

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Couchsurfing merupakan salah satu aplikasi keramah-tamahan yang populer di dunia. Para pelancong memanfaatkan aplikasi tersebut untuk memperoleh akomodasi gratis ketika mereka berlibur ke suatu tempat. Mereka dapat memperoleh akomodasi gratis tersebut di rumah *host* Couchsurfing, meskipun para pelancong tersebut tidak pernah mengenal dan bertemu muka dengan *host* yang memberikan tempat tinggal gratis. Selain Couchsurfing, aplikasi sejenis juga memiliki fungsi yang sama, antara lain aplikasi The Hospitality Club, Hospitality Exchange, Servas International, dan Global Freeloaders.com (Molz, 2007, pp. 66–67). Orang-orang mempercayai Couchsurfing.com karena mereka meyakini bahwa situs web Couchsurfing juga memantau bagaimana situs Couchsurfing memberi dan menerima anggota komunitas. Di dalam komunitas Couchsurfing, masing-masing anggota Couchsurfing menyetujui aturan tidak tertulis, seperti menghormati *host* yang telah memberikan akomodasi gratis kepada *surfer* yang datang ke rumahnya, Sementara itu, *host* juga menghormati *surfer* sebagai pelancong yang datang ke rumahnya (Molz, 2007, p. 69)

Individu yang gemar melakukan *travelling*, mereka ‘dirangkul’ oleh aplikasi Couchsurfing. Couchsurfing hadir untuk menjawab kebutuhan dan keinginan para wisatawan muda, mulai dari berwisata ke dalam kehidupan lokal di suatu tempat, hingga berwisata dengan anggaran yang sangat murah. Saat ini para wisatawan muda lebih sering memilih untuk berwisata ke tempat-tempat yang anti-

mainstream dan merasakan hal-hal yang bersifat lokal di kota tersebut (A. Smith, 2019). Sebagai contoh, ketika berwisata ke Jepang, anak-anak muda lebih menyukai akomodasi yang menyediakan futon (tempat tidur Jepang), menikmati panganan khas Jepang, melakukan hal-hal yang biasa dilakukan oleh masyarakat Jepang, dan mempelajari budaya-budaya Jepang. Hal tersebut tidak mereka temukan ketika mereka memilih menginap di hotel. Para *surfer* dapat menginap di rumah *host* sebagai akomodasi utama mereka. Bahkan, sebagian besar *host* juga berupaya untuk menjemput *surfer* di bandara atau di titik pertemuan tertentu. *Host* juga seringkali menjadi *guide* lokal untuk *surfer*, dan *surfer* dapat menikmati fasilitas di rumah *host* tersebut, seperti mesin cuci, peralatan dapur, dan lain sebagainya. Artinya, dengan menggunakan aplikasi tersebut, *surfer* dapat merasakan banyak manfaat, mulai dari akomodasi gratis, *guide*, dan mengenal budaya lokal. Hal ini sesuai dengan *tagline* dari Couchsurfing: *travels like a local*.

Aplikasi Couchsurfing juga berupaya untuk mempermudah komunikasi dan perkenalan antara satu individu dengan individu lainnya. Aplikasi ini juga memudahkan individu untuk menuju ke hubungan yang lebih akrab sebagai teman. Mulanya, *host* dan *surfer* tidak saling mengenal satu sama lain. Berkat aplikasi tersebut, mereka dapat berkenalan satu sama lain. Bahkan, hubungan mereka dapat menjadi lebih intim lagi, seperti pertemnan dan persahabatan. Umumnya, individu yang berkenalan melalui aplikasi Couchsurfing berasal dari kota dan negara yang berbeda. *Surfer* dari Jakarta dapat meminta *request to stay* di rumah seorang *host* di Paris, dan sebaliknya. Hal inilah yang menjadi keunikan bagi aplikasi Couchsurfing, yakni mengaburkan batas-batas ruang, waktu, dan jarak antar

individu. Dua individu selaku orang asing yang belum saling mengenal dan bertatap muka (*strangers*) dan terpisah benua sekali pun dapat melakukan *request to stay* di rumah salah satu pihak. Sisi positif inilah yang membuat jumlah pengguna Couchsurfing meningkat dengan pesat dari tahun 2006 hingga 2020 ini.

Di Inggris, pengguna Couchsurfing mencapai lebih dari 140.000 orang. Couchsurfing merupakan bisnis akomodasi terbesar secara kuantitas di negara itu. Secara kuantitas, Couchsurfing memiliki peminat di atas aplikasi akomodasi berbayar, seperti Airbnb, Homeway, Housetrip, Booking.com, dan bisnis akomodasi lainnya. Aplikasi-aplikasi lain merupakan aplikasi akomodasi *short-term rental*, sementara aplikasi Couchsurfing merupakan aplikasi *gifting* (Inkson, 2019, pp. 42–43). Hal ini menegaskan bahwa akun Couchsurfing merupakan aplikasi yang tidak menawarkan transaksi dengan uang. Maka, siapapun yang menjadi *host* tidak akan memperoleh timbal balik berupa uang dari *surfer* yang menginap di rumah mereka.

Tidak hanya Inggris yang menggunakan Couchsurfing, tetapi juga juga negara-negara lain di seluruh dunia. Jika cakupannya diperluas di seluruh dunia, anggota Couchsurfing juga bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari statistic di dalam situs <http://www.couchsurfing.com/statistics.html>, (diakses pada 18 Oktober 2019), pada tahun 2004, pengguna Couchsurfing masih kurang dari 6.000 anggota. Perlahan-lahan, aplikasi Couchsurfing sudah mulai digunakan oleh individu dari berbagai belahan dunia. Buktinya, pada tahun 2005, jumlah pengguna Couchsurfing meningkat menjadi 45.000 anggota. Pengguna aplikasi Couchsurfing pun menjadi 2.613.846 anggota di tahun 2011. Jumlah

tersebut terus meningkat, hingga di tahun 2019 ini, jumlah anggota dari aplikasi Couchsurfing sudah melebihi 12 juta anggota. Data tersebut mengindikasikan bahwa aplikasi Couchsurfing semakin diminati oleh masyarakat global dari tahun ke tahun.



Gambar 1.1

Peningkatan *member* Couchsurfing (sumber data: <http://www.couchsurfing.com/statistics.html>, diakses pada 18 Oktober 2019)

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs Couchsurfing (diakses pada 18 Oktober 2019), Perancis, Jerman, Inggris, dan Amerika merupakan negara dengan jumlah pemilik akun Couchsurfing terbanyak. Negara Indonesia sendiri sudah akrab dengan aplikasi Couchsurfing, meskipun anggota Couchsurfing belum berjumlah massif seperti anggota-anggota lain di seluruh dunia. Untuk negara Indonesia, kota yang menampung pemilik akun Couchsurfing terbanyak adalah Jakarta, disusul Denpasar, Bandung, dan Yogyakarta.

