kita itu yang audit itu: penggunaan dana awal, jumlah sumbangan yang masuk tidak boleh melebihi 75 juta untuk perseorangan dan 750 juta untuk badan hukum atau perusahaan. Nah jadi yang digalang oleh mereka, sumbangan itu harus terperinci karena kan yang digalang oleh mereka itu apa 1000 atau 2000 ya harus terperinci donk dan masuk dalam lampiran laporan dan itu yang dijadikan audit dana kampanye oleh auditor.

Q: Berdasarkan catatan, udunan warga secara offline mulai dilakukan pada bulan November dimana pada waktu itu belum memasuki masa kampanye yang berlangsung mulai dari 15 Februari-23 Juni 2018, dengan demikian dana yang terhimpun sebelum masa kampanye akan dilaporkan di Dana Awal Kampanye?

A: Iya betul itu masuknya di laporan awal dana kampanye.

Q: Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 5 Tahun 2017 Pasal 49 ayat 1 huruf b menyatakan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik dan Pasangan Calon Perseorangan dilarang menerima sumbangan atau bantuan untuk kampanye yang berasal dari penyumbang atau pemberi bantuan yang tidak jelas identitasnya. Kemudian Pasal 49 ayat 2 juga menyebutkan bahwa Partai Politik atau Gabungan Partai Politik yang mengusulkan Pasangan Calon dan Pasangan Calon perseorangan yang menerima sumbangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Tidak Jelas identitasnya maka:

- a. dilarang menggunakan dana dimaksud
- b. wajib melaporkan kepada KPU Provinsi/KIP Aceh untuk pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur dan
- c. menyerahkan sumbangan tersebut ke kas Negara paling lambat 14 (empat belas) hari setelah masa kampanye berakhir.

Berdasarkan peraturan tersebut apakah yang dimaksud dengan penyumbang yang tidak jelas identitasnya? karena dalam formulir penyumbang pihak lain perseorangan KPU sendiri memberikan contoh formulir yang harus diisi penyumbang mulai dari Nomor KTP, Nama Sesuai KTP, Alamat Email, Nomor Telepon/HP, Nomor NPWP, Pekerjaan, Alamat Pekerjaan, Asal Perolehan Dana dan Pernyataan Penyumbang bahwa: (a) penyumbang tidak menunggak pajak; (b) penyumbang tidak pailit

berdasarkan putusan pengadilan; (c) dana tidak berasal dari tindak pidana; dan (d) sumbangan bersifat tidak mengikat. Dan wajib ditanda tangani penyumbang.

Apabila penyumbang tidak mengisi salah satu ketentuan seperti No NPWP atau sumber asal perolehan dana, apakah termasuk dalam kategori perolehan dana yang tidak jelas identitasnya?

A: Disana tidak jelaskan apakah semua syarat harus terpenuhi semuanya atau apa harus diakumulasi. Yang jelas sepanjang penyumbang menyantumkan identitasnya berarti dia telah memenuhi peraturan itu kan. Nah yang di Pasal 49 tersebut, memang ada peraturan lebih lanjut, nah itu seharusnya harus dibuktikan oleh tim surveinya sendiri benar atau tidak, karena yang masuk kepada KPU hanya rincian lampiran data penyumbang. Sejauh ini ada ditemukan sekitar 8 juta sekian dana yang dikembalikan kepada kas negara.

Q: Berarti benar bu, telah dikembalikan dana kampanye yang tidak jelas identitasnya kepada kas negara?

A: Iya benar, jadi memang atas kesadarannya, tim Ridwan Kamil itu ada mengembalikan dana kampanye entah karena kelebihan atau tidak jelas identitasnya tapi itu sedikit jumlahnya.

Q: Iya bu, karena berdasarkan wawancara saya sebelumnya kepada tim relawan, mereka mengatakan bahwa penggalangan dana yang dilakukan secara online jika penyumbang tidak mengirimkan formulir yang berisikan tanda tangan basah penyumbang maka dana tersebut tidak dapat digunakan dan harus dikembalikan, jadi apakah benar seperti itu bu?

A: Iya benar, jadi bukan dikembalikan kepada penyumbang tapi dikembalikan kepada kas negara dan di kita itu (KPUD) ada rekening khusus tersendiri. Nominalnya 8 juta atau berapa ya sekitar segitu.

Q: Dana kampanye yang dikembalikan itu kan hanya dari penyumbang yang tidak jelas identitasnya bu, bagaimana jika ada sisa dana kampanye yang berasal dari penyumbang yang jelas identitasnya apakah ada peraturannya bahwa dana tersebut boleh digunakan?

A: Ya jelas sejauh ini belum ada yang mengembalikan sisa dana kampanye dan itu menjadi milik mereka. Yang jelas dana yang wajib dikembalikan adalah dana yang berasal dari sumbangan yang tidak jelas sumbernya. Bisa jadi kan, sisa dana kampanye pasangan calon yang telah dilaporkan itu, mereka gunakan untuk membiayai saksi, namun itu tidak menjadi bagian dari yang mereka laporkan, bisa jadi. Logikanya kan demikian.

Q: Apakah ada ketentuan melakukan kampanye di media social (twitter, Instagram dan lainnya) bagi pasangan calon dan tim relawan mereka?

