

KOMUNIKASI KELOMPOK SEPEDA SUMBER SENANG DALAM *CROWDFUNDING* DI KITABISA.COM

Bunga Syahida Thesarany ^{1,*}; Pradipta Dirgantara ²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung, Indonesia; bungasyahida@gmail.com¹;

pdirgantara@telkomuniversity.ac.id²

*Correspondence : pdirgantara@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 berdampak negatif terhadap ekonomi masyarakat. Pendapatan menurun, pengangguran meningkat, dan banyak usaha yang berhenti. Salah satu pekerjaan yang terdampak, yaitu pedagang kaki lima dan pedagang keliling. Sebagai upaya membantu pedagang bersepeda, komunitas sepeda asal Bandung, Sumber Senang, melakukan aksi sosial berupa penggalangan dana yang dikemas menjadi sebuah program bernama #berbagisenang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui komunikasi kelompok Sumber Senang dalam menjalankan program penggalangan dana di Kitabisa.com. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus dengan subjek penelitian ini, yaitu para anggota komunitas yang terlibat dalam proses pelaksanaan program, dan objek penelitian ini merupakan komunikasi kelompok Sumber Senang dalam melaksanakan program tersebut. Penelitian ini menggunakan teori *Small Group Communication* yang ditulis oleh Joseph A. DeVito, yang mencakup tahapan, bentuk, budaya, dan kekuasaan. Berdasarkan hasil penelitian, Sumber Senang telah menjalankan empat indikator, diantaranya tahapan kelompok, terdiri dari pembukaan, umpan maju, bisnis, umpan balik, dan penutupan, bentuk kelompok, budaya kelompok, dan kekuasaan kelompok.

Kata kunci

Komunitas Sumber Senang, Pedagang Bersepeda, Program Penggalangan Dana

ABSTRACT

Covid-19 pandemic has given some negative impacts on community economy, such as: income decreases, unemployment increases, and businesses collapsed. One of the jobs affected is street vendors and peddlers. As an effort to help peddlers who use bicycles, a cycling community from Bandung, Sumber Senang, carried out social action in the form of fundraising which was packaged into a program called #berbagisenang. The aim of this research is to determine the communication of the Sumber Senang cycling community group in carrying out fundraising programs on the platform. Qualitative methods and a case study approach are applied with research subjects, namely members of the Sumber Senang community who are involved in the process of implementing the program, and the object of this research is group communication that occurs in the Sumber Senang in implementing the program. This research uses the Small Group Communication theory written by Joseph A. DeVito. This theory includes stages, formats, culture, and power. Based on the research results, the Sumber Senang community has implemented four indicators, including the small group stages, which consist of opening, feed forward, business, feedback, and closing, small group formats, small group culture and small group power.

Keywords

Crowdfunding Program, Peddlers Who Use Bicycle, Sumber Senang Community

Pendahuluan

Saat pandemi tahun 2020 lalu, banyak orang yang mulai tertarik dengan kegiatan bersepeda dan menjadikannya salah satu pilihan transportasi serta aktivitas fisik yang aman, ramah lingkungan dan terjangkau. Bersepeda menjadi alternatif olahraga untuk menghilangkan rasa jenuh berada di rumah, karena saat itu sedang diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), sehingga menjadi alasan kuat mengapa bersepeda menjadi sangat digemari pada saat pandemi (Ocktavianny, 2020). Pandemi Covid-19 telah memberikan pengaruh besar terhadap perekonomian masyarakat di Indonesia, seperti mengakibatkan banyak sektor usaha yang terhenti, penurunan pendapatan dan meningkatnya jumlah pengangguran. Berbagai profesi terkena imbasnya, seperti pedagang kaki lima dan pedagang bersepeda (Zulmi, 2020). Melihat dari keadaan tersebut muncul upaya membantu para pedagang untuk memenuhi kebutuhan ekonominya melalui program *crowdfunding* seperti yang telah berhasil dilakukan oleh Sumber Senang. *Crowdfunding* adalah sebuah fenomena baru dalam penggalangan dana yang menggunakan teknologi untuk mendukung pendanaan berbagai aktivitas, baik bisnis maupun sosial (Gerber et al., 2012; Susilawaty, 2022)

Komunitas Sumber Senang merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang gemar bersepeda dengan keinginan untuk memberikan kebahagiaan kepada siapa saja dengan cara bersepeda. Komunitas ini terbentuk pada Juni 2021 dengan berisi 11 orang dari beragam latar belakang di dalamnya. Komunitas ini selain menjadikan bersepeda sebagai hobi para anggotanya juga sebagai media atau perantara untuk bisa memperlihatkan bentuk kepedulian mereka terhadap pedagang bersepeda, yaitu dengan kampanye #berbagisenang (Dirgantara, 2022). Awal mula kampanye itu terbentuk adalah ketika para anggota sedang bersepeda, mereka bertemu dengan pedagang bersepeda. Setelah itu muncul ide untuk merencanakan sebuah gerakan dengan judul "Berbagi Senang untuk Pedagang Bersepeda". Melalui gerakan ini, para anggota komunitas Sumber Senang berkeinginan untuk menyebarkan kebahagiaan kepada para pedagang bersepeda, seperti penjual sayuran, tahu, kopi, dan lainnya. Para anggota juga berharap gerakan ini dapat menjadi wadah untuk mengumpulkan bantuan keuangan dari masyarakat.

