

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunitas adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan minat, tujuan, atau latar belakang, dan saling berinteraksi dalam suatu lingkungan. Komunitas Joli Jolan merupakan komunitas sosial yang berada di Solo, Jawa Tengah. Komunitas ini mendorong kebiasaan berbagi dan mengurangi gaya hidup konsumerisme dengan mengadakan kegiatan tukar-menukar barang. Nama "Joli Jolan" sendiri diambil dari bahasa Jawa "ijol-ijolan," yang memiliki makna tukar-menukar. Melalui filosofi ini, komunitas ini berupaya menciptakan ruang solidaritas dengan cara bertukar dan berbagi barang secara cuma-cuma. Hal ini dilakukan sebagai bentuk 'perlawanan' kecil terhadap budaya konsumerisme yang terus mengakar di kehidupan manusia (jolijolan.org, 2025).

Joli Jolan didirikan pada 21 Desember 2019 dan sudah berusia 5 tahun hingga saat ini. Awal mula hadirnya komunitas ini yaitu didirikan oleh 3 inisiator yang bernama Chrisna Chanis Cara, Septina Setyaningrum, dan Sukma Larastiti. Bermula dari pencarian Chrisna mengenai ide baru melalui film dokumenter tentang Chronos. Ia mengenal dan mulai menerapkan sistem barter, donasi, dan pengambilan barang gratis. Ide awal komunitas ini pun lahir dari konsep tersebut. (Maheswari, 2024). Konsep ini sebetulnya bukan menjadi hal yang baru, sebab sudah diterapkan sejak zaman dulu.

Pada zaman dulu, manusia melakukan barter dilakukan tanpa uang, melainkan melalui pertukaran barang atau jasa sesuai kebutuhan. Namun, seiring waktu, uang menjadi alat utama transaksi. Meski begitu, dalam hal kepedulian sosial, uang bukan satu-satunya motivator. Banyak orang dan komunitas terdorong oleh empati dan solidaritas untuk membantu sesama, baik dengan donasi uang maupun dengan menyumbangkan tenaga, waktu hingga suatu barang yang masih layak digunakan. Salah satu bentuk nyata dari semangat tersebut dapat dilihat dalam aksi komunitas Joli Jolan.

Joli jolan mempunyai slogan yang berbunyi “Ambil sesuai kebutuhan berikan sesuai kemampuanmu”, komunitas Joli Jolan ingin menjadi ruang publik untuk dapat berbagai barang yang masih layak dipakai. Hal ini bisa dilakukan oleh siapapun tanpa membedakan kasta seperti orang kaya atau pun orang miskin, sehingga semua orang bisa berdonasi dan menerima donasi secara gratis. Manusia memerlukan pemenuhan kebutuhan primer maupun sekunder dalam kehidupannya. Komunitas Joli Jolan berperan dengan mengumpulkan berbagai barang yang mencakup pakaian, buku, perlengkapan rumah tangga, alat tulis dan perlengkapan sekolah, dekorasi atau perkakas rumah, makanan, kebutuhan hewan peliharaan, hingga barang-barang koleksi. Joli Jolan juga memiliki program bernama Bank Pangan yang terinspirasi dari gerakan global Food Not Bombs. Melalui program ini, mereka rutin membagikan makanan gratis setiap hari Sabtu di halaman rumah pinjaman yang terletak di Jalan Siwalan No.1, Kerten, Laweyan, Surakarta. Joli Jolan pun aktif mendukung UMKM dan usaha rumahan melalui Peken Joli Jolan, menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih mandiri. Selain barter dan berbagi barang gratis, komunitas ini menjadi wadah edukasi dengan mengadakan diskusi dan workshop seputar isu lingkungan serta perkotaan, seperti workshop komposter, palur plasa, dinas pertanian anggur APAD, hingga melakukan program donor darah untuk menjadikannya tempat yang inspiratif bagi siapa saja yang ingin berkontribusi pada perubahan sosial yang positif