A: Ada ketentuannya meskipun tidak detail dalam PKPU itu, tidak jelas jadi masih abu-abu terkait sanksinya. Nah ini yang nanti akan menilai terkait hal ini adalah Bawaslu. Bawaslu yang lebih mengetahui persis tentang aktivitas kampanye di medsos itu.

Q: Apakah ada peraturan terkait pasangan calon atau tim relawan harus melaporkan akun media social mereka saat kampanye?

A: Iya harus dilaporkan, kalau tidak salah diperbolehkan membuka 4 akun. Namun tunggu dulu saya akan cek lagi karena takut tertukar dengan peraturan yang sekarang. Boleh 5 akun berdasarkan PKPU Nomor 4 Tahun 2017 Pasal pasal 47 ayat (3). Kalau peraturan untuk pilpres sekarang boleh 10 akun.

Q: Jika ternyata ditemukan ada pasangan calon atau tim relawan membuka lebih dari 4 akun media social, apakah ada sanksi terkait hal tersebut?

A: Sanksinya di tutup saja, tidak sampai didiskualifikasi. Jadi kita (KPUD) akan membuat surat teguran. Kan mereka jarang juga ada yang membuat akun resmi, lebih banyak akun yang terselubung. Mereka tidak akan berani, pasti mereka taat. Kita (KPUD) belum menemukan akun resmi yang lebih dari ketentuan, mereka itu mengaktifkan akun-akun pribadi tapi kontennya kampanye pasangan calon.

Q: Berarti pasangan calon atau tim relawan diperbolehkan mensosialisasikan program penggalangan dana seperti menyebarkan video udunan warga di media social facebook?

A: Iya tidak masalah.

Q: Kalau dimana socialkan sebenarnya pihak KPUD dapat memantau siapa yang menyumbang dana kampanye karena jika identitas penyumbang tidak lengkap maka kita akan kesulitan mentransfer. Bagaimana jika penggalangan dana secara offline, jika mereka menerima sumbangan yang tidak jelas mungkin nanti fenomenanya juga banyak yang seperti itu?

A: Kalau identitasnya tidak jelas tidak boleh, di dalam lampiran dana kampanye tidak boleh itu kecuali jika mereka melakukan penggalangan dana offline tapi penyumbang tetap mengisi form.

Q: Bagaimana jika melakukan penggalangan dana diacara gala dinner?

A: Ya itu tidak masalah asalkan gala dinner tersebut ada administrasinya dan dilaporkan ke KPU, itu kan juga berarti menggalang dana baik secara perseorangan maupun badan hukum asalkan tidak melanggar batasan nominal jumlah penyumbang perseorangan 75 juta dan untuk badan hukum atau perusahaan 750 juta.

Q: Sebelum tim relawan melakukan penggalangan dana, apakah ibu mengetahui ada pembicaraan atau diskusi terkait program udunan warga yang akan dilakukan tim relawan pasangan Rindu kepada KPUD Jabar?

A: Tidak, Sejauh yang saya ketahui tidak ada, namun kita (KPUD) melakukan sosialisasi kepada mereka, terkait peraturan kampanye ini yang boleh dan ini yang tidak boleh termasuk persoalan dana kampanye karena ketika ada dana yang melebihi harus disampaikan kepada kas negara. Kalau mereka tidak melaporkan maka mereka akan didiskualifikasi atau pembatalan calon terpilih.

Q: Bagaimana tanggapan KPUD Jabar terkait gugatan pasangan Kubu Sudrajat-Ahmad Syaikh (Asyik) yang meminta KPU membatalkan pelantikan Ridwan Kamil-Uu Ruzhanul Ulum (Rindu) sebagai Gubernur dan Wagub Jawa Barat periode 2018-2023 karena dianggap melakukan pelanggaran administrasi karena terlambat melakukan pelaporan dana kampanye?

A: Jadi sebenarnya bukan salah mereka, waktu itu ada selisih sehari ketika mereka datang namun kami belum siap rekeningnya, ada mis waktu mereka datang kesini. Jadi bukan salah mereka. Pihak mereka telah memiliki itikad baik menyerahkan laporan dana kampanye dan kelebihan dana yang tidak ada identitasnya itu, 8 juta berapalah waktu itu.

Transkrip Wawancara

Pakar Ilmu Komunikasi Politik Dr. Gun Gun Heryanto, M.Si

18 Januari di Universitas Muhammadiyah Jakarta

Q: Teori konvergensi simbolik ini menjelaskan mengenai kekuatan komunikasi dibalik penciptaan kesadaran umum diantara para anggotanya. Apakah kesadaran umum tersebut harus menghasilkan tindakan nyata atau sebuah gerakan? Apakah bisa dikatakan bahwa teori konvergensi ini berhasil jika kesadaran umum tersebut hanya berada pada tataran dimana para anggotanya hanya mendukung sebuah program?

