



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

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

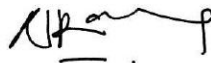
NPM : 2016960016

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	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

RINGKASAN

PENDAHULUAN

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/facebooker.

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 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.

Keberadaan komunitas virtual dalam memperbincangkan ide penggalangan dana kampanye memiliki peran penting dalam menunjang keberhasilan *crowdfunding*. Alasannya, komunitas virtual memiliki potensi untuk mendiskusikan kepentingan bersama serta sangat mungkin memiliki kesadaran kelompok bersama (*shared group consciousness*) untuk mendukung gerakan *crowdfunding*.

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.

KERANGKA TEORI

1. Teori Konvergensi Simbolik

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).

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.

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

Teori ini digunakan melihat konstruksi kesadaran bersama diantara para facebooker setelah melihat video udunan warga. 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 evaluatif.

2. Crowdfunding

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.

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

3. Komunitas Virtual

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*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi online, wawancara mendalam dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis melalui tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Selain itu, penelitian ini juga memasukan analisis data yang mengikuti alur FTA (*Fantasy Theme Analysis*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

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 ini kemudian disebut dengan *crowdfunding*. Jenis *crowdfunding* yang digunakan adalah berbasis donasi atau sumbangan.

Mekanisme *crowdfunding* melibatkan Tim Relawan Jabar Juara sebagai pencari dana, situs <https://jabarjuara.id> sebagai platform penghubung, dan netizen atau masyarakat sebagai donatur.

Proses konvergensi simbolik di Fanpage Facebook Ridwan Kamil berlangsung secara berjenjang mulai dari struktur dasar, struktur pesan, struktur dinamis, struktur komunikator, struktur medium dan struktur evaluatif. Pada struktur dasar 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 pasangan Rindwan kamil dan Uu Ruzhanul Ulum 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”. Visi retorik ini kemudian berhasil memunculkan kesadaran bersama komunitas (*shared group consciousness*) yang tidak hanya mendukung udunan warga namun turut juga menyumbangkan uangnya untuk biaya kampanye pasangan Ridwan Kamil dan Uu Ruzhanul Ulum.

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 Siosoteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. Lawrence. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuntitatif*. (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 Consultans. *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 Amateurs.
- Khoma, Natalia. (2015). Technologies of Political (Socio-Political) Crowdsourcing and crowdfunding: World Experience and Steps Towards Implementation 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/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/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>.