Komunitas Joli Jolan sudah memiliki 20-an sukarelawan dan memiliki kurang lebih 1.000 anggota (Pristiandaru, 2024). Jika jumlah anggota terus bertambah, maka tujuan yang diinginkan oleh komunitas Joli Jolan dalam mengurangi perilaku konsumerisme akan berhasil. Komunitas Joli Jolan memahami bahwa sekitar 60% barang di rumah kita sering kali hanya dibiarkan begitu saja tanpa pernah digunakan (jolijolan.org, 2025). Padahal, di luar sana ada banyak orang yang mungkin sangat memerlukan dan bisa memanfaatkan barang-barang tersebut dengan lebih baik. Hal ini karena adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang telah memengaruhi pola konsumsi dan gaya hidup manusia secara signifikan. Salah satu perubahan terbesar adalah pesatnya pertumbuhan e-commerce, yang kini menjadi fenomena global dan memengaruhi berbagai kelompok usia, termasuk remaja. Dalam kehidupan sehari-hari, remaja cenderung

berupaya menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, yang paling tampak melalui cara mereka berpakaian (Elmayanti, Laksono, Shalshabella, & Ristanti, 2023). Remaja dikenal adaptif terhadap teknologi dan cenderung mudah mengadopsi belanja *online* karena kemudahan akses, beragam pilihan, transaksi praktis, serta promosi dan diskon menarik. Namun, fenomena ini juga memengaruhi gaya hidup dan meningkatkan perilaku konsumtif mereka (Rohmah, Silviahana, Titasyfa, Ibrahim, & Hidayat, 2024). Masyarakat kini bisa dengan mudah untuk mencari dan membeli produk di seluruh dunia melalui beragam platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan sejenisnya.

Kemudahan akses belanja mendorong masyarakat membeli barang viral di media sosial, seperti fashion, elektronik, dan produk kesehatan. Diskon dan harga murah dalam belanja *online* juga sering memicu pembelian impulsif, menyebabkan penumpukan barang dan timbunan sampah yang tidak terkelola. Septina selaku salah satu inisiator Joli Jalan mengungkapkan bahwa hadirnya Joli Jalan sebenarnya merupakan bentuk perlawanan terhadap kondisi perkotaan di Solo, di mana warga setiap harinya harus menghadapi berbagai masalah seperti sampah, pencemaran lingkungan, dan kurangnya solusi yang efektif (Sodiq, 2025). Dimana fenomena ini melahirkan komunitas Joli Jalan dalam melawan bentuk konsumerisme dengan aksi nyata melalui adanya kegiatan *offline* di Solo, namun tetap melibatkan media digital seperti Instagram untuk menjangkau publik secara luas. Oleh karena itu, Instagram memiliki peran sebagai sarana komunikasi dan penyebaran aktivitas Joli Jalan di ranah digital.

Instagram, berperan penting dalam menyebarkan informasi tentang keberadaan komunitas seperti Joli Jalan. Selain itu, Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana advokasi sosial, yaitu suatu upaya untuk mendukung dan memperjuangkan hak-hak sosial individu atau kelompok dalam masyarakat menurut Desnawati dalam (Ananda & Tohari, 2023). Hal ini disebabkan oleh Instagram yang merupakan platform media sosial yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk berbagi ide, pemikiran, dan informasi dalam sebuah jaringan serta komunitas virtual. Sebagai media berbasis internet, Instagram memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk berkomunikasi dan mengakses berbagai jenis konten digital dapat disebarkan dengan cepat membagikan informasi

pribadi, komunitas, atau organisasi dalam berbagai format seperti dokumen, foto, video, dan lainnya. Saat ini, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada awal tahun 2024 mencapai 100,9 juta. Ini setara dengan 36,2% dari total populasi Indonesia. Selain itu, sekitar 54,5% dari pengguna Instagram adalah perempuan, sementara 45,5% adalah laki-laki (Kemp, 2024).