A: Teori konvergensi simbolik ini berbicara masalah aspek kesadaran kelompok, kesadaran kelompok itu akhirnya berpengaruhnya pada kohesivitas atau rasa untuk kemudian menyatu misalkan pada kasus *crowdfunding* ini. Bagaimana gerakan ini menjadi gerakan kita bukan gerakan mereka. Simbolik konvergen itu tentu hubungannya bagaimana kesadaran umum itu dibentuk kemudian bagaimana mekanisme pembentukannya misalkan seperti grup sharingnya bagaimana? dan saya pikir, kasus penggalangan dana kampanye itu, selama ini ada kritik bahwa biaya kampanye itu mahal, saking mahalanya kadang terjebak pada praktek korupsi atau investasi politik pada pihak ketiga. *Crowdfunding* itu sebenarnya modernisasi dalam kandidasi, kenapa? karena pemilih merasa dilibatkan dan karena merasa dilibatkan, pemilih seharusnya punya *moral force* untuk menuntut si pemimpin itu harus seperti apa. *Crowdfunding* itu seharusnya membentuk adanya kesadaran bahwa kalau anda mau memilih pemimpin maka anda harus berpartisipasi memilih pemimpin tersebut bukan hanya secara lisan tapi juga finansial.

Q: Apa yang saya temukan setelah video tersebut diposting adalah facebooker ada yang menyatakan siap untuk mendukung dan sebagian lagi hanya berada pada tataran mendukung saja jadi mereka tidak turut menyumbang karena berbagai alasan seperti tidak mengetahui mekanisme yang jelas bagaimana mentransfer dana tersebut. Jika seperti itu apakah bisa disebut bahwa mereka telah berbagai kesadaran bersama diantara kelompok itu?

A: Ya kesadaran itu kan ada layernya jadi kayak misalnya apakah kesadarannya baru berada pada basic structurenya misalnya oh ya tahu sih simbolik cue nya kayak gini, saga dan fantasi typenya seperti ini, orang bisa saja tahu sebagai knowledge tapi apakah itu sudah sampai di *group sharing* gak? *reality linknya* sampai gak? Jadi kan di simbolik konvergen itu kan selalu ada tahapan nah kalau kemudian tidak sampai pada *reality link* maka dia tidak akan pernah mendonasikan uangnya karena baru disebut sebagai *shared group consciousness* itu kalau sudah melewati *reality linknya*.

Q: Jadi nanti untuk membedahnya seperti apa? misalkan saya telah membagi tema fantasi menjadi lima yaitu faceboker menyatakan siap dan langsung menyumbang, facebooker menyatakan mendukung saja tapi belum menyumbang?

A: Nah itu dapat dijadikan sebagai tipologi kemudian bisa dinilai layernya sampai dimana? apakah dia juga menjadi fantasy shared untuk orang lain atau dia sebenarnya hanya menikmati pada *basic structure* saja.

Q: Bagaimana memposisikan tim relawan dalam kampanye politik?

A: Justru ini menariknya di tim relawan penelitian ini karena kalau di tim sukses itu kesadarannya instrumental. Kalau relawan itu kan asal katanya dari *volunteer*, relawan yaitu orang yang rela melakukan tindakan sebagai bentuk kesadaran kelompok. Jadi sudah tepat sebenarnya. Hanya masalahnya adalah apakah relawan ini lahir karena dibentuk oleh kandidat atau relawan ini hadir dari *shared group consciousness*. Nah yang saya mintakan kalau meneliti kasus ini dilihat apakah relawan yang diteliti ini lahir alamiah sebagai bentuk dukungan dan itu lahir dari *shared group consciousness* atau sebenarnya dibentuk kandidat.

Transkrip Wawancara AK
Via Telepon 23 September 2018
Asal: Cimahi
Pekerjaan: Pegawai Swasta

“Rindu memang cerdas. Biaya kampanye rereongan kanu bade udunan tapi ikhlas jeung rido keur perobahan rakyat Jabar, lebih alus kieu dari pada biaya kampanye make dana jurig ☺ ☺ buntut buntutna kudu malikeun deui lamun geus kapilih. Ieu hiji contoh nu disebut ngajauhan tina korupsi tea.”

Q: Apakah benar bapak yang telah menulis komentar tersebut di kolom komentar FB RK terkait ajakan penggalangan dana kampanye politik Rindu?

A: Iya Betul mbk

Q: Bagaimana pendapat anda tentang udunan warga yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara?

A: jadi gini, yang dimaksud dengan udunan itu kan maksudnya udunan seikhlasnya yang merasa peduli dengan dana kampanye Pak Ridwan Kamil, karena yang saya baca sebelum-sebelumnya itu, Pak Ridwan Kamil itu diusung pertamanya oleh Partai Nasdem ceritanya, nah disitu, Pak Ridwan Kamil mengatakan silahkan usung saya hanya disitu Pak Ridwan Kamil tidak mau ada kontrak politik karena biasanya orang yang diusung oleh partai kebanyakan itu pasti ada kontrak politik (itu yang saya tahu dan saya baca seperti itu).

Q: Apakah motif anda saat menulis komentar terkait udunan warga?

A: Karena saya mendukung program tersebut dan itu program yang sangat baik, alasannya agar kedepan paslon (Ridwan Kamil) tidak memiliki kontrak politik kedepannya.

Q: Apakah menurut anda udunan warga dapat berkontribusi terhadap sistem demokrasi kedepannya dan perubahan terhadap cita-cita warga Jawa Barat?