Data dari situs Couchsurfing pun mengatakan bahwa pengguna aplikasi tersebut rata-rata berusia 20-28 tahun

(<http://www.couchsurfing.com/statistics.html>, diakses pada 18 Oktober 2019). Usia tersebut tidak hanya berlaku di Indonesia, tetapi juga seluruh dunia. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi millennial (lahir pada tahun 1981-1997) di Indonesia pun sudah akrab dengan aplikasi tersebut. Generasi millennial tidak hanya menjadi wisatawan saja, tetapi juga menjadi *host* yang siap menampung orang asing. Fenomena ini kembali menimbulkan pertanyaan, yakni proses tumbuhnya rasa percaya di antara *host* dan *surfer*. Pasalnya, *host* akan berbagi tempat tinggal dan barang-barang berharga miliknya kepada wisatawan. Padahal, wisatawan tersebut tidak memiliki ikatan emosional dengan *host* dan tidak pernah bertatap muka dengan *host*. Artinya, ketika percakapan melalui aplikasi *chatting* terjadi di antara wisatawan dan *host*, telah tumbuh rasa percaya di antara mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa melalui aplikasi *chatting* sekali pun, rasa percaya di antara wisatawan dan *host* dapat tercipta tanpa harus melakukan tatap muka.

Couchsurfing merupakan wujud dari *social media life* atau kehidupan di media sosial. Couchsurfing merupakan aplikasi yang lebih spesifik dibandingkan Google+ maupun Facebook yang mengkoneksikan orang-orang di yang memiliki akun dan jaringan internet satu sama lain. Couchsurfing lebih dispesifikasi untuk orang-orang yang memiliki akun Couchsurfing, memiliki jaringan internet, dan bertujuan untuk *travelling* (Miguel, 2018, p. 61). Selain itu, orang-orang menggunakan Couchsurfing karena mereka ingin mendapatkan teman satu sama lain. Mereka ingin mendapatkan teman dari berbagai macam negara yang berbeda budaya dan jenis kelamin. Hal inilah yang menyebabkan *new members* selalu terbentuk setiap hari (Toeniskoetter, 2013, p. 69).

Fungsi dari Couchsurfing tidak hanya membentuk kehidupan di media sosial. Aplikasi Couchsurfing merupakan salah satu bentuk sarana untuk berbagi akomodasi antara *host* dan *surfer*. *Host* yang memiliki rumah atau kamar indekos berbagi ruangan di tempat tinggal mereka tanpa meminta bayaran pada *surfer* yang datang. Padahal, *host* dan *surfer* belum pernah bertemu dan berkenalan sama sekali. Tidak ada hubungan intim di antara dua individu tersebut. Fenomena ini yang membuat penulis bertanya lebih lanjut, bagaimana rasa percaya di antara *host* dan *surfer* tersebut tercipta? Bagaimana *host* dan *surfer* saling mengembangkan hubungan akrab di antara mereka sehingga tercipta rasa percaya satu sama lain?

Pertanyaan tersebut berhubungan dengan kegiatan ekonomi berbagi yang terus berkembang dari waktu ke waktu, terlebih setelah terciptanya teknologi yang memudahkan segala bentuk transaksi. Sebelum terciptanya aplikasi-aplikasi seperti itu, individu cenderung membagi hal yang mereka miliki hanya kepada orang-orang yang memiliki hubungan emosional atau hubungan intim dengan individu, termasuk berbagi akomodasi (Fremstad, 2018, p. 595). Ekonomi berbagi merupakan kegiatan transaksi yang dilakukan oleh dua individu yang memiliki ikatan emosional, seperti kakak dan adik, suami dan istri, orang tua dan anak, sepasang sahabat, atau tetangga (Lessig, 2008). Selain transaksi ekonomi berbagi, Lessig (2008) juga menjabarkan tentang transaksi ekonomi yang lainnya, seperti transaksi ekonomi komersial dan transaksi ekonomi hibrida. Transaksi ekonomi komersial memiliki ciri khas berupa “uang, harga, dan pasar”. Artinya, di dalam ekonomi komersial, individu yang bertransaksi berhubungan dengan tiga hal itu. Ada harga yang disepakati antara dua individu yang bertransaksi dan harga tersebut dibayar

dengan menggunakan uang. Barang yang dijual pun memiliki masa ‘kadaluarsa’. Jika barang yang dijual tidak sesuai dengan selera pasar, maka barang tersebut tidak akan menjadi bahan transaksi. Sementara itu, transaksi ekonomi hibrida merupakan peleburan dari dua transaksi ekonomi tersebut. Transaksi ekonomi hibrida identik dengan perkembangan teknologi karena dikerjakan oleh orang-orang dari seluruh dunia, seperti transaksi ekonomi antar individu dan komunitas. Produk dari ekonomi hibrida adalah fitur Youtube dan Linux. Meskipun Lessig (2008) menawarkan tiga jenis ekonomi, namun pada penelitian ini, penulis lebih condong membahas tentang ekonomi berbagi. Ciri khas dari Couchsurfing cenderung mengarah ke ekonomi berbagi, yaitu dua individu memiliki hubungan sosial dan tidak melakukan pertukaran barang dan uang.

Aplikasi seperti Couchsurfing ini membuat perubahan budaya dalam hubungan antara ekonomi berbagi dan komitmen jangka panjang antara dua individu yang melakukan transaksi ekonomi berbagi. *Host* dan *surfer* tidak memiliki keterikatan hubungan apapun. *Host* dan *surfer* bukan saudara, sahabat akrab, kekasih, ataupun orang tua dan anak. Mereka hanya sesama pengguna aplikasi Couchsurfing. Faktanya, meskipun dua orang tersebut tidak memiliki hubungan, *host* mengizinkan *surfer* untuk masuk dan tinggal di dalam rumahnya. Posisi *surfer* adalah orang asing (*strangers*), namun *host* tidak keberatan untuk berbagi tempat tinggal dengan *surfer* tersebut. Bahkan, tak jarang, individu sebagai *host* juga mengorbankan waktu dan jasanya untuk menjadi *guide* bagi *surfer* yang baru dikenalnya lewat aplikasi Couchsurfing (Fremstad, 2018, p. 599) . Oleh sebab itu, penulis dapat melihat bahwa *host* telah memberikan banyak hal yang

menguntungkan *surfer*. Apakah *host* Couchsurfing tersebut akan mendapatkan keuntungan yang setimpal dari *surfer*?

Padahal, jika para pengguna aplikasi Couchsurfing memiliki keinginan untuk mencari laba, mereka dapat melakukannya dengan cara memanfaatkan fasilitas akomodasi dan transportasi (Inkson, 2019). Mereka dapat menjual waktunya sebagai *guide* untuk lahan bisnis, sehingga *host* bisa mendapatkan keuntungan berupa uang. Jika para pemilik rumah dan waktu tersebut memilih untuk mengorbankan waktu dan rumah mereka untuk Couchsurfing ini mengindikasikan bahwa ada sebuah keuntungan yang lebih besar dibandingkan uang untuk menjadi bahan transaksi.

Di era teknologi pada saat ini, modus operandi kejahatan yang dilakukan semakin beragam, termasuk motif melakukan kejahatan di balik aplikasi yang dibuat untuk melakukan keramahan. Seperti kejahatan dalam segi keuangan, pembunuhan, pemerkosaan, dan kejahatan seksual lainnya. Dilansir dari Detik.com yang diakses oleh penulis pada 18 Oktober 2019 (Farhan, 2015), pria di Italia memerkosa belasan wisatawan perempuan menginap di tempatnya. Senada, dilansir dari Brilio.net yang diakses pada 18 Oktober 2019, seorang turis Indonesia yang berwisata ke Kamboja berkenalan dengan seorang pria di sana. Turis dari Indonesia tersebut diperkosa oleh pria yang memberikannya akomodasi untuk menginap di tempat itu (Mokodompit, 2017). Selain pemerkosaan, *traveller* juga mendapatkan ancaman berupa pembunuhan. Seorang *traveller* perempuan dibunuh dengan di Pokhara oleh pria yang memberikannya tempat tinggal di Pokhara (Kaplan & Basyhal, 2015). Tiga kejahatan di atas dilakukan oleh pria yang menjadi

host, atau orang yang memberikan akomodasi gratis. *Host* tersebut berkenalan dengan wisatawan atau *surfer* melalui aplikasi Couchsurfing yang menawarkan akomodasi gratis.