Gambar 1. Penerima Donasi #berbagisenang



Sumber: Instagram Sumber Senang

Gerakan #berbagisenang membutuhkan sumbangan dana setidaknya sebesar Rp20.000.000 yang akan dialokasikan secara penuh kepada 10 pedagang bersepeda yang ditemui oleh para anggota dengan setiap pedagang menerima bantuan finansial

sebesar Rp2.000.000. Tujuan diberikannya dana tersebut adalah untuk bantuan modal tambahan atau mendukung perkembangan usaha mereka (Dirgantara, 2022). Kampanye ini termasuk dalam program *crowdfunding* menggunakan model *Community Based Crowdfunding* dengan konsep pemberi dana memberikan donasi finansial (*Donation-Based*) untuk program #berbagisenang yang nantinya donasi tersebut diberikan kepada pedagang bersepeda.

Penelitian ini merujuk pada salah satu riset yang ditulis oleh Nurul Fitriyani, Dio Prasetyo, dan Bagus Cahyo (2022) dengan judul “Strategi Komunikasi ECOTON dalam Mendapatkan Donatur Melalui Program *Crowdfunding* di Kitabisa.com”. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ECOTON telah menerapkan empat langkah yang sesuai dengan buku *Effective Public Relations*, meliputi identifikasi masalah, perencanaan dan pemrograman, pengambilan tindakan dan komunikasi, serta evaluasi. Terdapat faktor penghambat pada hasil riset tersebut, yaitu kurangnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan sehingga donasi yang didapatkan dari masyarakat masih rendah (Prasetyo et al., 2022). Meskipun riset tersebut telah menunjukkan bahwa adanya kesadaran masyarakat yang kurang terhadap isu lingkungan, penelitian ini berkontribusi dalam memberikan hasil dan pandangan yang berbeda. Berdasarkan latar belakang, penelitian ini memperlihatkan bahwa hingga saat ini terdapat komunitas yang anggota-anggotanya memiliki kepedulian terhadap isu sosial dan lingkungan sekitar. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan riset sebelumnya. Persamaannya terlihat dari pembahasan tentang program *crowdfunding* di Kitabisa.com, sementara perbedaannya berdasarkan subjek dan objek penelitian, serta teori yang digunakan. Peneliti memilih Sumber Senang sebagai subjek penelitian karena peneliti menemukan bahwa komunitas ini memiliki pendekatan unik dalam melakukan penggalangan dana. Mereka mengumpulkan donasi khusus untuk pedagang bersepeda, berbeda dengan komunitas lain yang juga melakukan aksi penggalangan dana tetapi dengan target yang cukup umum, seperti korban bencana.

Riset lain yang peneliti rujuk sebagai referensi adalah jurnal yang ditulis oleh Nawan Sumardiono pada tahun 2022). Hasil yang didapatkan adalah salah satu faktor yang berkontribusi pada keberhasilan aktivisme digital adalah media yang digunakan. Bentuk aktivisme digital contohnya penggalangan donasi yang dilakukan oleh akun Twitter @armyindonesiaa2 kepada driver ojek *online* yang membawa pesanan BTS Meal. Akun tersebut pandai mengelola emosi massa sehingga mudah menarik simpati para pengikutnya. Pengelola aktivisme menggunakan media sosial Twitter dan situs Kitabisa.com sebagai wadah untuk menyebarkan dan menampung hasil donasi yang diterima. Tautan penggalangan dana diunggah ke Twitter dan siapa saja dapat berkontribusi. Pihak yang mengelola donasi selalu memberikan update terbaru mengenai jumlah dana yang berhasil dikumpulkan melalui akun Twitter yang juga berfungsi sebagai akun *fanbase* tersebut. Dengan demikian, proses pengumpulan dana menjadi lebih terbuka dan jelas (Sumardiono, 2022). Persamaan antara penelitian ini dengan riset tersebut terletak pada penggunaan situs Kitabisa.com sebagai wadah pengumpulan donasi. Sementara itu, beberapa perbedaannya terlihat pada media sosial yang digunakan untuk penelitian ini adalah Instagram. Tautan dan update jumlah dana yang terkumpul dibagikan melalui akun Instagram Sumber Senang.

Penelitian tentang *crowdfunding* juga dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif oleh Ramadhan dan Hendratmi (2023). Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi pengaruh variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social*

Influence, facilitating conditions, sense of trust dan experience expectation terhadap *intention to donate to donation-based crowdfunding* dari generasi milenial muslim di Indonesia. Hasil yang didapatkan adalah pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to donate to donation-based crowdfunding* ditemukan pada variabel *social influence, sense of trust dan experience expectation*. Namun, pengujian pada variabel *performance expectancy, effort expectancy dan facilitating conditions* terbukti tidak berpengaruh secara signifikan (Ramadhan & Hendratmi, 2023). Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada pembahasan terkait program *crowdfunding*. Namun, terdapat perbedaan pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sementara penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Suherman (2022) juga membahas komunikasi kelompok tetapi bukan pada program *crowdfunding*, melainkan pada program *Parenting Education* yang dilakukan oleh komunitas Paredu.id. Lima tahapan strategi yang digunakan, yaitu riset, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan detail kegiatan dari tahap awal hingga akhir (Anggraeni & Suherman, 2022). Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah subjek penelitiannya bukan komunitas olahraga dan program yang dilakukan bukan *crowdfunding*. Sementara itu, persamaannya terlihat pada objek penelitian yang ingin mengetahui bagaimana komunikasi kelompok terjadi pada komunitas tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui komunikasi kelompok Sumber Senang dalam menjalankan program *crowdfunding* di Kitabisa.com yang mencakup elemen tahapan kelompok terdiri dari pembukaan, umpan maju, bisnis, umpan balik, dan penutupan, bentuk kelompok, budaya kelompok, serta kekuasaan dalam komunitas ini.