A: Oke saya perjelas lagi, pertama, saya melihat program-program yang diusung Pak RK sebagai Walikota Bandung menunjukkan ada perubahan drastis dan untuk pembiayaannya pun transparan dan ada program-program yang pernah diusung dan berhasil tersebut kemudian akan diterapkan di Jawa Barat. Jadi ketika Pak RK meminta dana kampanye, saya rasa program ini sangat bagus.

Q: Apakah menurut anda udunan warga adalah salah satu alternative dari biaya kampanye politik yang mahal?

A: Iya betul, itu bisa jadi alternative dari biaya kampanye politik yang mahal dan sangat bagus. Menurut saya, kita perlu ada perkembangan wawasan jadi jangan hanya berinduk pada partai politik saja.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan dari udunan warga?

A: Kelebihannya itu, orang bisa dengan ikhlas menyumbang biaya kampanye Pak Ridwan Kamil. Saya merasa yakin bahwa Ridwan Kamil sebagai seorang muslim

akan menempati janjinya menggunakan dana tersebut untuk keperluan biaya kampanye yang mahal seperti untuk blusukan ke daerah-daerah dan memperkenalkan dirinya agar masyarakat yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu. Kampanye kan membutuhkan biaya yang mahal mungkin ini alternative membiaya kampanye tanpa bergantung dari partai politik.

Q: Bagaimana perasaan anda terlibat dalam diskusi udunan warga di facebook?

A: tentu saya sangat senang sekali dapat berkomentar dan menyampaikan dukungan terkait program udunan warga ini.

Q: Apakah setelah melihat video atau postingan di akun FB RK terkait udunan warga, anda merasa tertarik untuk berpartisipasi?

A: Jujur saya sangat ingin berpartisipasi melakukan udunan warga namun saya masih bingung bagaimana cara mengirimkannya meskipun saya masuk di Grup Gurka dan saya kesulitan untuk mengetahui bagaimana cara mengirimkannya. Namun saya berdoa semoga RK terpilih menjadi gubernur dan semoga relawan dan pendukung RK banyak yang berpartisipasi dalam program ini.

Q: Jadi niat untuk berpartisipasi itu kemudian tidak dapat direalisasikan karena kesulitan mencari informasi kemana dana tersebut harus disalurkan?

A: Iya betul. Jadi begini saya mungkin tidak bisa memberikan secara materi, namun saya mencari alternative untuk membantu RK salah satunya aktif di media social seperti facebook dalam memberikan dukungan dan arahan kepada teman-teman saya di sekitar rumah atau tempat kerja untuk mendukung program ini.

Q: Apakah anda turut membagikan video kepada rekan atau kerabat anda terkait udunan warga?

A: saya lupa lagi ya apakah saya membagikan video tersebut di facebook

Q: Apakah anda tergabung menjadi relawan Rindu?

A: kalau saya sebenarnya pemantau saja tidak tergabung menjadi relawan resmi meskipun saya juga ikut follow grup gurka di facebook.

Q: Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam kegiatan kampanye politik?

A: Jadi menurut saya, kita harus melihat individu netizen itu sendiri, Kalau netizen tersebut memiliki pemikiran yang luas dan ngerti pasti kita akan positif, Namun jika orang tersebut sudah mendukung satu sosok tertentu meskipun sosok tersebut berbuat salah, orang tersebut pasti akan membenarkan.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan facebook sebagai media kampanye politik?

A: Facebook kelebihannya itu kita jadi mengetahui berita atau sosok calon tersebut. Kalau kekurangannya, kadang-kadang kita tidak bisa memverifikasi mana berita hoax dan bukan.

Q: Berapa kali rata-rata anda menulis topik atau berkomentar tentang kampanye politik di facebook dalam seminggu?

A: saya lumayan aktif menulis komentar tentang kampanye politik pak Ridwan Kamil.

Q: Pernahkah anda mengalami pengalaman buruk terkait tulisan politik yang anda posting di Facebook?

A: Kalau masalah politik tidak pernah

Q: Apa latarbelakang, sehingga anda mempertimbangkan hal-hal tertentu boleh dan tidak boleh anda komentari di Facebook sehubungan dengan kampanye politik?

A: kita boleh komentar tapi tidak untuk memprovokasi atau menggunakan kata-kata negative dan tidak boleh mentuhankan pilihan yang kita pilih. Jangan saling menjelekkkan pilihan lawan.

Transkrip Wawancara DD (Simpul Relawan Purwakarta)

Via Telepon 28 Oktober 2018

Asal: Purwakarta

Usia: 38 Tahun

Pekerjaan: Buruh

Q: Bagaimana pendapat anda tentang udunan warga yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara?

A: Program yang sangat bagus karena masyarakat dapat merasakan memiliki seorang pemimpin.

Q: Saya melihat Anda membantu memberikan penjelasan terkait program udunan warga ini kepada netizen yang menanyakan dan membantu memberikan klarifikasi jika ada kometer negative terkait program ini. Apakah motif anda saat menulis komentar terkait udunan warga?

A: Pertama karena itu adalah tugas saya sebagai tim RK. Kedua, memberikan pengertian kepada masyarakat bahwa mereka bisa membantu calon pemimpinnya jika mereka terlibat program udunan warga seperti itu.

Q: Apakah menurut anda udunan warga dapat berkontribusi terhadap cita-cita warga jabar juara?