Kejahatan yang mengatasnamakan “*host*” dengan cara menawarkan akomodasi gratis tidak hanya terjadi satu kali. *Surfer* – orang yang menginap di rumah *host* – pun memiliki kemungkinan untuk melakukan kejahatan yang sama. Berdasarkan data empiris dari salah satu informan pada penelitian ini, dapat dinilai bahwa Couchsurfing telah mengalami pergeseran nilai. Couchsurfing bergeser dari aplikasi keramahtamahan, menjadi aplikasi yang tidak ramah lagi, bahkan dimanfaatkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kejahatan. Beberapa pengguna aplikasi tersebut memanfaatkan Couchsurfing untuk melakukan berbagai kejahatan, mulai dari kejahatan seksual hingga pencurian.

“CS (Couchsurfing) sekarang dijadikan lahan untuk mencari sex partner. Itu sih yang aku jengkel. Kenapa sih nggak cari di Tinder atau Cupid aja gitu. CS ini buat cari teman. Syukur-syukur ada yang dapat jodoh di CS. Tapi kan jangan lupa hakikatnya dan tujuannya CS. Travels like a local. Bukan buat cari teman di ranjang. Iya kan?” (Informan 5, Jambi)

Komparasi mengenai manfaat serta resiko yang terjadi ketika menggunakan aplikasi Couchsurfing menandakan bahwa aplikasi ini memiliki dua sisi. Pertama, aplikasi ini mempermudah *surfer* sebagai wisatawan mendapatkan tempat menginap gratis. Selain itu, *surfer* juga memiliki peluang untuk mendapatkan teman-teman baru. Namun, di lain pihak, aplikasi Couchsurfing juga berpeluang untuk mempertemukan individu dengan orang yang memiliki maksud jahat. Seperti yang telah dibahas pada kasus sebelumnya, kejahatan yang mengatasnamakan Couchsurfing memang menyebabkan kekhawatiran di dalam diri individu. Kejahatan di balik modus *host* maupun *surfer* Couchsurfing tersebut berbanding

terbalik dengan jumlah individu yang menjadi anggota dari komunitas Couchsurfing. Individu di seluruh dunia yang menjadi *member* Couchsurfing semakin bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini juga yang patut dipertanyakan, yakni motivasi individu untuk menjadi *host* maupun *surfer* di Couchsurfing. Ketika menggunakan Couchsurfing, wisatawan dan *host* ternyata tidak selalu mendapatkan hubungan intim berupa persahabatan saja, tetapi juga mendapatkan resiko berupa kejahatan seksual dan kejahatan lainnya.

Hal inilah yang mendasari penulis untuk mengangkat fenomena tentang individu yang menggunakan Couchsurfing, sebagai *host* maupun *surfer*. Penulis ingin mengamati tentang bagaimana terbentuknya rasa percaya (*trust*) di antara *host* dan *surfer* yang berkomunikasi menggunakan aplikasi digital, sehingga mereka melakukan transaksi ekonomi berbagi satu sama lain.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, penulis memahami bahwa terdapat dua sisi ketika seseorang menggunakan Couchsurfing. Pertama, dengan menggunakan Couchsurfing, *host* dan *surfer* yang mulanya tidak kenal satu sama lain, dapat saling berkenalan, bertukar pengalaman, bahkan berteman. Individu dapat memperoleh teman-teman baru ketika menggunakan Couchsurfing. Individu juga mendapatkan keuntungan berupa pengetahuan, pengalaman, dan informasi baru, serta mendapatkan penginapan gratis ketika berkunjung ke suatu kota atau negara. Dengan menggunakan Couchsurfing, *host* maupun *surfer* saling melakukan transaksi ekonomi berbagi untuk memperoleh keuntungan bagi diri mereka masing-masing.

Di sisi lain, ketika menggunakan Couchsurfing, baik *host* maupun *surfer* memiliki peluang mendapatkan dampak buruk satu sama lain. *Host* dan *surfer* tidak saling mengenal satu sama lain. Mereka hanya berinteraksi melalui aplikasi Couchsurfing. Meskipun mereka belum bertemu sama sekali, *host* memiliki keberanian untuk menerima *surfer* yang tidak dikenal di rumahnya. *Host* mengizinkan *surfer* untuk tinggal di rumahnya. Sementara itu, *surfer* juga tidak mengenal *host* yang memberikan akomodasi gratis. *Surfer* tersebut bisa saja membawa kejahatan ke dalam rumah *host*, seperti menyelundupkan narkoba, melakukan tindakan kejahatan pelecehan seksual, dan kemungkinan buruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa *host* dan *surfer* memiliki peluang untuk melakukan kejahatan dan memiliki resiko menjadi korban kejahatan.

Padahal, fungsi dari Couchsurfing adalah aplikasi keramahtamahan. *Host* dan *surfer* dapat memperoleh banyak hal positif lainnya di aplikasi tersebut, seperti memperoleh akomodasi gratis, mendapatkan teman-teman baru, mendapatkan pengetahuan baru, dan mendapatkan berbagai informasi dari teman-teman yang berbeda budaya. Tentunya, untuk mendapatkan keuntungan tersebut, *host* maupun *surfer* harus memiliki rasa percaya satu sama lain dan telah membentuk hubungan akrab satu sama lain.

Ketika *surfer* melakukan *request to stay* dan *host* mengabulkan permintaan dari *surfer* yang tidak dikenalnya tersebut, *host* dan *surfer* sedang melakukan transaksi ekonomi berbagi. *Host* mengeluarkan biaya (*cost*) berupa akomodasi gratis kepada *surfer* yang tidak dikenalnya dan *surfer* menerima akomodasi gratis tersebut. *Host* memberikan waktunya untuk menjadi *guide* bagi *surfer* dan *surfer*

menerima jasa *guide* dari *host* tersebut. *Host* juga memberikan izin untuk *surfer* tersebut agar menikmati fasilitas di rumahnya dan *surfer* menggunakan fasilitas di dalam rumah *host* tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *host* memberikan biaya (*cost*) kepada *surfer* dan seharusnya *surfer* memberikan imbalan (*rewards*) kepada *host* tersebut.

Sepatutnya, hal yang membedakan antara transaksi ekonomi komersil dan transaksi ekonomi berbagi adalah hubungan akrab yang terjadi di antara dua individu (Lessig, 2008). Jika dua individu memiliki hubungan akrab satu sama lain, maka mereka dapat melakukan ekonomi berbagi dengan wujud *cost* dan *reward* berupa sesuatu yang lebih berharga daripada uang, seperti cinta, kasih sayang, dan waktu. Jika sepasang kekasih melakukan ekonomi berbagi, hal itu bukan sesuatu yang mengherankan. Pada penelitian ini, orang yang melakukan transaksi pertukaran *cost* dan *reward* adalah dua orang yang tidak saling mengenal, tidak pernah bertatap muka, dan tidak memiliki hubungan akrab. *Host* dan *surfer* hanya saling mengenal dan berinteraksi di aplikasi Couchsurfing saja.