Gambar 1.1. Akun Instagram Komunitas joli_jolan
Sumber: <https://shorturl.at/XT1oG>

Melalui platform ini, lebih banyak orang dapat mengetahui dan berpartisipasi dalam ruang solidaritas yang dihadirkan Joli Jolan. Pada akun Instagram Joli Jolan sendiri sudah memiliki 32.500 ribu pengikut dengan 479 jumlah postingan. Komunitas Joli Jolan bersifat terbuka, sehingga siapa pun dapat terlibat tanpa batasan latar belakang, baik sebagai penerima manfaat, relawan, donator maupun masyarakat lainnya. Komunitas ini menjadi lebih mudah untuk menginformasikan seputar kegiatan yang dilakukan dan juga bisa menjadi ruang untuk mempermudah para donatur jika ingin menyumbangkan barang yang sudah tidak terpakai. Selain Instagram, Joli Jolan juga aktif menggunakan TikTok, website, dan YouTube untuk menjangkau lebih publik agar mengetahui adanya komunitas yang peduli akan solidaritas sosial seperti Joli Jolan. Komunitas Joli Jolan memulai mengunggah di akun Instagramnya pada 6 Desember 2019, dimana isi kontennya mayoritas memperlihatkan aktivitas berbagi yang dilakukan atau terkait kolaborasi Joli Jolan dengan pihak lain seperti dokter, olahragawan hingga relawan yang memiliki tujuan yang sama, kemudian terdapat konten testimoni dari pengunjung. Selain itu terdapat highlight Instagram yang akan mempermudah bagi followers baru atau calon donator yang ingin memberikan donasi karena terdapat

kolom Q & A, Tentang Kami, Interaksi, Lini Usaha, Makanan Gratis, JJ X Covid-19, Saling Bantu, hingga ArmTheHomeless.



Gambar 1.2. Konten video Reel Instagram “Testimoni Pengunjung” @joli_jolan
Sumber: <https://www.instagram.com/reel/CjKB5vBDCSG/?igsh=ZnliOHk0MnRhaWln>

Contoh konten yang diunggah oleh akun Joli jolan di platform Instagram, sebagaimana terlihat pada konten yang berupa video di atas, memiliki daya tarik tersendiri yang mampu memancing diskusi aktif di kalangan netizen, baik melalui kolom komentar maupun berbagai bentuk interaksi lainnya.

Tabel 1.1. Konten Reel “Testimoni Pengunjung”

Konten Video Reel “Testimoni Pengunjung”	
Deskripsi Konten	Pada gambar tersebut menampilkan Mbak Titik, seorang warga Kerten, yang mengunjungi Joli Jolan untuk mencari baju bagi ibu dan anak yang masih kecil. Dalam isi konten tersebut berisikan tentang Mbak Titik yang merasa terbantu dengan adanya komunitas Joli Jolan karena bisa mendapatkan barang secara gratis, lalu Mbak Titik juga terdapat kesan pesan untuk komunitas Joli Jolan.
Tanggal Unggah	1 Oktober 2022
View	34.700 ribu penonton
Like	840 likes
Komentar	8 komentar
Tanggapan Netizen	Melalui konten tersebut mendapatkan komentar dari berbagai akun seperti “Mba nya ramah banget” hingga komentar dengan emoticon love. Selain itu konten-konten ini juga mengundang keterlibatan yang terlihat dari kolom komentar yang mana ada yang menanyakan “Dimana mau mendonasikan?” dan “Saya ada baju masih bagus. Tapi ukuran dewasa apakah bisa juga didonasikan?”

Sumber: Olahan Peneliti



Gambar 1.3. Konten video Reel Instagram “Tentang Komunitas Joli Jolan” @joli_jolan
 Sumber: <https://www.instagram.com/reel/CjKB5vBDCSG/?igsh=ZnliOHk0MnRhaWln>

Contoh konten diatas berikut yang diunggah oleh akun Joli jolan di platform Instagram, sebagaimana terlihat pada gambar di atas, memiliki konten kolaborasi dengan pihak lain yang mengundang diskusi melalui kolom komentar maupun berbagai bentuk interaksi lainnya.