Metode

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus karena membutuhkan eksplorasi yang mendalam untuk mendapatkan data yang lengkap, dan subjek serta objek penelitian ini memiliki keunikan atau tidak umum yang disebut kasus intrinsik dan terjadi dalam konteks kehidupan nyata sehari-hari. Subjek penelitian ini merupakan anggota yang terlibat dalam proses pelaksanaan program #berbagisenang, dan objek penelitiannya merupakan komunikasi kelompok dalam program *crowdfunding* di Kitabisa.com. Unit analisis dalam penelitian ini adalah komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*) yang terdiri dari tahapan (*stages*), bentuk (*formats*), budaya (*culture*), dan kekuasaan (*power*) (De Vito, 2018). Elemen pertama mengkaji tentang sejarah Sumber Senang dan program #berbagisenang, kegiatan persiapan sebelum pelaksanaan program, pembagian tugas untuk setiap anggota, evaluasi program, dan rencana untuk keberlanjutan program tersebut atau membuat program baru. Elemen kedua membahas terkait bentuk kelompok yang diterapkan oleh komunitas. Elemen ketiga mengkaji informasi yang berkaitan dengan aturan dan budaya yang berlaku dalam internal komunitas. Elemen kelima membahas tentang kebebasan setiap anggota, dan pengaruh anggota tertentu dalam memberi kontrol dan mengendalikan perilaku anggota lain.

Total informan penelitian berjumlah tujuh orang; tiga informan utama, dua informan ahli, dan dua informan pendukung. Jumlah tersebut ditentukan oleh peneliti karena ingin mendapatkan data yang terperinci untuk mencapai tujuan penelitian dan

meningkatkan validitas hasil temuan penelitian. Masing-masing informan dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria informan utama adalah seseorang yang mengetahui dan terlibat langsung dalam program #berbagisenang di Kitabisa.com, berpengaruh besar dalam program tersebut, aktif mengikuti setiap kegiatan komunitas terutama #berbagisenang, dan bertanggung jawab terhadap setiap program atau kegiatan yang dilakukan. Tiga informan utama terdiri dari satu *founder* dan dua anggota. Kriteria informan ahli yaitu seseorang yang kompeten dan berpengalaman dalam mengelola komunitas, dan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi kelompok. Dua informan ahli tersebut adalah aktivis komunitas (*founder* Tobucil & Klabs) dan dosen ilmu komunikasi. Terakhir, kriteria dua informan pendukung yang berperan sebagai donatur adalah seseorang yang mengetahui program #berbagisenang, dan berkontribusi memberi dana melalui Kitabisa.com. Peran dari setiap informan dipilih dengan alasan yang berbeda. *Founder* dan anggota komunitas sebagai informan utama dipilih karena sebagai pihak internal yang mengetahui setiap detail dari program #berbagisenang, donatur sebagai informan pendukung dipilih sebagai pihak eksternal yang terlibat dalam program tersebut dan dibutuhkan untuk memberikan pandangan lain terhadap komunitas dan program ini, serta aktivis komunitas dan dosen ilmu komunikasi sebagai informan ahli dipilih karena peneliti ingin melihat komunikasi kelompok Sumber Senang dengan teori yang digunakan sudah sesuai atau tidak.

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara *semi-structured in-depth interview*, yakni wawancara mendalam dengan mengajukan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya oleh peneliti kepada informan dan tetap memberikan ruang bebas terbuka untuk informan memberikan jawabannya. Durasi wawancara dilakukan selama 20-75 menit. Selain itu, juga menggunakan bahan audiovisual berupa dokumentasi foto selama pelaksanaan #berbagisenang, teks media sosial dari Instagram dan Whatsapp *group* Sumber Senang, halaman website Kitabisa.com, serta referensi buku terkait teori yang digunakan.

Teknik analisis data menggunakan teknik yang ditulis oleh Creswell (2014) dengan empat tahapan, yaitu manajemen data, pembacaan dan membuat memo, deskripsi, klasifikasi dan penafsiran data, serta penyajian dan visualisasi data. Pada tahap awal peneliti mengorganisir data temuan penelitian lalu mengubahnya menjadi file teks, yaitu transkrip. Setelah itu peneliti membaca keseluruhan isi transkrip secara berulang untuk memahami setiap detail dan mencoba meinterpretasikannya. Selanjutnya peneliti mendeskripsikan hasil wawancara yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Lalu mengelompokkan data tersebut berdasarkan indikator unit analisis dan mengumpulkan data visual sebagai bukti pendukung. Kemudian hasil wawancara dikaitkan dengan interpretasi peneliti dan teori yang digunakan. Tahap terakhir data tersebut disajikan dalam bentuk teks yang didukung dengan bukti visual tentang program #berbagisenang.

Teknik keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan *member checking*. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan yang sama kepada setiap informan utama, kemudian peneliti membandingkan dan mencocokkan data dari setiap informan sesuai kebutuhan penelitian. *Member checking* dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari anggota komunitas sebagai informan utama 2 dan informan utama 3, lalu peneliti menyampaikan informasi tersebut kepada *founder* #berbagisenang sebagai informan utama 1 untuk menilai akurasi dari data tersebut. Validitas data penelitian ini terlihat dari kecocokan data hasil wawancara

yang didapatkan dari berbagai sumber dan penilaian akurasi yang diberikan oleh *founder*.