Teknologi yang telah berkembang menjadi jawaban atas bergesernya konsep dari ekonomi berbagi yang diutarakan oleh Lessig (2008). Dasar dari diciptakannya teknologi adalah memudahkan kegiatan manusia satu sama lain, termasuk dalam melakukan ekonomi. Terciptanya aplikasi seperti AirBnb, Traveloka, Ubar, Gojek, dan Grab merupakan bentuk dari aplikasi yang memudahkan manusia dalam melakukan transaksi ekonomi komersil. Sementara itu, aplikasi Couchsurfing menjadi medium yang menjembatani interaksi antara *host* dan *surfer* yang berbeda negara sekalipun. Arsitektur teknologi berupa bahasa

algoritma di dalam aplikasi Couchsurfing merupakan medium yang sangat berperan dalam memfasilitasi interaksi antara *host* dan *surfer*, sehingga mereka dapat melakukan ekonomi berbagi.

Couchsurfing menjadi medium untuk membangun kepercayaan dan hubungan akrab antara *host* dan *surfer*. Interaksi mereka melalui bahasa algoritma di dalam aplikasi Couchsurfing merupakan pergeseran dari pembentukan kepercayaan dan hubungan akrab seperti yang seyogyanya dilakukan oleh dua individu. Dua individu tidak lagi bertatap muka dan bertemu untuk membentuk kepercayaan dan hubungan akrab satu sama lain, namun berinteraksi melalui medium digital. Pada aplikasi Couchsurfing, dua individu (*host* dan *surfer*) berinteraksi melalui fitur *chatting* pada aplikasi Couchsurfing.

Penjabaran di atas yang melatarbelakangi penulis untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengalaman individu dalam menggunakan Couchsurfing. Individu yang berdiri sebagai informan pada penelitian ini dapat menceritakan tentang pengalaman mereka dalam berkomunikasi dan berinteraksi melalui aplikasi Couchsurfing. Di dalam pengalaman individu terkait proses interaksi tersebut, individu juga menceritakan tentang bagaimana tumbuhnya rasa percaya di antara dua individu yang berperan sebagai *host* dan *surfer* yang tidak saling mengenal satu sama lain. Selain rasa percaya, individu juga menggambarkan mengenai bagaimana hubungan akrab dapat terbentuk di antara *host* dan *surfer* di aplikasi Couchsurfing, sehingga dua individu sepakat untuk melakukan ekonomi berbagi satu sama lain. Individu juga mendeskripsikan tentang bentuk dari *cost* (biaya) dan *reward*

(imbalan) yang diberikan oleh *host* dan *surfer* ketika mereka melakukan transaksi ekonomi berbagi. Oleh sebab itu, pertanyaan pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana pengalaman individu dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) satu sama lain melalui aplikasi digital Couchsurfing?
2. Bagaimana pengalaman individu dalam membentuk hubungan akrab dengan melalui aplikasi digital Couchsurfing?
3. Bagaimana pengalaman individu dalam melakukan transaksi ekonomi berbagi melalui aplikasi digital Couchsurfing?
4. Bagaimana pengaruh teknologi dalam membentuk hubungan sosial sehingga individu dapat melakukan transaksi ekonomi dengan individu lainnya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Memahami pengalaman individu dalam membangun rasa percaya ketika berinteraksi dengan orang-orang yang dikenal melalui aplikasi Couchsurfing.
2. Memahami pengalaman individu dalam membentuk hubungan akrab dengan orang-orang yang dikenal melalui aplikasi Couchsurfing.
3. Memahami pengalaman individu dalam melakukan transaksi ekonomi dengan *host* dan *surfer* yang dikenal melalui aplikasi Couchsurfing.
4. Memahami perkembangan teknologi yang mempengaruhi individu dalam membentuk hubungan sosial dan melakukan transaksi ekonomi berbagi.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

. Penelitian ini akan memberikan konsep tentang bagaimana individu membangun hubungan, mengembangkan hubungan, membentuk kepercayaan, dan melakukan transaksi ekonomi berbagi tanpa melakukan interaksi secara langsung atau tatap muka. Hasil dari penelitian ini akan memberikan novelti berupa konsep komunikasi antar pribadi dan transaksi ekonomi berbagi dengan menggunakan media *online*.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru, wawasan, dan saran tentang gambaran aplikasi yang berkembang, khususnya aplikasi untuk kegiatan ekonomi berbagi yang diperantarai oleh media digital ini. Aplikasi-aplikasi seperti itu dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi ketika memunculkan dampak positif pada kegiatan anak-anak muda.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran pada masyarakat bahwa teknologi memegang peranan penting dalam pergeseran budaya berkomunikasi antar individu. Individu dapat membangun rasa percaya, dapat mengembangkan hubungan, melakukan interaksi satu sama lain dengan individu, dan melakukan transaksi ekonomi berbagi satu sama lain melalui perantara berupa aplikasi digital. Hal ini menjadi perkembangan baru bagi dinamika sosial dalam kehidupan masyarakat pada era digital ini.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 State of The Art

1.5.1.1 Penelitian tentang Couchsurfing

Penelitian tentang Couchsurfing memang belum begitu banyak di Indonesia. Namun, di beberapa universitas di luar negeri, aplikasi Couchsurfing telah diteliti oleh sejumlah program studi, seperti antropologi dan ilmu komunikasi.

Tahun 2009, para mahasiswa dari University of Michigan meneliti tentang motivasi anak-anak muda di East Lansing dalam menggunakan Couchsurfing (Lauterbach et al., 2009a). Pada artikel berjudul *Surfing a web of trust: Reputation and Reciprocity on Couchsurfing.com*, peneliti menuliskan bahwa anak-anak muda di East Lansing termotivasi menggunakan Couchsurfing karena adanya tumpangan gratis untuk *travelling* ke suatu tempat. Selain itu, mereka menggunakan Couchsurfing untuk memunculkan eksistensi dirinya di negara lain, dan memudahkan mereka untuk melakukan hal-hal baik di suatu tempat. Di balik motivasi mereka dalam melakukan kegiatan *travelling* dan menumpang di rumah orang lain, mereka memiliki harapan agar orang yang telah membantu mereka atau dibantu oleh mereka, dapat memberikan balasan lagi di masa depan.

Dari data yang ditemukan oleh peneliti, sebanyak 12 – 18% kunjungan seorang *surfer* ke rumah seorang *host* langsung dibalas. Sementara itu, untuk yang tidak melakukan balasan setimpal pada orang sama, mereka melakukan kebaikan yang sama kepada orang lain yang berkunjung ke rumah mereka.

Uniknya lagi, penelitian ini menegaskan bahwa anak-anak muda di East Lansing menganggap bahwa Couchsurfing bukan hanya aplikasi yang membuat mereka menjalin koneksi sesaat, tetapi membuat mereka termotivasi untuk membuat koneksi pertemanan seumur hidup.