Tabel 1.2. Konten Reel “Tentang Komunitas Joli Jolan”

Konten Video Reel “Tentang Komunitas Joli Jolan”	
Deskripsi Konten	Pada gambar disebelah kanan terdapat konten kolaborasi antara akun @mewalik dengan @joli_jolan. Akun @mewalik atau yang memiliki anam asli Daniel Adi Susanto yaitu salah satu petani sekaligus konten creator yang membagikan ilmu seputar pertanian. Dalam konten kolaborasi ini berisikan tentang seputar komunitas Joli Jolan yang berada di Solo, seperti komunitas ini hanya tidak memerlukan uang dan hanya perlu KTP untuk mendaftar menjadi member. Kemudian komunitas ini memiliki banyak barang yang bisa dipilih masyarakat sepert pakaian, mainan anak, sayur mayur, hingga peralatan sekolah. Joli Jolan tidak hanya menawarkan barang, tetapi juga terdapat yang menawarkan jasa konsultasi gratis, petani yang menyumbangkan hasil panen, hingga warga yang berulang tahun yang ingin merayakan bersama Joli Jolan
Tanggal Unggah	13 Oktober 2024
View	2,3 juta penonton
Like	180.000 ribu
Komentar	4.922 ribu
Tanggapan Netizen	Melalui konten tersebut mendapatkan komentar dari berbagai akun seperti “Bagus konsepnya. Kadang kita punya baju masih bagus dan layak pakai tapi kekecilan, mau diberikan tetangga juga gak butuh, mau di buang sayang. Dengan acara seperti ini sangat membantu”, hingga komentar “gerakan rakyat untuk rakyat, keren banget sih ini disaat negara seperti ini”. Selain itu konten-konten ini juga mengundang keterlibatan yang terlihat dari kolom komentar yang mana ada yang menuliskan “Kalo mau ikut donasi dikirim kemana kak, saya dari luar solo. Makasih”.

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan pengamatan terhadap konten serupa seperti contoh di atas dapat dikatakan bahwa Instagram telah menjadi saluran komunikasi yang paling intensif digunakan oleh komunitas ini dalam membangun solidaritas digital. Media sosial seperti Instagram berhasil melibatkan partisipasi aktif dari komunitas internal serta mengundang netizen eksternal untuk turut serta mempromosikan inisiatif kepedulian sosial. Melalui saluran bersama yang disediakan, berbagai pihak bekerja sama meningkatkan empati dan solidaritas guna memerangi budaya konsumerisme. Komunitas ini menarik karena relawan berkolaborasi dengan Joli Jalan mengurangi perilaku konsumtif melalui pembuatan konten dengan mendapatkan engagement lebih tinggi. Berdasarkan hasil wawancara awal kepada inisiator Joli Jalan menyatakan bahwa “Jadi di tempat kita itu kalau *followers* banyak itu jadi bonus aja. Kalau sedikit pun enggak apa-apa. Maksudnya enggak dapat bonus atau apa dari *followers* yang banyak. Karena kita bukan konten kreator.”.

Joli Jalan hadir sebagai komunitas yang mengusung konsep "Ruang Solidaritas," dimana keterlibatan anggotanya tidak memerlukan biaya pendaftaran, cukup dengan menunjukkan KTP. Berbeda dengan beberapa komunitas sosial lain yang mewajibkan pembayaran di awal, Joli Jalan menekankan aksesibilitas dan keterlibatan tanpa batasan finansial. Berbeda dengan komunitas lain yang membayar berupa uang untuk menjadi anggota di awal. Di sini, anggota tidak hanya menerima bantuan, tetapi juga berperan aktif sebagai pemberi, menciptakan siklus berbagi yang berkelanjutan. Selain itu, Joli Jalan mendorong pengurangan budaya konsumtif melalui sistem barter barang layak pakai, yang tidak hanya membantu sesama tetapi juga mengurangi limbah dan konsumsi berlebihan.

Komunitas ini menjalankan kegiatannya secara mandiri tanpa bekerja sama dengan pihak luar seperti pemerintah, sebagai wujud dari ideologi dan prinsip solidaritas yang kuat dan independen. Berdasarkan hasil wawancara awal kepada inisiator Joli Jalan menyatakan bahwa “kita juga nggak nerima donasi uang dari pemerintah.” Maka dari itu, Joli Jalan memegang kuat prinsip untuk melakukan aksi dari warga untuk warga. Prinsip ini sejatinya berakar pada nilai-nilai tradisional masyarakat Indonesia.

