

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Derasnya arus informasi di tengah publik membuat masyarakat mengalami pergeseran kebiasaan dalam membelanjakan kebutuhan sehari-hari. Sebab, dengan mengalirnya arus informasi, publik menerima berbagai referensi produk konsumsi yang menimbulkan daya pikat tersendiri di benak mereka. Akibatnya, daya pikat tersebut meningkatkan aktivitas konsumsi berlebih dan terkadang di luar batas kewajaran kapasitas konsumsi masing-masing individu.

Menurut Nandito (2020) pola perilaku konsumtif ini terkadang tidak berbanding lurus dengan pendapatan sehari-hari masyarakat Indonesia, terutama kelas menengah. Padahal, perilaku konsumtif ini menimbulkan konsekuensi panjang terhadap keseimbangan neraca keuangan secara individual. Maka, guna membendung pola perilaku ini, diperlukan suatu kesadaran yang nantinya dapat memberi stimulus positif ketika seseorang dihadapkan pada suatu aktivitas konsumsi.

Kota Solo, adalah salah satu kota rujukan pariwisata terpenting di Indonesia. Daya tarik Kota Solo terletak pada kekayaan budaya dan tradisi yang menjadi keunggulan lokal di hadapan para turis, baik domestik maupun mancanegara. Belakangan ini, Kota Solo juga tengah menjalani fase pembangunan yang cukup gencar. Infrastruktur transportasi dibangun dengan marak, gedung-gedung bertingkat tinggi dibangun di mana-mana, dan hotel-hotel menjamur seiring melesatnya perkembangan bisnis pariwisata di kota ini.

Melihat dinamika perencanaan dan pembangunan kota yang sarat dengan modal kapital, masyarakat Kota Solo pun turut mengalami pergeseran konsumsi. Terutama mengingat masyarakat Kota Solo juga tak luput dari arus globalisasi yang menempatkan masyarakat sebagai *market*. Karena itu, masyarakat Kota Solo juga tak lepas dari fenomena aktivitas konsumtif yang berpotensi menggerus nilai-nilai kebudayaan di kota ini seperti: kebermaknaan hidup, spiritualisme kerja, dan diferensiasi lokalitas lewat ritme hidup yang lamban. Hal-hal demikian yang lantas mendorong segelintir kelompok anak muda merefleksikan fenomena ini. Setelah itu, mereka yang sadar akan dampak pola perilaku konsumtif ini bergerak dan berkarya. Mereka kemudian membentuk sebuah gerakan yang ditujukan untuk mengurangi pola perilaku konsumtif di tengah masyarakat.

Ide pembentukan komunitas ini mengadopsi gerakan Skoros dari Yunani yang semangat dan fenomenanya nyaris serupa di Indonesia. Hanya saja, di Yunani, negara nyaris di ambang kebangkrutan. Masyarakat Yunani mulai kesulitan bertransaksi lantaran uang tak lagi memiliki nilai tambah. Sehingga muncul ide untuk membuka ruang barter barang tanpa uang untuk keperluan sehari-hari, bernama Skoros. Kemudian, gerakan tersebut juga mendorong segelintir anak muda di Indonesia yang resah dengan perilaku konsumtif masyarakat, mendirikan dengan penyesuaian terhadap kearifan lokal, seperti yang terjadi di Kota Solo (Nandito, 2020).

Selepas berkumpul dan berdiskusi selama beberapa hari dan dilanjutkan dengan pembahasan di media sosial, dibentuklah komunitas yang konsep dan formulasinya sama seperti Skoros di Yunani. Akan tetapi, oleh mereka yang bergerak di awal-awal pendirian, komunitas disepakati berdiri tanpa struktur organisasi. Komunitas ini juga dicita-citakan menekankan solidaritas, kesepahaman, dan humanisme tanpa penekanan terhadap intervensi formal organisasi. Hal itu disepakati agar langkah atau ranah gerak komunitas di masa depan dapat ditentukan lewat penyesuaian atas situasi ekonomi, sosial, dan budaya (ekosob) secara luwes sembari mengecualikan aturan birokratis organisasi yang membelenggu.