Tahun 2013, University of Michigan kembali menerbitkan penelitian tentang Couchsurfing. Bedanya, penelitian ini membahas tentang variabel baru yang terdapat di dalam penggunaan aplikasi Couchsurfing, yakni keamanan (*safety*) dan permasalahan gender di dalam komunitas Couchsurfing (Toeniskoetter, 2013). Hasil penelitian di dalam artikel berjudul *Overcoming safety, trust, and gender concerns in the Couchsurfing community* tersebut menggambarkan bahwa tidak semua pengguna Couchsurfing bersedia memberikan label jenis kelamin di profile mereka, entah sebagai pria atau wanita. Bahkan, dari 1.699 profil Couchsurfing di Ann Arbor, Michigan, hanya 866 pengguna yang memiliki foto di akun mereka. Sisanya, mereka menggunakan foto bintang film, foto kartun, atau tidak ada foto sama sekali (Toeniskoetter, 2013, pp. 54–55). Hal ini tentunya mengganggu keamanan dan kepercayaan ketika mereka hendak melakukan perjalanan. Tidak ada *surfer* yang percaya pada *host* yang tidak memiliki foto, dan tidak ada *host* yang ingin menerima jika *surfer* tersebut meminta *request to stay*, tapi tidak memiliki foto dan identitas yang jelas. Hasil dari penelitian Toeniskotter ini menunjukkan bahwa orang-orang di Ann Abror, Michigan, tidak terlalu memikirkan perbedaan gender di antara *surfer* dan *host*. Mereka lebih memikirkan tentang

persamaan dari hal-hal yang mereka sukai, seperti menyukai kegiatan berselancar, membaca buku, berdiskusi, dan lain-lain.

Tahun 2017, peneliti dari University of Amsterdam mengeluarkan penelitian terbaru mengenai Couchsurfing, dimana penelitian tersebut menganalisis mengenai cara *host* dan *surfer* menggambarkan citra diri mereka di biodata Couchsurfing (Chen, 2018). Citra diri tersebut itu dianalisis dengan menggunakan konsep The Presentation of Everyday Life Erving Goffman (1959). Penelitian ini berasumsi bahwa seseorang dapat menggambarkan tentang dirinya di profil Couchsurfing sebagai sosok yang meyakinkan. *Frontstage* dari sosok tersebut membuat banyak *surfer* yang melakukan *request to stay* di rumah orang tersebut. Sebaliknya, *host* dapat menerima individu tersebut sebagai *surfer* di rumahnya karena *host* tersebut memasang profile yang meyakinkan para *surfer* untuk menginap di rumahnya. Para pengguna Couchsurfing, baik *surfer* maupun *host*, memainkan berbagai peran dalam konteks kehidupan sehari-hari di media digital. Dengan terciptanya *frontstage* tersebut, konvensi sosial Couchsurfing tidak dapat dipertahankan, dan ancaman ketidakharmonisan antara *surfer* dan *host* tidak dapat diminimalisir (Chen, 2018, pp. 116–118).

Berdasarkan penjabaran *state of the art* di atas, penelitian-penelitian tersebut telah mengulas berbagai macam hal dari Couchsurfing, seperti ulasan mengenai motivasi anak-anak muda dalam menggunakan Couchsurfing, upaya individu meyakinkan orang-orang untuk menginap di rumah mereka dengan menggambarkan *frontstage* yang meyakinkan, hingga mengulas tentang *safety*

atau keamanan yang telah terjadi di dalam Couchsurfing. Hal baru yang akan dilihat pada penelitian ini adalah wujud dari timbal balik yang dipertukarkan antara *host* dan *surfer* ketika menggunakan aplikasi Couchsurfing. Selain itu, Indonesia merupakan negara yang memiliki ratusan ribu pengguna Couchsurfing, sehingga penelitian ini ingin melihat bagaimana pengguna Couchsurfing di Indonesia membentuk kepercayaan, membentuk hubungan akrab, hingga mereka bersedia melakukan transaksi ekonomi berbagi.

1.5.1.2 Penelitian tentang membentuk hubungan akrab melalui media digital

Hal lain yang disorot pada penelitian ini adalah proses pembentukan hubungan akrab antara dua individu, yakni *host* dan *surfer*, melalui media digital. Pertemuan *host* dan *surfer* yang diperantarai oleh aplikasi Couchsurfing, bagaimana mereka membentuk hubungan antar-pribadi, menumbuhkan rasa percaya, hingga rela untuk melakukan tindakan ekonomi berbagi satu sama lain.

Penelitian berjudul *Strategi Uncertainty Reduction dalam Computer-Mediated Communication (Studi Kuantitatif Deskriptif pada Surfer di Situs Couchsurfing.com)* menulis hipotesis bahwa *surfer* lebih mengalami ketidakpastian pada *host* karena terdapat beberapa tindak kriminal yang dilakukan oleh *host* kepada *surfer* yang menumpang di rumahnya. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menjabarkan bahwa identitas responden (jenis kelamin, usia, kewarganegaraan, dan keaktifan menjadi *surfer*) menunjukkan bahwa strategi pengurangan ketidakpastian (*uncertainty reduction*) yang digunakan adalah strategi pasif,

interaktif, ekstraktif, dan aktif. Berbagai macam strategi digunakan oleh *surfer* untuk mengurangi ketidakpastian antara *surfer* dan *host* sesuai dengan teori pengurangan ketidakpastian (Kusumanegara, 2017).

Selanjutnya, jurnal mengenai *Penggunaan Media Sosial pada Dinamika Hubungan Pacaran: Studi Terhadap Penggunaan Instagram pada Pasangan Pacaran* (Sa'adatina & Manalu, 2017), dimana artikel penelitian tersebut menggunakan teori penetrasi sosial dan juga teori pengurangan ketidakpastian. Ketika dua pasangan individu saling bertemu dan tertarik satu sama lain, dua pasangan tersebut berupaya menghilangkan ketidakpastian dengan menggunakan media sosial. Pihak perempuan akan melakukan pencarian informasi tentang pihak laki-laki melalui media sosial, begitu pula sebaliknya. Ketika ketidakpastian di antara dua pihak sudah hilang, maka kedua pihak tersebut mulai menjalin hubungan intim satu sama lain. Hasil dari penelitian pada jurnal ini menggambarkan bahwa media sosial Instagram juga sebagai media pengurangan ketidakpastian bagi pasangan yang menjalin hubungan pacaran. Hal yang dapat diambil dari penelitian ini adalah media sosial dapat mengurangi ketidakpastian di antara dua individu dan media sosial juga dapat mempererat hubungan akrab di antara dua individu.

Pada jurnal berjudul *Proses Penetrasi Sosial Antar Pemain Mobile Legend*, artikel itu menjelaskan tentang bagaimana para pemain yang menginstall Mobile Legend saling berkomunikasi antar pribadi satu sama lain, padahal mereka tidak pernah bertatap muka sama sekali. Mereka berkomunikasi melalui fitur *chatting* pada Mobile Legend, saling mengenal melalui fitur

chatting tersebut, dan tumbuh keakraban di antara mereka. Mereka sepakat membentuk tim untuk bermain Mobile Legend tersebut, meskipun mereka belum pernah bertatap muka sama sekali. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa mereka mengobrol melalui fitur *chatting* dan *voice record* di aplikasi Mobile Legend. Meskipun hanya melalui fitur tersebut, para subjek penelitian dapat membentuk sikap percaya, kemudian sikap suportif, dan sikap terbuka setelah melalui tahapan-tahapan ‘irisan bawang’ seperti yang disebutkan di dalam teori penetrasi sosial (Irawan & Permassanty, 2018). Hal yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dua individu yang tidak saling mengenal memiliki kemungkinan untuk membentuk hubungan akrab melalui media digital.

Dari sejumlah penelitian di atas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa teori penetrasi sosial dan teori pengurangan ketidakpastian masih relevan untuk digunakan dalam menjawab permasalahan di dalam penelitian ini. Penulis dapat menganalisis tentang proses pembentukan hubungan akrab di antara dua individu yang tidak saling mengenal dan hanya berkomunikasi menggunakan fitur *chatting* di dalam aplikasi Couchsurfing. Mereka berkomunikasi tanpa saling bertatap muka sama sekali.