A: Ya, untuk program ini saya rasa dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak

Q: Apakah menurut anda udunan warga berkontribusi terhadap perbaikan system demokrasi?

A: Tentu saja ini akan berkontribusi terhadap perbaikan sistem demokrasi kedepannya. Alasannya, kita ingin mengurangi biaya kampanye yang itu dianggarkan dan untuk membantu calon juga

Q: Apakah menurut anda udunan warga adalah salah satu alternative dari biaya kampanye politik yang mahal?

A: Ya tentu saja, dengan program ini masyarakat dapat berkontribusi membiayai dana kampanye calon kandidat. Harapannya, jika RK terpilih beliau dapat focus mengurus Jawa Barat dan tidak terlibat korupsi dengan alasan berhutang dana kampanye.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan dari udunan warga?

A: Kelebihannya, masyarakat dapat membantu calon dan pemerintah juga dapat mengawasi anggaran atau biaya yang masuk. Misalkan pemerintah jadi mengetahui siapa saja atau perusahaan apa saja yang turut menyumbang kepada calon tersebut.

Kekurangannya, untuk masyarakat menengah kebawah mungkin agak berat untuk menyumbang biaya kampanye ke calon karena itu kan melalui sistem transfer.

Q: Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam mensosialisasikan udunan warga?

A: Sangat bagus sekali, informasi terkait program ini jadi cepat tersebar luas ke masyarakat pengguna facebook.

Q: Bagaimana perasaan anda terlibat dalam diskusi udunan warga di facebook?

A: saya sangat senang karena saya dapat membantu masyarakat yang tidak mengetahui udunan warga ini dan saya dapat membantu calon kandidat yang yang dukung.

Q: Apakah setelah melihat video atau postingan di akun FB RK terkait udunan warga, anda merasa tertarik untuk berpartisipasi? (Jika Iya, apakah anda pada akhirnya turut andil melakukan penggalangan dana? berapa nominal yang anda transfer? Apakah anda mengalami kesulitan saat melakukan udunan warga? Bagaimana perasaan anda setelah melakukan udunan warga? Apa motivasi anda melakukan udunan?)

A: Tentu saja saya tertarik untuk berpartisipasi karena ini program yang bagus. Namun saya tidak turut serta menyumbang dana. Saya hanya mendukung dan membantu mensosialisasikan program ini melalui media social saja

Q: Apakah anda turut membagikan video atau menceritakan kepada rekan atau kerabat anda terkait udunan warga?

A: Tentu saja saya mensosialisasikan kepada teman-teman dekat saja.

Q: Apakah anda tergabung menjadi relawan Rindu? Jika Iya sebutkan?

A: Ya saya tergabung menjadi Relawan yaitu Simpul Rindu Purwakarta

Q: Sebelumnya saya melihat akun FB bapak bernama Simpul Relawan Purwakarta disaat masa kampanye. Apakah ada alasan khusus Anda menggunakan nama tersebut?

A: Karena saya ditugaskan Tim Media Social di Simpul 03 Purwakarta. Jadi saya mengubah nama menurut simpul-simpul di setiap kabupaten.

Q: Tim Relawan Jabar Juara juga memiliki program untuk merekrut relawan melalui media social. Apakah Anda termasuk relawan yang secara sukarela mendaftarkan diri melalui media social atau langsung direkrut tim suksesnya?

A: Hal itu biasanya tergantung kabupaten masing-masing. Jika di kabupaten tersebut terdapat tim media social biasanya simpul relawan langsung merubah namanya seperti yang saya lakukan.

Q: Apakah bisa dijelaskan tugas tim media social dari setiap simpul tersebut?

A: Membantu memberikan keterangan terkait program-program pasangan calon Ridwan Kamil dan UU Ruzhanul Ulum. Kemudian memberikan klarifikasi apabila ada komentar-komentar negative tentang Bapak Ridwan Kamil.

Q: Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam kegiatan kampanye politik?

A: Sangat membantu para calon untuk mempromosikan diri kepada masyarakat.

Q: Bagaimana pendapat anda tentang fenomena *cyberdemocracy* di Indonesia?

A: Selama internet atau media social digunakan secara positif maka hal tersebut bagus

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan facebook sebagai media kampanye politik?

A: Kelebihannya dapat membantu calon dikenal masyarakat luas sedangkan kekurangannya tidak semua masyarakat menggunakan facebook.

Q: Berapa kali rata-rata anda menulis topik atau berkomentar tentang kampanye politik di facebook dalam seminggu?

A: Saya sering berkomentar terkait program namun tidak setiap hari.

Q: Pernahkah anda mengalami pengalaman buruk terkait tulisan politik yang anda posting di Facebook?

A: Sering, misalkan ketika kita salah memberikan pengertian atau pendapat, saya sering mendapatkan inbox ancaman-ancaman dari akun-akun palsu yang mengatakan akan mencari saya.

Q: Bagaimana respon Anda mendapatkan ancaman tersebut?

A: Saya tenang-tenang saja karena ada hukum yang berlaku.

Q: Bisa anda deskripsikan topik politik apa saja yang anda posting di facebook (khususnya selama kampanye pilkada Jawa Barat)?

A: Kebanyakannya program dan mempromosikan Pak Ridwan Kamil.