Hasil dan Pembahasan

Elemen pertama adalah tahapan yang terdiri dari 5 tahap, yang pertama adalah pengenalan. Sumber Senang adalah nama yang diresmikan untuk komunitas sepeda asal Bandung pada tahun 2021 yang saat itu seluruh anggotanya terdiri dari lima orang yang merupakan teman bermain dari sejak kecil dan memiliki kesamaan hobi yaitu bersepeda serta ingin memberikan manfaat yang lebih besar untuk sekitar. Berikut kutipan wawancara informan utama 1:

"Sumber Senang ini sebenarnya terbentuk karena ketidaksengajaan karena dari semua anggotanya senang sepeda. Jadi awal tahun 2019 intinya kita gowes bareng-bareng ada lima orang waktu itu. Kita gowes dari Bandung ke Jogja gitu. Nah itu di tahun 2021 kalau ngga salah akhirnya (diputuskan) nama komunitasnya jadi Sumber Senang gitu" (Rizky Ramadhan, 8 Maret 2024).

Saat ini anggota komunitas sudah bertambah menjadi 12 orang. Arti nama Sumber Senang diambil berdasarkan kesamaan hobi, keinginan untuk memiliki tempat bersenang-senang tetapi sekaligus menyalurkan hobi dan menjadikan komunitas ini sebagai tempat untuk saling berbagi cerita, berkumpul bersama, serta bersepeda. Sehingga pada akhirnya komunitas ini menjadi sumber dari kesenangan seluruh anggota dan diharapkan setiap anggota yang tergabung dalam komunitas ini merasakan kesenangan bukan menjadikannya beban. Arti nama tersebut selaras dengan definisi komunitas menurut E-Media Solusindo (2008), yaitu kelompok orang yang memiliki identitas yang hampir sama dan anggota komunitas harus berinteraksi secara reguler.

Harapan Sumber Senang berhasil direalisasikan dengan membentuk program *crowdfunding* sekaligus bersepeda sejauh 1.000 KM bernama #berbagisenang, yang artinya berbagi kesenangan berdasarkan hobi yang mereka sukai. Komunitas ini hanya memiliki satu program yang rencananya akan rutin dilakukan. Pertama dilakukan pada tahun 2022 dengan rute perjalanan Bandung-Bali dan target donasi pedagang bersepeda. Kedua dilakukan pada tahun 2024 dengan rute perjalanan Bandung-Lombok serta targetnya adalah komunitas penyandang disabilitas (difabel). Platform yang mereka gunakan sebagai wadah pengumpulan dana adalah Kitabisa.com. Berdasarkan hasil tersebut, #berbagisenang dapat dikategorikan sebagai *crowdfunding* modern. Terdapat penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tersebut, yaitu riset yang dilakukan oleh Khairuddin dan Ishak pada tahun 2022. Pada riset tersebut terdapat penjelasan terkait tiga elemen utama *crowdfunding* modern yang terdiri dari; pertama, dana berasal dari individu yang berbeda atau disebut sebagai pemberi dana. Total dana yang terkumpul untuk #berbagisenang berjumlah Rp22.531.182 yang berasal dari 148 orang. Kedua, dana yang terkumpul ditujukan untuk mendukung sekelompok penggalang dana baik individu atau tim, demi mewujudkan program yang ingin dijalankan. Hal tersebut sesuai dengan yang dilakukan oleh para donatur yang menyumbangkan dana untuk #berbagisenang yang dilaksanakan oleh Sumber Senang. Ketiga, platform internet berperan sebagai penghubung antara pemberi dana dengan penggalang dana. Sumber Senang memanfaatkan situs Kitabisa.com sebagai wadah pengumpulan dana, dan Instagram sebagai media promosi dan transparansi.

Ketika ingin membangun ikatan dan kedekatan antara anggota lama dengan anggota baru, biasanya mereka melaksanakan kegiatan informal, seperti bersepeda jarak jauh antarkota, sehingga dapat terlihat bagaimana karakter-karakter anggota baru tersebut. Hubungan para anggota tidak dibangun ketika hanya akan berolahraga saja, tetapi terus dijalin melalui pertemuan-pertemuan non-formal, seperti sekedar kumpul dan berbincang santai di warung untuk melepaskan penat. Tempat yang biasanya digunakan para anggota untuk berkumpul adalah lingkungan rumah beberapa anggota yang berada di daerah Cipadung dikarenakan Sumber Senang bukan komunitas formal yang memiliki tempat spesifik atau khusus sebagai *basecamp*, sehingga tempat berkumpulnya pun sangat *casual*. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara informan utama 1 dan informan utama 3.

Berikut pernyataan informan utama 3:

"Tempat kumpul spesifik atau khusus sih ngga ada ya. Seringnya sih kita ngumpul karena temen rumah ya jadi di depan rumah daerah Cipadung" (Rizky Ramadhan, 8 Maret 2024).

Berikut pernyataan informan utama 3:

"Kita kan bukan kelompok formal, kalau tempat ngumpul ya tempat tongkrongan aja se-casual itu. Biasanya kumpulnya di daerah rumahnya Rizky, kalau mau jalan ke mana juga kumpulnya di sana. Meeting pointnya di sana" (JR, 13 Februari 2024).

Meskipun sering berkumpul mereka jarang membicarakan hal-hal yang serius karena para anggota tidak ingin kesenangan di komunitas ini hilang karena hal-hal yang dibahas terlalu serius. Namun, jika diperlukan untuk membicarakan hal-hal serius itu dilakukan oleh beberapa anggota saja dan akan diumumkan ke anggota lainnya setelah hasil diskusi tersebut dibuat. Waktu yang digunakan untuk berkumpul juga bersifat fleksibel karena semua anggota komunitas Sumber Senang adalah pekerja dan hampir semuanya sudah berkeluarga.