Tradisi berbagi, seperti konsep yang dilakukan komunitas Joli Jalan telah lama menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Nilai kebersamaan ini kemudian

berkembang dalam berbagai bentuk komunitas berbagi, yang mencerminkan semangat gotong royong. Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan budaya dan tradisi, serta memiliki masyarakat yang beragam. Salah satu tradisi yang paling khas dan mencerminkan identitas bangsa adalah gotong royong. Tradisi ini bukan hanya mencerminkan semangat kebersamaan, tetapi juga memberikan manfaat besar dalam kehidupan sosial masyarakat. Jika budaya ini terus dilestarikan, ia akan mengantarkan bangsa Indonesia menjadi bangsa yang lebih toleran, saling mendukung, dan mampu mewujudkan persatuan (Arief & Yuwanto, 2023). Menurut laporan World Giving Index (WIG) 2024 oleh Charities Aid Foundation (CAF), pada tahun 2024, Indonesia menempati posisi teratas sebagai negara paling dermawan di dunia dengan meraih skor 74 dari total 100 poin. Capaian ini naik dari 2023 yang sebesar 68 poin (Muhamad, 2024). Hal ini tidak hanya sekali diraih oleh Indonesia, tetapi peringkat ini sudah diraih sebanyak 7 tahun berturut-turut.

- Gotong royong yang merupakan bagian tak terpisahkan dari budaya Indonesia memiliki sebagian peran penting dalam memperkuat solidaritas sosial. Prinsip dari gotong royong menurut (Dewanti, Alhudawi, & Hodriani, 2023) terbagi menjadi 4, yaitu, (1) Membantu meringankan tugas yang harus dilakukan. (2) Membentuk sikap sukarela, saling menolong, kebersamaan, dan rasa kekeluargaan di antara anggota masyarakat. (3) Membangun dan mempererat hubungan sosial yang harmonis di kalangan masyarakat. (4) Memperkuat solidaritas antar sesama yang saling membantu, sekaligus menjadi cermin dari persatuan bangsa.

Budaya gotong royong di Indonesia telah bertransformasi seiring perkembangan teknologi dan perubahan sosial. Meskipun praktik tradisionalnya masih ada, terutama di pedesaan, urbanisasi dan gaya hidup modern telah mengurangi frekuensinya di perkotaan. Namun, semangat gotong royong kini menemukan bentuk baru melalui platform digital dan media sosial. Hal ini terbukti dari survei digital yang dilakukan oleh Telkomsel dan tSurvey.id, ditemukan bahwa 69% orang sering melakukan donasi secara *online*, dengan lebih dari 2,5% dari penghasilannya disumbangkan. (Annur, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa praktik solidaritas juga telah bergeser ke ruang digital.

Penelitian ini mengkaji bagaimana komunitas virtual mempraktikkan solidaritas sosial dalam konteks digital. Solidaritas sosial yang dipraktikkan oleh

komunitas @joli_jolan tidak hanya terbatas pada dukungan emosional, tetapi juga mencerminkan bentuk solidaritas advokatif terhadap isu konsumerisme. Komunitas @joli_jolan di Instagram menjadi contoh nyata bagaimana solidaritas sosial dapat dibangun dan dipelihara melalui media sosial. Selain itu, pada September 2024, jumlah penduduk yang hidup dalam kemiskinan mencapai 24,06 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2025). Hal ini memperlihatkan bahwa dengan adanya komunitas Joli Jolan setidaknya bisa membantu menurunkan angka kemiskinan karena tingginya solidaritas masyarakat. Maka dari itu, kehadiran ruang solidaritas Joli Jolan ini diharapkan bisa membantu banyak orang dan bisa menjembatani bagi masyarakat yang ingin mendonasikan barang yang tidak terpakai namun masih layak disalurkan kepada penerima donasi untuk digunakan kembali. Selain menyoroti isu konsumerisme, Joli Jolan juga ingin menekankan pentingnya solidaritas dan kesadaran bahwa berbagi bisa dilakukan dengan berbagai cara tanpa memandang status sosial. Joli Jolan membangun komunitas dan menjalankan kegiatannya melalui berbagai media sosial, seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan website. Namun dengan Instagram sebagai platform utama karena paling aktif digunakan. Melalui media ini, semangat solidaritas pun diwujudkan secara nyata.