Q: Apa latar belakang, sehingga anda mempertimbangkan hal-hal tertentu boleh dan tidak boleh anda komentari di facebook sehubungan dengan kampanye politik?

A: Biasanya yang tidak boleh kita lakukan adalah menjelek-jelekan lawan politik karena kita diajarkan Pak Ridwan Kamil untuk selalu tabayun. Adapun hal-hal yang boleh dikomentari atau diposting misalkan terkait prestasi dan program calon yang akan kita usung.

Transkrip Wawancara ANH

21 Oktober 2018

Asal: Tasikmalaya

Usia: 27 Tahun

Pekerjaan: Guru Honorer

Dulu saya ngefans banget sama Kang Emil, sekarang mah punten ya kang saya kurang sreg sama pasangannya. Ga usah udunan kang, urusan dana kampanye mah pasangan akang banyak bekelnnya tuh. Piraku we atuh titik titik ☺

Q: Bagaimana pendapat anda tentang udunan warga yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara?

A: Pendapat saya mengenai udunan warga untuk dana kampanye bagus, sangat inovatif, cara ini bisa jadi menjadi salah satu upaya mengurangi tingkat korupsi secara tidak langsung karena politisi tidak terbebani dengan cost politik yang terlalu mahal.

Q: Apakah motif anda saat menulis komentar terkait udunan warga?

A: Sebagai warga Tasikmalaya yang dipimpin hampir 2 periode oleh Bapak Uu Ruzhanul Ulum, nampaknya saya belum terlalu puas dengan kinerja beliau terutama ikhwal kesejahteraan guru honorer di Kabupaten Tasik yang sangat memprihatinkan. Di sisi lain, informasi mengenai asset pribadi beliau yang semakin luar biasa setelah menjadi Bupati. Keadaan tersebut sangat ironi sekali dengan gerakan udunan warga untuk dana kampanye. Rakyat sejenis saya yang pas-pasan harus juga menyumbang dana kampanye untuk para calon yang kehidupannya jauh lebih mewah

Q: Apakah menurut anda udunan warga dapat berkontribusi terhadap cita-cita warga jabar juara?

A: Ya mungkin saja dapat berkontribusi.

Q: Apakah menurut anda udunan warga berkontribusi terhadap perbaikan system demokrasi?

A: Ya dapat berkontribusi

Q: Apakah menurut anda udunan warga adalah salah satu alternative dari biaya kampanye politik yang mahal?

A: Ya mungkin saja dapat berkontribusi jika masyarakat setuju untuk membantu calon tersebut menyumbang dana kampanye tapi bagi rakyat kecil nampaknya tidak manusiawi.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan dari udunan warga?

A: Kelebihan udunan warga yaitu mengurangi kecenderungan para politisi untuk bertindak korupsi dengan dalih balik modal. Kekurangannya, bagi warga yang hidup pas-pasan nampaknya tidak manusiawi.

Q: Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam mensosialisasikan udunan warga?

A: Media social (terutama facebook) sangat berperan besar dalam mensosialisasikan program tersebut jika followernya banyak.

Q: Bagaimana perasaan anda terlibat dalam diskusi udunan warga di facebook?

A: Perasaan saya kurang baik, disatu sisi saya mendukung gerakan tersebut disisi lain kita juga harus tahu calon seperti apa yang berhak mendapat dukungan berupa udunan (meskipun nominalnya tidak seberapa)

Q: Apakah setelah melihat video atau postingan di akun FB RK terkait udunan warga, anda merasa tertarik untuk berpartisipasi?

A: Tidak

Q: Apakah anda turut membagikan video atau menceritakan kepada rekan atau kerabat anda terkait udunan warga? (Jika iya, apa motivasi anda? jika tidak abaikan pertanyaan ini).

A: Hanya sempat menyaksikan videonya sekilas tapi tidak membagikan

Q: Apakah anda tergabung menjadi relawan Rindu? Jika Iya sebutkan?

A: Tidak

Q: Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam kegiatan kampanye politik?

A: Di era yang serba canggih, pemanfaatan media social sebagai media kampanye sangatlah efisien dan efektif dibandingkan dengan pemasangan baliho, stiker atau property kampanye lainnya yang menurut saya tidak ramah lingkungan dan hambur biaya.

Q: Bagaimana tanggapan Anda tentang fenomena cyberdemokrasi di Indonesia?

A: Mengenai fenomena cyberdemokrasi, tentu memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya penyampaian ide, gagasan dan aspirasi dari masyarakat ke pihak pemerintah menjadi lebih mudah, informasi lebih cepat diterima dan juga ditanggapi. Namun disisi lain, jika penggunaanya kurang bijak akan banyak menyisakan masalah seperti penyebaran berita hoax atau juga karena masyarakat

bebas memberikan tanggapan, tak jarang komentar/tanggapannya kurang bijak atau kurang beretika.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan facebook sebagai media kampanye politik?

A: Kelebihannya murah, mudah, efektif, efisien dan ramah lingkungan. Kekurangannya, di facebook, berbagai jenis informasi dapat tersebar dengan mudah disisi lain kultur masyarakat Indonesia kurang selektif membagikan informasi terkait kampanye politik sehingga banyak konten yang bersifat provokatif dan *black campaign* mudah tersebar serta diyakini kebenarannya.