1.5.1.3 Penelitian tentang pembentukan rasa percaya (*trust*) melalui media digital

Sesuai dengan pembahasan tentang pembentukan hubungan akrab di atas, tentunya rasa percaya juga sangat dibutuhkan ketika dua individu ingin membina hubungan mereka menuju ke tahap yang lebih intim lagi. Hubungan

akrab menjadi salah satu acuan ketika dua individu ingin melakukan kegiatan transaksi ekonomi berbagi. Sesuai dengan tujuan penelitian di atas, penulis ingin memahami tentang cara *surfer* dan *host* saling mempercayai satu sama lain melalui aplikasi Couchsurfing.

Terkait penelitian mengenai kepercayaan, jurnal berjudul *Building Trust in Internet Banking: A Trustworthiness Perspective* menunjukkan bahwa konsistensi pengguna *internet bankin*, integritas pengguna *internet banking*, dan nilai-nilai di dalam *internet banking* tersebut merupakan variabel yang menentukan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakan *internet banking* tersebut. Rasa percaya (*trust*) merupakan mediasi hubungan antara sifat yang dapat dipercaya dalam *internet banking (trustworthiness)* dan nasabah *internet banking* itu sendiri (Yu et al., 2015). Semakin besar rasa *trustworthiness*, maka semakin besar rasa percaya (*trust*) untuk tumbuh. Hal tersebut juga dapat diaplikasikan pada penelitian mengenai Couchsurfing ini. Semakin besar sifat *trustworthiness* pada diri *host*, maka semakin besar kemungkinan *host* tersebut akan semakin dipercaya oleh *surfer*. Begitu pula sebaliknya, ketika sifat *trustworthiness* semakin besar di dalam diri *surfer*, maka *host* tersebut semakin mempercayainya, sehingga berpengaruh pada tumbuhnya *trust* dan terciptanya hubungan akrab.

Selanjutnya, jurnal berjudul *Dinamika Trust pada Pemasaran Online di Media Sosial* membahas tentang bagaimana kepercayaan konsumen terbentuk ketika melihat tampilan-tampilan barang yang ingin dibeli di media Instagram. Jurnal tersebut menggunakan teori mengenai *trust* yang berkaitan dengan

perilaku konsumen. Paradigma yang digunakan adalah paradigma post-positivisme dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan strategi studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan pola tipe *trust* yang terbentuk pada masing-masing konsumen, yakni *Knowledge Based Trust*. Hal ini ditandai dengan konsumen yang membeli lagi di toko yang sama dengan frekuensi yang cukup rutin pada toko online tersebut, karena setelah pembelian pertama, informan telah merasa puas dan memiliki keinginan untuk membeli lagi di toko tersebut (Ananda, 2018).

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas, rasa percaya disebabkan oleh berbagai hal, antara lain konsistensi pengguna, integritas pengguna, nilai-nilai yang terkandung dalam aplikasi yang digunakan oleh pengguna, serta rasa puas karena konsumen sudah pernah berbelanja di toko online tersebut. Namun, penelitian di atas berkaitan dengan transaksi ekonomi komersil, dimana objek penelitian pada penelitian tersebut adalah *internet banking* di suatu bank dan toko online di Instagram. Sementara itu, aplikasi Couchsurfing merupakan salah satu wujud dari ekonomi berbagi. Artinya, tidak terjadi sistem pertukaran uang dan barang yang dilakukan oleh *surfer* dan *host*. Di sisi lain, terdapat kemungkinan resiko yang diterima oleh *host* maupun *surfer* karena mereka tidak memiliki hubungan yang akrab, bahkan tidak saling mengenal satu sama lain. Tidak ada jaminan seperti uang atau barang untuk menyelamatkan *host* dan *surfer* tersebut dari resiko yang akan mendatangi mereka.

1.5.1.4 Penelitian tentang ekonomi berbagi melalui media digital

Couchsurfing.com merupakan perusahaan akomodasi yang bersifat *gift* atau sukarela. Berbeda dengan Airbnb.com dan Booking.com yang sangat terkenal di dunia, dimana dua situs tersebut menerapkan sistem ekonomi komersial berbasis teknologi. Setiap orang yang menempati ruangan yang disediakan oleh Airbnb dan Booking.com harus membayar sesuai dengan nominal yang tertera di website tersebut. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengulas tentang wujud dari ekonomi berbagi yang dilakukan antara *host* dan *surfer*, karena tidak ada harga sama sekali untuk penginapan yang ditawarkan oleh *host* pada aplikasi Couchsurfing.

Pada jurnal berjudul *Sustainability of Generalized Exchange in the Sharing Economy: The Case of The "Freecycling" Facebook Groups*. Jurnal tersebut membahas tentang grup berbagi di grup Facebook berjudul Freecycling, dimana anggotanya adalah warga yang tinggal di Belanda dan memiliki akun Facebook. Grup tersebut menjadi perantara untuk orang yang memberikan dan orang yang diberikan. Orang dapat memberikan barang bekas yang mereka miliki dan masih layak pakai kepada siapa saja. Mereka memposting foto barang bekas yang ingin mereka berikan ke grup Freecycling, lalu orang yang tertarik akan mengomentari foto tersebut bahwa ia akan mengambilnya. Pertanyaan dari penelitian ini adalah, bagaimana peran dari anggota kelompok (grup Freecycling) terhadap tindakan berbagi di dalam grup tersebut? Penelitian ini menggunakan teori pembelajaran sosial dan pengaruh sosial (*social learning and social influencing*), serta pendekatan kuantitatif.

Hasil dari penelitian menandakan bahwa grup berisi 4.818 member tersebut menjadi sarana untuk pembelajaran sosial bagi individu di dalamnya. Individu yang memberikan kebaikan berupa memberikan barang bekasnya, akan ditiru oleh orang lain yang berada di dalam grup tersebut, sehingga mereka tidak segan untuk membagikan kebaikan kepada orang lain (Norbutas & Corten, 2018a).

Sementara itu, jurnal berjudul *The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption* menceritakan hal yang tidak jauh berbeda. Jurnal ini menganalisis tentang mengapa orang-orang tertarik untuk terlibat dalam *consumptive collaborative (CC)* atau berbagi sesuatu satu sama lain. Awalnya, penulis pada jurnal ini berasumsi bahwa aktivitas dengan teman-teman sebaya merupakan sarana untuk memperoleh, memberi, dan berbagi akses ke barang-barang dan jasa dengan mudah. Mereka akan saling membantu antar teman karena hal itu memang sudah lumrah. Namun, bagaimana dengan munculnya layanan berbasis online, dimana individu bisa saling membantu dengan orang yang tidak dikenalnya sama sekali? Apakah dengan berbagi melalui layanan-layanan berbagi dengan basis online tersebut dapat mengatasi masalah-masalah sosial, seperti kemiskinan? Penelitian ini menganalisis hubungan dari karakteristik ekonomi berbagi, yaitu kolaborasi online, konsep perdagangan sosial, gagasan dan perspektif dalam berbagi online, dan ideologi konsumen dengan motivasi masyarakat di Finlandia terlibat dalam kegiatan layanan berbagi berbasis online di negara tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat di Finlandia terpacu untuk menggunakan

layanan berbasis online tersebut karena faktor keberlanjutan, kenikmatan dalam kegiatan, dan keuntungan ekonomi (Hamari et al., 2016).