Setelah melalui perdebatan yang cukup panjang menentukan nama yang akan dipakai, akhirnya nama Joli-jolan pun disepakati. Nama Joli-jolan diadaptasi dari istilah bahasa Jawa *ijol-ijolan* yang memiliki arti tukar-menukar. Penamaan dengan saduran istilah bahasa Jawa ini ditujukan guna menyelaraskan cita-cita pendirian komunitas sekaligus memberi pesan simbolis ihwal pentingnya perilaku berbagi ke tengah masyarakat.

Pada awalnya, ranah gerak komunitas Joli-jolan ini memang didominasi oleh aktivitas tukar-menukar barang. Barang-barang yang disediakan oleh para relawan kebanyakan berupa perabotan rumah tangga, sandang, dan keperluan belajar pelajar sekolah dasar hingga menengah. Aktivitas ini juga digelar dalam suatu galeri yang dibuka dalam jadwal tertentu. Seiring berjalannya waktu, Joli-jolan pun mulai dikenal secara luas. Dari yang mulanya hanya dikenal masyarakat di sekitar Kerten tempat galeri Joli-jolan dibuka, sampai akhirnya bergaung sampai ke luar Kota Solo.

Lambat laun, setelah melewati berbagai agenda dan evaluasi bersama, komunitas ini menjadi sebuah gerakan filantropis bernama Joli-jolan. Selain membuka ruang barter barang di galeri mereka, Joli-jolan mulai intens menggelar diskusi publik yang berkolaborasi bersama elemen masyarakat sipil lainnya. Joli-jolan pun turut membuka ruang aktivitas *urban farming*,

donasi pangan saban hari Jumat, dan agenda donor darah yang rutin digelar setiap satu bulan sekali.

Dengan semakin meluasnya ranah gerak Joli-jolan, partisipasi masyarakat di dalam agenda Joli-jolan turut mengikuti kecenderungan yang sama. Publikasi Joli-jolan pun ikut terdongkrak. Sebab, tak sedikit media massa yang meliput berbagai agenda para relawan. Sehingga Joli-jolan lambat laun menjadi salah satu komunitas yang diperhitungkan di kancah elemen masyarakat sipil.

Praktik berjalannya komunitas Joli-jolan ini dipacu dengan semangat sukarela. Mereka yang terlibat dalam komunitas ini juga tidak dibatasi dalam suatu latar belakang tertentu. Bahkan sebagian relawan ini berangkat dari kalangan mahasiswa. Karena keberagaman itu, aktivitas mereka pun menjadi lebih dinamis, produktif, dan menyentuh pelbagai kalangan tanpa terkecuali.

Selain itu para relawan biasanya adalah orang-orang yang memiliki "*human capital*" atau modal seperti pendapatan, kepemilikan dan pendidikan, yang lebih banyak. Sebab, kenyataannya "*human capital*" sangat dibutuhkan dalam kegiatan kerelawanan (Mutchler, Burr & Caro, 2003). Kurangnya sumber daya yang dimiliki relawan juga menjadi salah satu alasan kebanyakan aktivitas relawan terhenti (Wilson, 2000).

Beberapa penelitian menuliskan jika *personal value* dan keyakinan seseorang berpengaruh terhadap motivasi awal relawan, setidaknya terlihat pada beberapa tipe aktivitas kerelawanan. Mereka yang memiliki keyakinan kuat terhadap betapa mulianya perbuatan menolong orang lain akan lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang sejalan dengan keyakinan tersebut (Wilson, 2000).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa yang melatarbelakangi atau memotivasi subyek menjadi relawan?
2. Bagaimana gambaran penghayatan makna hidup yang dirasakan oleh subyek?
3. Apa saja manfaat psikospiritual yang didapat oleh relawan?

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud agar memberikan manfaat bagi beberapa hal: Pertama manfaat teoritis, yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu psikologi terkait dengan psikologi sosial. Manfaat Praktis, yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan kepada orang-orang yang berminat menjadi relawan, terutama di Gerakan Joli-Jolan. Serta bisa dijadikan masukan bagi organisasi kerelawanan dan individu relawan untuk dapat meningkatkan motivasi serta komitmen jangka panjang menjadi relawan dengan melihat faktor-faktor apa saja yang dapat membuat relawan dapat bertahan dalam menghadapi tantangan, kendala, serta berbagai konsekuensi saat menjalani peran sebagai relawan.