Setelah berkenalan satu sama lain, masuk ke tahap kedua yaitu umpan maju. Anggota komunitas mulai membicarakan secara lebih rinci terkait target penerima donasi, strategi, dana, sponsor, pembagian tanggung jawab, rute perjalanan, kebutuhan di perjalanan, dan tindakan mitigasi jika terjadi hal yang tidak diinginkan. Hal-hal tersebut mereka bicarakan dalam bentuk diskusi informal secara *online* menggunakan Whatsapp atau Zoom, karena saat itu masih dalam masa pandemi Covid-19 dan tidak memungkinkan untuk bertemu tatap muka. Target yang akhirnya ditetapkan untuk program #berbagisenang adalah pedagang bersepeda. Alasannya selain karena bentuk solidaritas sesama pengguna sepeda, juga menurut para anggota saat itu orang-orang yang paling terkena dampak langsung dari pandemi Covid-19 adalah pedagang bersepeda. Pernyataan tersebut disampaikan oleh informan utama 2 sebagai berikut:

"setau saya kenapa pada akhirnya pedagang bersepeda karena kita adalah komunitas sepeda yang akhirnya pasar yang kita kejar adalah orang-orang yang menggunakan sepeda yang kami rasa paling terkena dampak langsung dari si covid ini" (Harry Akbar, 16 februari 2024).

Pemilihan orang-orangnya sudah ditentukan sebelum berangkat. Terbagi menjadi dua cara, ada yang secara *random* sehingga para anggota sama sekali tidak mengenal orang-orang tersebut, ada juga yang sudah pernah ditemui sebelumnya.

Gambar 2. Para Penerima Dana



Sumber: Instagram Sumber Senang

Para anggota memulai perjalanan selama 12 hari dari tanggal 1-12 Juni 2022 dari Bandung menuju ke Bali dengan total dana yang berhasil terkumpulkan sebanyak Rp22.531.182 yang berasal dari 148 orang. Berkat terbentuknya kepercayaan masyarakat, dana yang terkumpul berhasil mencapai target dan dibagikan kepada total 10 pedagang bersepeda dari tiga daerah yang berbeda, yaitu Bandung, Yogyakarta, dan Denpasar. Para anggota memberikan donasi dengan jumlah Rp2.000.000 kepada sembilan orang, dan satu orang lainnya sebesar Rp1.183.023. Beberapa sponsor turut mendukung program ini dengan memberikan fasilitas dan kebutuhan kepada para anggota, seperti Tiento dan AriGo yang membuat jersey dan topi yang nyaman digunakan oleh para anggota selama bersepeda, dan sponsor lainnya. Strategi dalam menjalankan program ini mencakup pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan #berbagisenang dan *Word of Mouth* yang disebarluaskan kepada teman-teman dari masing-masing anggota, dan anggota komunitas lain dengan tujuan program ini dapat berjalan dengan optimal.

Gambar 3. Update progres donasi #berbagisenang



Sumber: Instagram Sumber Senang

Bentuk promosi yang dilakukan adalah dengan mengunggah poster di akun Instagram masing-masing anggota. Selain untuk mempromosikan program #berbagisenang, Instagram Sumber Senang juga digunakan untuk memberi tahu kepada *followers* khususnya donatur terkait *update* kegiatan setiap harinya, sehingga para donatur dapat mengetahui bagaimana progres perjalanan mereka. Rute yang dipilih oleh para anggota adalah mulai dari Bandung, menuju Banjar, dilanjut menuju Kebumen lalu Yogyakarta, kemudian menuju Sragen lalu Nganjuk, selanjutnya menuju Mojokerto dan Probolinggo, dilanjut Situbondo lalu Gilimanuk, dan terakhir menuju Seminyak. Selanjutnya tahap ketiga yaitu bisnis. Terlaksananya program #berbagisenang dengan

lancar tidak luput dari kerja sama seluruh anggota dan pembagian *jobdesc* yang jelas. Pembagian tugas dilakukan secara fleksibel, informal dan tidak tertulis, meliputi pencarian sponsor, membuat proposal kegiatan, pembuatan akun di Kitabisa.com, pemilihan tempat penginapan dan rute perjalanan, pengelolaan Instagram, dokumentasi, dan *check-in* tempat penginapan. Pemilihan tempat penginapan selama perjalanan dari Bandung ke Bali telah ditentukan sejak awal. Meskipun tidak menutup kemungkinan adanya perubahan saat di jalan, pada akhirnya dilakukan lagi diskusi secara bersama-sama untuk membuat keputusan akhir dari perubahan tersebut.

Perjalanan ini merupakan perjalanan jauh pertama yang dilakukan oleh Sumber Senang. Melihat hal tersebut, para anggota membentuk kelompok selama perjalanan yang terbagi berdasarkan kecepatan dan kemampuan dari masing-masing anggota. Kelompok tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu kelompok kuat yang ditempatkan di depan, kelompok menengah yang berada di tengah, dan kelompok lemah yang diposisikan di belakang. Terdapat pula satu anggota yang bertugas untuk memeriksa jalan untuk memastikan tidak ada anggota yang tertinggal. Biasanya ia ditempatkan di belakang kelompok lemah.

Kemudian masuk ke tahap keempat, yakni umpan balik. Tercapai atau tidaknya tujuan dari program #berbagisenang dapat diketahui melalui tolak ukur keberhasilan yang telah ditentukan sebelumnya oleh para anggota. Fokus dari program ini bukan kepada nominal dana yang terkumpul, melainkan proses saling membantu, dampak positif yang dihasilkan, pencapaian tujuan perjalanan dari Bandung ke Bali, serta dana yang terkumpul dapat tersampaikan dengan lancar.