Di Indonesia, terdapat jurnal ilmiah tentang ekonomi berbagi yang sangat trend di kalangan anak-anak muda, yakni pembuatan website yang dapat mengunduh *streaming movie* secara gratis. Seseorang di balik layar website tersebut telah melakukan ekonomi berbagi, yakni membagi *streaming movie* tersebut kepada orang-orang yang tidak dikenalnya. Ia tidak tahu siapa saja yang mengakses situs *streaming movie* tersebut dan mengunduh *streaming movie* tersebut (Wibowo, 2018). Sebenarnya jurnal ini lebih menganalisis kepada kebijakan pemerintah Indonesia ketika memblokir situs *streaming movie* tersebut, namun beberapa point dalam dipetik dari jurnal ini, yakni masyarakat di Indonesia telah akrab dengan hal bernama ‘ekonomi berbagi melalui dunia siber’, serta melakukan ekonomi berbagi tersebut kepada individu yang tidak dikenalnya sama sekali.

Hal yang dapat diambil dari penelitian-penelitian di atas adalah bentuk dari ekonomi berbagi yang dilakukan oleh masyarakat di Belanda, Finlandia, dan Indonesia. Mereka dapat melakukan ekonomi berbagi terhadap orang asing, seperti di grup Facebook dan di website *streaming movie*. Selain itu, di Finlandia, orang-orang di sana memaknai ekonomi berbagi sebagai sesuatu yang berguna untuk faktor keberlanjutan, kenikmatan dalam kegiatan, dan keuntungan ekonomi, sehingga mereka bersedia untuk melakukan ekonomi berbagi dengan orang asing. Hal serupa juga akan dianalisis pada penelitian

tesis ini, yaitu bagaimana orang-orang dapat memaknai tentang ekonomi berbagi yang terjadi pada aplikasi Couchsurfing.

1.5.1.5 Penelitian tentang fenomenologi

Penelitian tentang memahami pengalaman individu dalam menggunakan aplikasi Couchsurfing ini akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan fenomenologis dalam penelitian kualitatif. Esensi dari sebuah fenomena adalah pengalaman, dan pengalaman tersebut merupakan sesuatu yang dipandang berbeda oleh setiap manusia (Loiselle et al., 2010, p. 178). Apa sebenarnya makna dari fenomena tersebut untuk orang-orang yang mengalaminya, dan bagaimana mereka memaknai fenomena yang sama dengan perspektif yang berbeda? Hal itu yang diamati oleh para peneliti dengan menggunakan pendekatan fenomenologis. Pada pendekatan ini, peneliti didorong untuk memahami bahwa fenomena tertentu bisa jadi merupakan bagian dari pengalaman hidup seseorang dan bukan bagian dari pengalaman hidup saya. Oleh sebab itu, penelitian yang menggunakan pendekatan fenomenologi mendorong peneliti untuk memahami tentang slogan *the lived experience* atau pengalaman yang dialami langsung (Kahija, 2017, p. 23). Beberapa penelitian mengenai fenomenologi tersaji pada *state of the art* di bawah ini

Penelitian berjudul *Aktivitas Pemrosesan Informasi SARA dari Media Sosial menggunakan paradigma interpetif dan Elaboration Likelihood Theory* ditulis untuk memahami pengalaman individu dalam melakukan upaya pemrosesan SARA yang diperoleh melalui media sosial. Hasil dari penelitian

ini menunjukkan bahwa para subjek penelitian memiliki empat pemaknaan terkait hoaks SARA, antara lain memaknai bahwa hoaks SARA merupakan berita yang penyebab peristiwanya belum tentu benar dan sesuai fakta, hoaks SARA berisi kalimat yang salah, hoaks SARA merupakan berita yang tidak sejalan dengan realitas, dan hoaks SARA dimaknai sebagai realitas yang tidak utuh (Prathama, 2019). Pemaknaan tersebut diperoleh peneliti dari hasil wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dengan enam subjek penelitian dari kota yang berbeda-beda, yakni Jakarta, Bekasi, dan Semarang.

Penelitian terkait hoaks SARA tersebut memiliki persamaan dengan penelitian mengenai Couchsurfing yang akan diangkat oleh penulis ini. Pertama, penulis mengangkatnya dari segi paradigma interpretif dan tradisi fenomenologi. Selain itu, penulis juga menganalisis tentang realitas di keseharian di dunia digital pada saat ini. Hal tersebut serupa dengan penelitian mengenai hoaks yang berhubungan dengan pemrosesan informasi di media sosial, dimana media sosial termasuk dalam dunia digital. Persamaan ketiga terletak pada subjek penelitian yang beragam dan berasal dari kota yang berbeda-beda. Pada penelitian tentang pengalaman menggunakan Couchsurfing, penulis mewawancarai sejumlah subjek penelitian dari kota yang berbeda-beda agar mendapatkan jawaban mengenai pengalaman yang beragam untuk dibahas pada penelitian ini.

Selain penelitian menggunakan fenomenologi deskriptif, terdapat penelitian mengenai fenomenologi lain, yakni *interpretative phenomenological analysis*. Salah satu penelitian tentang fenomenologi IPA adalah penelitian

tentang pengalaman dari orang-orang yang menggunakan ganja. Pada penelitian berjudul *Surviving Racist Culture: Strategies of Managing Racism Among Gay Men of Colour – An Interpretative Phenomenological Analysis*, peneliti menggunakan metode fenomenologi IPA. Dari pendekatan tersebut, peneliti dapat menggambarkan tentang rasisme terhadap pria gay berkulit berwarna. Peneliti menceritakan tentang proses kaum gay saling berkenalan terlebih dahulu, kemudian keinginan untuk mengenal lebih jauh satu sama lain, berusaha membentuk hubungan akrab, namun hubungan tersebut tidak terbentuk dengan baik karena perbedaan warna kulit tersebut. Perbedaan warna kulit menyebabkan pria gay berkulit hitam sering ditindas oleh lingkungan di sekitarnya. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa *forum group discussion* (FGD), wawancara mendalam (*in-depth interview*), serta observasi ke beberapa komunitas gay yang berasal dari kulit berwarna. Hasil FGD dan wawancara mendalam tersebut menjawab pertanyaan tentang bagaimana pria gay dari kulit berwarna menyelesaikan masalah penindasan dan pengucilan terhadap diri mereka, bagaimana mereka menyesuaikan diri terhadap perubahan, serta respon yang akan dilakukan oleh pria gay kulit berwarna jika berhadapan dengan situasi yang mengancam (Giwa, 2016).

Konsep dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penulis untuk menganalisis fenomena individu dalam membentuk hubungan akrab satu sama lain. Untuk penelitian Giwa (2016) ini, hubungan akrab tersebut dibentuk oleh sepasang pria dengan orientasi seksual gay. Sementara itu, pada penelitian tesis ini, penulis akan menganalisis tentang pembentukan hubungan akrab di antara

dua orang asing (*strangers*) yang berkenalan satu sama lain melalui aplikasi Couchsurfing. Pembentukan hubungan akrab tersebut akan dianalisis menggunakan metode *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Salah satu pilar yang berbeda dari IPA adalah idiografi, yakni menggambarkan sesuatu yang bersifat pribadi dan unik pada setiap individu. Ketika setiap individu membentuk sebuah hubungan akrab, mereka memiliki cara yang unik.