Solidaritas sosial yang diupayakan komunitas virtual Joli jolan merupakan bentuk inisiatif mandiri warga masyarakat dalam mengatasi persoalan di lingkungannya. Solidaritas sosial memegang peran penting dalam kehidupan masyarakat, karena menjadi dasar kekuatan bersama dalam menghadapi berbagai persoalan serta mendorong terciptanya saling tolong-menolong antar sesama. Menurut Emile Durkheim, solidaritas sosial adalah kondisi hubungan antara individu dan kelompok yang berlandaskan pada nilai moral serta kepercayaan bersama, yang semakin kuat melalui pengalaman emosional yang dialami secara bersama (Wardani, Yuniariyah, & dkk, 2021, p. 33). S Solidaritas sosial diklasifikasikan ke dalam dua bentuk, yaitu solidaritas mekanik dan solidaritas organik. Solidaritas mekanik ditemukan dalam masyarakat tradisional dengan keseragaman tinggi dan sedikit perbedaan individu. Sementara itu, solidaritas organik muncul dari pembagian kerja dalam masyarakat modern, dimana perbedaan peran dan fungsi menjadi dasar keterikatan sosial (Fitriyah, 2019).

Solidaritas sosial tidak hanya hadir dalam interaksi langsung di dunia nyata, tetapi juga berkembang sebagai bentuk gerakan sosial di ruang digital. Gerakan

sosial merupakan aksi yang dilakukan oleh sekelompok individu dengan tujuan untuk mencapai sasaran tertentu (Wahyudi, 2021). Dalam konteks ini, solidaritas sosial menjadi kekuatan kolektif yang mendorong individu untuk terlibat dalam aksi-aksi kemanusiaan, seperti saling berbagi, membantu sesama, dan memperjuangkan nilai kepedulian melalui platform digital. Komunitas Joli Jolan lahir dari keresahan bersama akan menumpuknya barang tak terpakai di rumah, sementara banyak orang di luar sana masih membutuhkannya. Melalui Joli Jolan, masyarakat bisa saling bertukar barang, mengurangi konsumtif, sekaligus menjalin interaksi sosial baik secara *offline* maupun digital.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana solidaritas sosial dibangun melalui media sosial Instagram dalam komunitas Joli Jolan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Paradigma ini mendasari kebenaran pada kepercayaan (*trustworthiness*), dan keaslian (*authenticity*) (Suyitno, 2018, p. 85). Penelitian ini berfokus pada bagaimana sebuah komunitas virtual dalam interaksi dan konstruksi komunitasnya, maka peneliti menggunakan metode penelitian netnografi dimana menulis tentang interaksi sosial yang terjalin di antara orang-orang (Kozinets, 2015) dengan mengumpulkan data primer dan juga sekunder. Informan penelitian ini terdiri dari informan internal, sehingga peneliti dapat memperoleh data dari hasil wawancara serta menguji data yang telah diperoleh melalui uji konfirmabilitas (*confirmability*), dimana lebih terfokus pada pemeriksaan dan pengecekan (*checking and audit*) Kualitas suatu penelitian bergantung pada keabsahan data, termasuk apakah data tersebut benar-benar diperoleh langsung dari lapangan (Suyitno, 2018, p. 120). Setelah data yang diperoleh telah melewati uji konfirmabilitas, data tersebut akan dianalisis melalui tiga tahapan analisis data, yakni open coding, axial coding, dan selective coding. (Nasution, 2023, p. 68).

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informan, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau syarat tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. (Nasution, 2023, p. 80). Kriteria informan yang dipilih yaitu mengikuti akun Instagram Joli Jolan, sudah menjadi anggota dari komunitas. dan pernah berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan Joli Jolan. Hal ini berarti, pandangan dari individu di luar kriteria tersebut tidak termasuk dalam penelitian, sehingga data yang diperoleh mungkin berbeda jika melibatkan

kelompok lain. Maka dari itu, hasil penelitian ini belum tentu mewakili seluruh populasi karena cakupan informan yang terbatas.