Q: Berapa kali rata-rata anda menulis topik atau berkomentar tentang kampanye politik di facebook dalam seminggu?

A: Jarang

Q: Pernahkah anda mengalami pengalaman buruk terkait tulisan politik yang anda posting di Facebook?

A: Tidak pernah memposting tulisan politik hanya pernah berkomentar mengenai udunan warga dan ternyata responnya cukup tidak menyenangkan.

Q: Bisa anda deskripsikan topik politik apa saja yang anda posting di facebook (khususnya selama kampanye pilkada Jawa Barat)?

A: Rasanya saya belum pernah posting terkait hal tersebut.

Q: Apa latar belakang, sehingga anda mempertimbangkan hal-hal tertentu boleh dan tidak boleh anda komentari di Facebook sehubungan dengan kampanye politik?

A: Saya tidak ingin orang mengetahui saya punya keberpihakan pada calon yang mana apalagi mengkampanyekan satu calon secara berlebihan atau memposting atau merepost sesuatu yang berbau *black campaign* sehingga orang yang membaca ikut menyukai atau membenci calon tertentu. Kalau saya terpaksa memposting atau berkomentar, saya akan berupaya seetis mungkin.

Transkrip Wawancara YS
Via telepon 16 Oktober 2018
Asal: Bandung
Usia: 48 Tahun
Pekerjaan: Pegawai Swasta

Saya bukan tidak setuju, tapi alangkah eloknya kalau sistem demokrasi di Indonesia ini yang berbiaya mahal ini dirombak sedemikian rupa sehingga untuk pilkada, pilpres dan pileg menjadi berbiaya murah bahkan free. Terus terang saya meragukan demokrasi berbiaya mahal ini menghasilkan pemimpin yang benar-benar independen terbebas dari utang budi para donatur.

Q: Bagaimana pendapat anda tentang udunan warga yang dilakukan Tim Relawan Jabar Juara?

A: Kalau udunannya atau iurannya secara sukarela yang dilakukan masyarakat biasa bukan dari pengusaha oke oke saja tapi kalau tahapnya sudah pengusaha pastilah. kan ada peribahasa “tidak ada makan siang yang gratis” intinya sih begitu. Jadi kalau untuk masyarakat atau simpatisan nyumbang okelah gak apa-apa tapi kalau tahap corporate ya itu tanda tanya

Q: Apakah motif anda saat menulis komentar terkait udunan warga?

A: Gini, seperti yang telah saya katakan tadi, kalau levelnya pengusaha kasih donasi yang besar atau banyak pasti suatu saat pengusaha itu ingin mempermudah yang mungkin perizinan atau apa.

Mungkin seperti ada hutang budi begitu ya pak maksudnya?

Ya makanya itu saya sangat meragukan kedepannya. Kalau saya boleh ngomong ibaratnya gini, seperti kejadian sekarang, kasus reklamasi di Jakarta, apa wajar ada seorang Menko bisa langsung sepertinya langsung berhadapan langsung dengan gubernur, mengatakan bahwa saya menjamin. Jadi kita bukan berprasangka buruk tapi apakah wajar jika seorang Menko begitu membelanya sampe segitunya gitu. Kita kan sebagai rakyat bertanya, ada apa gitu dengan reklamasi di Jakarta. Jadi salah satu contoh kenapa demokrasi berbiaya mahal yak arena itu, karena telah nyumbang banyak. Ini bukan fitnah atau apa ya tapi mungkin kan. Ya itu “Tidak ada makan siang yang gratis”

Q: Apakah menurut anda udunan warga dapat berkontribusi terhadap cita-cita warga jabar juara?

A: Kalau untuk masyarakat Jawa Barat sih tidak ada kontribusinya. Dengan sumbangan itu yang dapat keuntungan partai politik atau si pengumpul dananya. Saya pikir tidak ada kalau untuk masyarakat. Jadi yang diuntungkan bukan penyumbang.

Q: Apakah menurut anda udunan warga berkontribusi terhadap perbaikan system demokrasi?

A: Saya pikir tidak ada, masalahnya yang diuntungkan partai politik.

Q: Apakah menurut anda udunan warga adalah salah satu alternative dari biaya kampanye politik yang mahal?

A: Ya saya pikir iya, itu menjadi alternative politik karena meringankan beban partai politik atau kandidat itu sendiri.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan dari udunan warga?

A: Kelebihannya dan kekurangannya untuk siapa nih, untuk konstituen atau untuk kandidat? Keuntungan untuk kandidat ya, Dia dapat menggunakan uang tersebut untuk dana kampanye dan apa adanya lah. Dan kalau untuk konstituen ya tidak ada ya menurut saya karena kan dia menyumbang, dan sudah terserah penerima mau digunakan untuk apa sumbangan tersebut.

Q: Jadi letak kekurangannya itu tidak berkontribusi secara langsung kepada pemilih seperti itu?

A: Kalau mereka menyumbang secara ikhlas dan sukarela ya mungkin itu salah satu bentuk partisipasi mereka.

Q: Apakah setelah melihat video atau postingan di akun FB RK terkait udunan warga, anda merasa tertarik untuk berpartisipasi?