Gambar 4. Sumber Senang di radio Voks



Sumber: Instagram voksradio

Melebihi ekspektasi para anggota, program ini berhasil menarik perhatian banyak orang dan media. Tanpa direncanakan sebelumnya, media-media seperti Metro TV, Koran Tempo, Radio Voks dan *Concept & Club* mempublikasikan program ini melalui wawancara dengan anggota. Sukses terlaksananya program yang pertama ini membuka peluang untuk para anggota melakukan #berbagisenang yang kedua dengan lebih sukses lagi. Maka dari itu, penting untuk dilakukan tahap evaluasi untuk mengetahui hal apa saja yang perlu dipertahankan dan tidak mengulangi kesalahan yang sama.

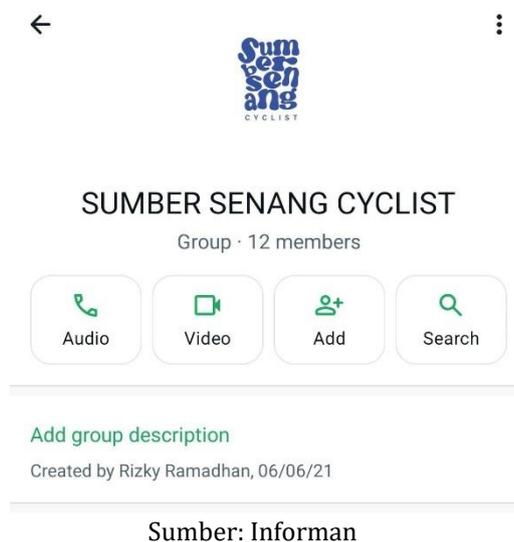
Evaluasi program oleh para anggota Sumber Senang dilakukan secara informal dengan menceritakan kembali pengalaman-pengalaman selama di perjalanan, dan bagaimana cara menyampaikan pesan kebahagiaan dari #berbagisenang kepada lebih banyak orang lagi.

Masuk ke tahap terakhir, yaitu penutupan. Keberhasilan dari program #berbagisenang pertama telah memberikan pengalaman berharga kepada anggota

Sumber Senang dan membuka potensi untuk melakukan #berbagisenang yang kedua dengan rute perjalanan dan target penerima yang berbeda. Kali ini rute yang mereka lewati adalah Bandung, Cirebon, Pemalang, Semarang, Pati, Tuban, Surabaya, Probolinggo, Situbondo, Lembar, dan berakhir di Mandalika. Target yang dituju adalah komunitas penyandang disabilitas. Selain program #berbagisenang yang rutin dilakukan setiap dua tahun sekali, komunitas Sumber Senang juga aktif dalam kegiatan lain yang bertujuan untuk memperkuat rasa kekeluargaan dan solidaritas antaranggota, seperti badminton, bersepeda di malam hari (*night ride*), *bike camping* dan berkumpul santai menikmati waktu bersama.

Elemen kedua adalah bentuk. Komunikasi anggota Sumber Senang mengedepankan kebebasan dan keterbukaan. Tidak ada batasan dalam menyampaikan informasi, ide atau pendapat. Sehingga, seluruh anggota komunitas ini bebas berpartisipasi tanpa memerlukan izin satu orang.

Gambar 5. Whatsapp Group Sumber Senang



Di era digital saat ini, Whatsapp *group* menjadi sarana komunikasi yang dimanfaatkan secara aktif oleh para anggota. *Group chat* tersebut digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti berbagi informasi, saling membagikan ajakan untuk bersepeda atau berkegiatan lain, serta berdiskusi. Salah satunya saat mendiskusikan program #berbagisenang melalui pesan teks, audio, dan video secara *real-time*. Terkadang mereka juga memanfaatkan Zoom atau Google Meet. Komunitas ini terbuka untuk siapa saja yang ingin bergabung, tetapi demi menjaga kenyamanan, keharmonisan dan kekompakan yang telah terjalin, para anggota yang lebih lama bergabung melakukan seleksi untuk melihat dan memastikan karakter orang baru yang ingin bergabung cocok dengan karakter mereka atau tidak. Proses seleksi tersebut difokuskan pada grup Whatsapp yang kental dengan gaya komunikasi bebas dan penuh canda tawa. Proses tersebut dilakukan dengan cara melakukan kegiatan bersama-sama, seperti bersepeda dan badminton yang bertujuan untuk menjalin ikatan emosional atau yang biasa disebut *bonding* antara anggota lama dan anggota baru. Setelah anggota baru memahami bagaimana lingkungan dan gaya komunikasi komunitas ini, para anggota lama

melakukan diskusi informal untuk memutuskan apakah karakter orang tersebut bisa diterima atau tidak. Proses seleksi ini bukan untuk mendiskriminasi orang baru yang ingin bergabung, tetapi para anggota lama ingin memastikan setiap anggota merasa nyaman dan bahagia saat tergabung dalam komunitas ini. Selain itu karena memiliki atmosfer yang santai dan informal, faktor usia tidak pernah dihiraukan atau menjadi batasan mereka dalam berinteraksi, dan menyampaikan pendapat atau ide. Maka dari itu, bentuk kelompok yang terlihat dari komunitas ini adalah bentuk meja bundar karena saat mendiskusikan program ini proses komunikasi dimulai oleh Rizky dan temannya. Mereka yang selalu lebih dulu membicarakan hal-hal terutama yang bersifat teknis. Setelah diskusi tersebut membuahkan hasil atau keputusan yang matang dan keduanya sudah yakin terhadap keputusan tersebut kemudian disebarakan kepada anggota-anggota lain untuk membahas lebih rinci lagi terkait sponsor, tempat penginapan, rute perjalanan, dan lainnya. Para anggota yang lain juga memiliki kebebasan untuk menyampaikan ide atau pendapat saat diskusi berjalan karena setiap keputusan yang diambil dalam program ini dilakukan secara musyawarah dan kesepakatan bersama. Pengemasan pesan yang dilakukan oleh Rizky dan temannya terhadap anggota-anggota lainnya dilakukan secara informal dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh seluruh anggota. Hasil tersebut selaras dengan penafsiran bentuk meja bundar menurut teori yang digunakan.