Adapun sumber rujukan yang digunakan dalam penelitian ini yakni, penelitian yang berjudul “Solidaritas Sosial Bagi Generasi Millennial (Studi Pada Anggota Organisasi Ikatan Mahasiswa Gresik UIN Sunan Ampel Surabaya)” yang dilakukan oleh Wafiatul Fitriyah, berasal dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2019. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa solidaritas sosial di kalangan generasi milenial yang tergabung dalam Ikatan Mahasiswa Gresik UIN Sunan Ampel Surabaya tercermin dalam berbagai aktivitas, seperti forum kajian mingguan, musyawarah, kunjungan ke rumah anggota, pelatihan bersama, serta kegiatan keagamaan.

Penelitian kedua, berjudul “Praktek Berbagi Dalam Komunitas Virtual Di Facebook (Studi Netnografi pada Komunitas Fotografi Indonesia)” yang ditulis oleh Haris Pakaya, Stepanus Bo'do, dan Andi Akifah yang berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi dan mendapatkan hasil bahwa Komunitas KFI memaknai berbagi sebagai pertukaran pengetahuan fotografi. Praktik ini dilakukan melalui komunikasi virtual di Facebook, menjadikannya budaya utama yang mempererat hubungan antaranggota.

Penelitian ketiga yaitu “Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi COVID-19: Studi Netnografi terhadap Komunitas *Online* KawalCOVID19.id” yang ditulis oleh Annisa Damayanti dan Kapat Yuriawan yang berasal dari Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyampaian komunikasi risiko melalui konten mendapatkan tanggapan positif dan interaktif dari warganet. Ketertarikan mereka cenderung lebih tinggi terhadap konten berbentuk infografis dengan pesan yang bersifat informatif dibandingkan dengan yang bersifat edukatif. Konten informatif tersebut mencakup pembaruan kasus, himbauan terkait protokol kesehatan, informasi kebijakan pemerintah, serta panduan ibadah.

Dilihat dari ketiga penelitian rujukan di atas, penelitian ini memiliki

kebaruan yaitu mengkaji komunitas Joli Jalan yang mengusung solidaritas sosial melalui Instagram yang juga melawan budaya konsumerisme di Indonesia. Dalam penelitian ini menggunakan metode netnografi dengan pendekatan interaksionisme simbolik dan konsep solidaritas sosial digital. Mengacu pada konsep dasar Herbert G. Blumer pada teori Interaksionisme Simbolik seperti aksi, objek, interaksi sosial, dan aksi bersama. Untuk lebih mendukung penelitian ini menggunakan konsep solidaritas sosial digital (Wahyudi, 2021) dan komunikasi kelompok. Penelitian ini tidak hanya menganalisis konten Instagram, tetapi juga melibatkan wawancara dengan anggota dan pengikut komunitas. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang bagaimana komunitas virtual seperti Joli Jalan membentuk solidaritas sosial melalui media sosial Instagram.

Berdasarkan seluruh pemaparan diatas, untuk itu penelitian ini mengangkat judul “Solidaritas Sosial Digital Dalam Komunitas Virtual @Joli_Jalan Pada Media Sosial Instagram (Studi Netnografi Pada Komunitas @Joli_jalan)”, dimana peneliti ingin melihat bagaimana solidaritas sosial digital dalam komunitas Joli Jalan di media sosial Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana konstruksi dan interaksi komunitas Joli Jalan sebagai bentuk solidaritas sosial digital pada media sosial Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konstruksi dan interaksi komunitas Joli Jalan sebagai bentuk solidaritas sosial digital pada media sosial Instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi beberapa pihak,

seperti:

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memperkaya penelitian Netnografi dengan menggunakan teori interaksi simbolik Blumer dan konsep solidaritas digital.
2. Menambah referensi penelitian dengan tema solidaritas sosial di era masyarakat informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran bagi komunitas virtual serupa mengenai pemanfaatan Instagram sebagai saluran komunikasi kelompok.
2. Membuka wacana warga masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial untuk membangun kepedulian dan solidaritas dalam mengatasi persoalan sosial ekonomi di lingkungannya.