A: Terus terang saya tidak ikut menyumbang tapi kalau warga ikutan nyumbang ya gak apa-apa, saya tidak melarang.

Q: Apakah anda turut membagikan video atau menceritakan kepada rekan atau kerabat anda terkait udunan warga? (Jika iya, apa motivasi anda? jika tidak abaikan pertanyaan ini).

A: Saya kebetulan untuk case tersebut hanya berkomentar saja. Maksud saya berkomentar itu sebenarnya inti komentar saya itu begini, saya itu ingin, cita-cita saya itu kampanye di Indonesia itu dibuat murah jadi seseorang bisa mencalonkan diri menjadi anggota dewan atau yang lainnya dengan biaya semurah-murahnya. Jadi dengan biaya murah itu, orang yang kompeten itu bisa masuk. Jangan seperti sekarang, yang jadi adalah orang yang dekat dengan partai politik, yang punya uang mau dengan korupsi atau gimana asal dia punya uang jadi caleg dia. Maksud saya itu, jadi biar orang-orang yang punya dedikasi tapi tidak memiliki uang bisa jadi wakil rakyat, pejabat negara jadi itu sih sebenarnya

Q: Bagaimana anda memandang peran media social (facebook) dalam kegiatan kampanye politik?

A: kalau menurut saya sangat dominan, sangat besar. Kalau saya boleh menilai, Ridwan Kamil bisa berhasil menjadi gubernur karena dia rajin di media social. Saya hanya menggunakan media social Facebook tapi tidak yang lainnya seperti Instagram dan twitter saya tidak punya.

Ridwan Kamil itu sukses menjadi Walikota Bandung karena Dia aktif di facebook karena itulah. Jadi saya pikir itu adalah hasil dari media social meskipun memang saya sebagai warga Bandung mengakui bahwa untuk pembangunan yang telah dilaksanakan Ridwan Kamil cukup baguslah, taman-taman diperbaiki. Ya ada perubahannya.

Q: Bagaimana pendapat anda tentang fenomena *cyberdemocracy* di Indonesia?

A: kalau menurut saya cukup bagus asal digunakan secara wajar dan normal.

Q: Apa saja kelebihan dan kekurangan facebook sebagai media kampanye politik?

A: Kelebihannya, berbiaya murah dan siapa saja orang bisa melakukan kampanye. Sisi negatifnya karena media social itu bebas orang bisa nulis apa saja tanpa disaring terlebih dahulu.

Q: Berapa kali rata-rata anda menulis topik atau berkomentar tentang kampanye politik di facebook dalam seminggu?

A: Kalau menuliskan topik jarang tapi jika berkomentar ya lumayan jika topiknya hangat, gatal juga pengen nulis gitu.

Q: Pernahkah anda mengalami pengalaman buruk terkait tulisan politik yang anda posting di Facebook?

A: Terus terang jika saya nulis status hanya untuk teman kecuali jika saya mengomentari tulisan orang ya. Jadi Alhamdulillah sampai saat ini tidak ada yang marahin atau apa, paling hanya diskusi-diskusi. Masih tahap wajarlah

Q: Bisa anda deskripsikan topik politik apa saja yang anda posting di facebook (khususnya selama kampanye pilkada Jawa Barat)?

A: Sepertinya saya kurang atau tidak nulis sama sekali. Mungkin ya hanya itulah komentar di akunnya Ridwan Kamil karena cita-citanya ingin demokrasi berbiaya murah dan dapat pemimpin tidak dengan hutang budi karena kalau punya hutang budi ya pasti gawat.

Q: Jadi dapat dipastikan bapak bukan salah satu dari relawan RK ya pak?

A: Terus terang saja, Ridwan Kamil itu bagus tapi saya melihat Dia itu ada dimana? Saya melihat fenomena politik dimana seseorang yang masuk dalam partai politik tertentu, Dia harus mengikuti apa yang dimau partai politik tersebut dan dia tidak bisa berada di partai A tapi dia menyuarakan suaranya sendiri. Tapi hanya satu orang yang berani seperti itu yaitu Pak Fahri Hamzah, Dia berani keluar dari relnya partai PKS. Makanya kenapa saya tidak pilih RK karena saya melihat siapa penyokong dia meskipun dia bagus di Kodya Bandung tapi untuk Jawa Barat saya cenderung lihat pendukung dia siapa sih.

Q: Apa latar belakang, sehingga anda mempertimbangkan hal-hal tertentu boleh dan tidak boleh anda komentari di Facebook sehubungan dengan kampanye politik?

A: Mengenai yang tidak boleh tentu seperti sara tapi kalau yang lain-lain selain itu, saya pikir boleh-boleh saja. Jadi meskipun kita sangat terbuka mengomentari, Kita sebagai manusia yang beretika ya tidak boleh lepas dari itu. Karena tulisan di media social itu mencerminkan orang tersebut seperti apa, ya kecuali memang buatan seperti buzzer. Kalau manusia normal punya etika.

Dokumentasi Penelitian
Foto-Foto Wawancara (Informan)



Gambar 1: Gloria Vania Selaku Tim Relawan Jabar Juara Bidang Penggalangan Dana
Sumber: Penelitian, 2018



Gambar 2: Nina Yuningsih Selaku Komisioner KPU Jawa Barat
Sumber: Penelitian, 2018