Elemen ketiga adalah budaya. Komunitas ini identik dengan nilai budaya yang positif, seperti kekeluargaan yang terlihat ketika salah satu anggota sedang mengikuti *event* tertentu lalu anggota lain turut memberi bantuan dan dukungan baik berupa dana atau motivasi, serta komunikasi yang menggunakan bahasa Sunda, solidaritas, kebebasan, dan semangat berbagi. Kegiatan bersepeda bersama menjadi wadah untuk memperkuat nilai-nilai tersebut, sehingga menjadikan kegiatan tersebut semakin bermakna. Bagi para anggota, komunitas ini menjadi suatu ruang untuk secara bebas memberikan dukungan satu sama lain. Tidak ada aturan yang mengikat untuk menyebarkan informasi dan menyuarakan ide kegiatan. Namun, saat di perjalanan tetap memprioritaskan keamanan dan keselamatan para anggota saat berkendara. Selama di perjalanan, para anggota komunitas bertanggung jawab terhadap keselamatan diri masing-masing karena seluruh anggota telah memahami aturan-aturan bersepeda di jalan raya, seperti bersepeda di jalur kiri dan berpindah ke jalur tengah jika ingin menyalip kendaraan lain. Komunitas ini memberi contoh yang positif bagi pengguna jalan lain bahwa dengan semangat kebersamaan dan kekeluargaan mereka dapat berkontribusi dalam menciptakan ketertiban di jalan raya. Para anggota tidak diwajibkan untuk selalu menghadiri setiap kegiatan yang direncanakan. Berpegang pada prinsip fleksibel dan spontan, seluruh anggota dapat bebas mengatur keikutsertaannya dengan menyesuaikan kesibukan masing-masing. Demikian hal tersebut dapat memperkuat rasa kebersamaan seluruh anggota, tanpa ada yang merasa terbebani. Ide kegiatan dapat diusulkan oleh siapa saja dan anggota komunitas yang lainnya akan berusaha untuk mewujudkannya secara bersama-sama. Meskipun tidak memiliki kegiatan perayaan komunitas, komunitas ini memiliki #berbagisenang sebagai program rutin yang dilakukan secara terjadwal setiap dua tahun sekali. Program tersebut sekaligus menjadi wujud nyata dari komitmen para anggota komunitas untuk menyebarkan kebaikan untuk masyarakat sekitar.

Elemen terakhir adalah kekuasaan. Peneliti menyatakan bahwa dengan fokus penelitian ini adalah terhadap program #berbagisenang, sehingga berdasarkan hasil

wawancara dapat dikatakan terdapat kekuasaan yang terletak pada dua anggota, yaitu Rizky dan temannya selama menjalankan program ini dari awal hingga akhir. Meskipun tidak memiliki struktur jabatan secara formal dan tertulis karena sejak awal sudah membentuk kelompok sebanyak lima orang. Namun, ada dua anggota yang disebut sebagai *founder* dan *co-founder* dari program ini. Meskipun tidak secara pribadi mengakui bahwa mereka penemu program ini, tetapi para anggota yang lain tahu bahwa dari mereka ide untuk melakukan #berbagisenang muncul. Maka dari itu, setiap keputusan dalam komunitas diambil dengan cara musyawarah dan mufakat karena seluruh anggota memiliki kedudukan yang setara dan saling menghargai satu sama lain. Tidak ada senioritas dalam komunitas ini, sehingga seluruh anggota bebas memberikan candaan dan bersenang-senang tanpa rasa sungkan dan takut dihakimi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam kelompok yang baik dan sesuai dengan teori *Small Group Communication* dapat membantu program #berbagisenang berjalan dengan optimal dan tujuan awal membantu pedagang bersepeda yang membutuhkan dapat tercapai. Seluruh elemen yang diterapkan pada #berbagisenang adalah elemen yang dijelaskan oleh De Vito (2018) sebagai elemen yang telah umum terjadi pada kelompok kecil. Selain itu, hasil temuan penelitian ini juga mengisi kekurangan pada saran dari riset sebelumnya yang dilakukan oleh Sumardiono (2022), yaitu melakukan wawancara dengan pengelola program #berbagisenang sehingga data yang didapatkan lebih lengkap.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang disampaikan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok yang terjadi pada Sumber Senang dalam menjalankan program #berbagisenang selaras dengan teori yang digunakan, yaitu *Small Group Communication*. Terdiri dari elemen tahapan, yang pertama yakni pembukaan terlihat ketika para anggota berkenalan satu sama lain secara informal. Tahap kedua para anggota mulai memasuki tahap umpan maju, yaitu mendiskusikan secara rinci hal-hal baik teknis maupun nonteknis. Tahap ketiga, bisnis, masing-masing anggota diberi tanggung jawab yang berbeda-beda, tetapi hal itu bersifat fleksibel karena menyesuaikan keadaan saat di perjalanan. Tahap keempat yaitu umpan balik. Tujuan dari program ini yang terdiri dari dana tersalurkan dengan lancar, perjalanan 1.000 KM berhasil mencapai tujuannya di Bali, proses saling membantu, dan dampak positif yang dihasilkan, berhasil tercapai bahkan melebihi ekspektasi para anggota karena sampai berhasil menarik perhatian media. Evaluasi program dilakukan secara informal dengan menceritakan pengalaman masing-masing anggota saat di perjalanan. Tahap yang terakhir adalah penutupan. Program #berbagisenang kedua pada 11 Mei 2024 dilakukan dengan tujuan dan target penerima dana yang berbeda. Target perjalanan menuju Lombok dengan penerima dana adalah komunitas penyandang disabilitas. Kegiatan lain yang secara aktif dilakukan oleh para anggota meliputi *night ride*, *bike camping*, badminton, dan bersantai bersama. Elemen kedua membahas terkait bentuk. Bentuk meja bundar merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dalam komunitas ini dengan proses komunikasi yang dimulai dari Rizky dan temannya dan selanjutnya kepada anggota komunitas yang lain. Komunikasi yang terjalin antaranggota terjadi secara bebas, terbuka, dan tidak ada batasan dalam menyampaikan ide, pendapat atau informasi. Tidak ada faktor yang menjadi batasan untuk mereka saling berinteraksi. Alat yang digunakan untuk berkomunikasi sehari-hari dan mendiskusikan terkait program

ini dan kegiatan lainnya adalah Whatsapp dan Zoom. Elemen ketiga adalah budaya. Komunitas ini sangat kental dengan nilai budaya kekeluargaan, solidaritas, semangat berbagi, dan kebebasan. Tidak ada aturan bersepeda atau norma komunitas yang tertulis di komunitas ini. Seluruh anggota sudah paham harus seperti apa mereka bersikap ketika menjadi peseda dan bertemu pengguna jalan yang lainnya di jalan raya. Elemen keempat yaitu kekuasaan. Kekuasaan pada program ini dapat terlihat dari dua anggota yang paling lama menjadi anggota di komunitas ini dan menjadi kendali terhadap proses dan perencanaan program ini.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penelitian ini. Berdasarkan temuan dari setiap elemen *Small Group Communication* pada penelitian ini, salah satunya terkait budaya komunitas yang informal, seperti kekeluargaan, solidaritas, dan kebebasan, serta adanya kekuasaan yang terletak pada dua anggota komunitas dalam menjalankan program ini, peneliti selanjutnya dapat membahas efektivitas komunikasi kelompok yang terjadi pada komunitas ini dalam proses pelaksanaan program #berbagisenang yang kedua dengan menggunakan metode kuantitatif. Adapun berdasarkan temuan lain terkait strategi pada program ini yang mengandalkan Instagram dan *Word of Mouth*, komunitas ini diharapkan memikirkan perancangan strategi yang berbeda dan lebih baik setiap dua tahun sekali saat program #berbagisenang dilaksanakan, serta memperbanyak kegiatan atau program lain yang belum pernah dilakukan sebelumnya dengan tujuan agar komunikasi, hubungan, dan budaya yang telah tumbuh di dalam komunitas dapat tetap terjaga dan semakin erat dan untuk menambah variasi program yang dilakukan.

Referensi

- Anggraeni, S., & Suherman, M. (2022). Strategi Komunikasi Komunitas Paredu.Id dalam Mensosialisasikan Program Parenting Education. *Bandung Conference Series: Public Relation*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.4019>
- Creswell, J. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan* (S. Qudsy, Ed.; 3rd ed.). PUSTAKA PELAJAR.
- De Vito, A. J. (2018). *Human Communication: The Basic Course* (Fourteenth). Pearson Higher Education.
- Dirgantara, P. (2022, April 20). *Berbagi Senang untuk Pedagang Bersepeda*. Kitabisa.Com. <https://kitabisa.com/campaign/berbagisenang>
- E-Media Solusindo. (2008). *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis*. PT Elex Media Komputindo.
- Gerber, E. M., Hui, J. S., & Kuo, P.-Y. (2012). *Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms*. *Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics*, 2(11), 10.
- Khairuddin, N., & Ishak, M. (2022). Exploring *Crowdfunding* Potential for Supporting Community-Based Tourism in Malaysia. *International Journal of Islamic Business*, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.32890/ijib2022.7.2.1>
- Ocktaviany, T. (2020, June 26). *Bersepeda Menjadi Tren Positif di Tengah Pandemi Covid-19*. INews.Id. <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/bersepeda-menjadi-tren-positif-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Prasetyo, D., Fitriyani, N., & Pradana, B. (2022). Strategi Komunikasi ECOTON dalam Mendapatkan Donatur Melalui Program *Crowdfunding* di Kitabisa.com. *Environmental Pollution Journal*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.58954/epj.v2i1.43>

- Ramadhan, M., & Hendratmi, A. (2023). Moslem Millennials Donor Intention Through Donation-Based *Crowdfunding* In Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10, 41-56. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20231pp41-56>
- Sumardiono, N. (2022). Aktivisme Digital dalam Konteks Penggalangan Donasi Fandom BTS (ARMY) Indonesia Melalui Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 113-128.
- Susilawaty, F. T. (2022). DONASI RAME-RAME: ANALISIS MEDIA SIBER KITABISA. COM. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(1), 134-144. <https://doi.org/10.31289/jikq.v5i1.129>
- Zulmi, S. (2020, December 30). *Dampak Covid-19 Terhadap Penurunan Pendapatan Pedagang Kaki Lima | kumparan.com*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/silvia-novri-zulmi/dampak-covid-19-terhadap-penurunan-pendapatan-pedagang-kaki-lima-1um3zisi76M>