1.5.2 Paradigma Interpretif

Paradigma dibutuhkan pada penelitian ini agar penulis dapat menyusun kerangka konsep penelitian, sehingga penulis dapat menemukan jawaban dari rumusan masalah pada penelitian ini. Dengan menentukan paradigma yang digunakan pada penelitian ini, penulis dapat menentukan asumsi teoritis secara umum dan teknik untuk menganalisis data-data yang telah ditemukan di lapangan. Menurut Willis (2007), paradigma ibarat hukum. Dengan paradigma yang dipilih, penulis dapat mematuhi ketentuan sudut pandang teoritis yang digunakan pada penelitian secara eksplisit. Peneliti mematuhi hukum penelitian tentang instrumentasi dan teknik instrumental dari paradigma tersebut, sehingga penelitian dapat terarah dengan baik dan benar (Willis, 2007, p. 8).

Pada penelitian ini, penulis memilih paradigma interpretif. Willis (2007) menyebutkan, di dalam paradigma ini, setiap individu telah membangun realitas versinya sendiri, dimana konstruksi realias itu dipengaruhi oleh budaya dan konteksnya (Willis, 2007, p. 49). Oleh sebab itu, ketika sebuah peristiwa terjadi, maka individu akan menginterpretasikan sesuai dengan versi mereka masing-masing.

Secara ontologis, penelitian ini bersifat subjektif, karena data yang diperoleh pada penelitian ini berdasarkan asumsi dan sudut pandang dari subjek penelitian, yaitu orang-orang yang menggunakan aplikasi Couchsurfing. Hal ini juga dibahas oleh Willis, bahwa *nature of reality* pada paradigma interpretif merupakan realita yang dibangun oleh konstruksi sosial (Willis, 2007, p. 95). Tentunya, setiap pengguna aplikasi tersebut akan memiliki pengalaman yang berbeda ketika menggunakan aplikasi Couchsurfing, termasuk pengalaman ketika membentuk kepercayaan, membangun hubungan, dan mengembangkan hubungan antara *surfer* dan *host*. Pengalaman dari setiap individu tentunya berbeda-beda karena mendapat pengaruh dari budaya dan konteksnya, sehingga konstruk sosial yang dimaknai oleh individu berbeda-beda.

Masing-masing individu memiliki interpretasi yang berbeda-beda terhadap sebuah peristiwa, di mana interpretasi tersebut didukung oleh berbagai teori dan filsafat yang digunakan untuk memahami dunia masing-masing. Interpretasi dari masing-masing individu terhadap sebuah fenomena akan digunakan untuk memahami, dimana pemahaman dari individu tersebut akan digunakan sebagai bahan untuk menjelaskan (Malterud, 2016, p. 122)

Posisi peneliti pada paradigma interpretif sebagian besar memegang kenyataan yang bersifat subjektif. Secara epistemologis, penulis akan berinteraksi secara langsung dengan subjek penelitian untuk menggali pengalaman lebih dalam tentang pengalaman mereka dalam membangun dan mengembangkan hubungan melalui aplikasi Couchsurfing. Artinya, terdapat keterikatan antara penulis dan subjek penelitian. Ketika peneliti menanyakan suatu teks pada subjek penelitian,

jawaban dari subjek penelitian sangat beragam, karena mereka mengikuti tafsiran di dalam benak mereka sendiri. Subjek penelitian berhak mendeskripsikan teks tersebut sesuai dengan pengalaman masing-masing, karena teks tidak pernah menafsirkan tentang dirinya sendiri (Griffin et al., 2019, pp. 16–17).

Secara aksiologi, penelitian ini akan menghasilkan tulisan yang memuat *value laden* (sarat nilai). Hasil dari tulisan ilmiah yang menggunakan paradigma interpretif adalah menghasilkan tulisan yang bersifat memandu (*integrated activities; both guide and become the other*). Selain itu, paradigma interpretif juga menghasilkan tulisan dengan tujuan penelitian untuk merefleksikan sebuah pengertian (Willis, 2007, p. 95). Hasil dari penelitian yang menggunakan paradigma interpretif akan menitikberatkan pada pemahaman, kemudian pemahaman tersebut akan memberikan informasi para pembuat keputusan (Willis, 2007, p. 121). Penelitian ini tidak hanya menghasilkan deskripsi data saja, tetapi juga memberikan pengertian tentang fenomena menumbuhkan rasa percaya, mengembangkan hubungan akrab, dan melakukan transaksi ekonomi berbagi yang terjadi di dunia digital.

Selanjutnya, pada proses metodologis, paradigma ini menggunakan logika berpikir yang dibentuk secara resiprokal dan terus menerus. Metodologis, atau cara penulis menjawab penelitian ini terikat dengan konteks, menekankan kebenaran, serta akurasi pemahaman subjek terhadap peristiwa sosial yang akan dianalisis (Lincoln et al., 2011, p. 97). Penulis mengupayakan untuk mencari jawaban dari subjek yang memahami dan memiliki pengalaman terkait membentuk kepercayaan hingga mengembangkan hubungan melalui aplikasi Couchsurfing. Subjek

penelitian akan memandang peristiwa sosial tersebut sebagai sebuah realita yang memiliki makna, dinamis, dan saling berbalas atau resiprokal antara *host* dan *surfer*.

1.5.3 Tradisi Fenomenologi

Bagi ahli fenomenologi, kisah individu yang mengalami suatu peristiwa merupakan hal yang penting. Setiap manusia di dunia ini memiliki pengalaman yang berbeda-beda pada fenomena yang sama, sehingga sudut pandang memiliki nilai tersendiri untuk dijadikan sumber data penelitian (Griffin et al., 2019, pp. 43–44). Individu merupakan kunci utama dalam proses komunikasi. Fenomenologi merupakan cara manusia memahami dunia melalui pengalaman langsung (Littlejohn et al., 2017, p. 41). Deetz (1973), di dalam Morissan (2013, p. 39) menuliskan bahwa tradisi ini membentuk makna dari sesuatu yang terdiri dari potensi sesuatu itu pada hidup seseorang.

Pada tradisi fenomenologi, tradisi ini juga menjadikan bahasa sebagai “kendaraan makna” (Morissan, 2013, p. 40). Hal ini sesuai dengan salah satu ungkapan dari Heidegger, “*It is in words and language that things first come into being and are*”. Bagi Heidegger, realitas terhadap suatu peristiwa tidak dapat diketahui hanya melalui analisis yang hati-hati, tetapi melalui pengalaman alami yang terbentuk lewat penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari (Littlejohn et al., 2017, p. 112). Ketika seseorang menceritakan pengalaman melalui bahasa yang digunakan oleh mereka, maka bahasa tersebut dapat mendefinisikan dan menjelaskan dunia orang yang menceritakan pengalamannya tersebut. Tentunya, ketika seseorang mengalami sesuatu, maka orang tersebut akan melakukan interpretasi dari setiap hal yang dialami olehnya. Interpretasi merupakan realitas bagi

seorang individu dan individu tidak dapat memisahkan realitas dari interpretasi. Jadi, menurut tradisi fenomenologi, orang yang mengalami suatu peristiwa akan memberikan makna kepada setiap peristiwa yang dialami olehnya (Morissan, 2013, p. 40).

Oleh sebab itu, jika suatu peristiwa terjadi dan beberapa orang terlibat dalam peristiwa tersebut, setiap orang akan memaknai peristiwa tersebut dengan makna yang beragam. Ketika tsunami melanda Aceh pada tahun 2004, ribuan orang mengalami kejadian yang sama. Namun, mereka memaknai pengalaman tersebut sesuai dengan interpretasi mereka masing-masing. Begitu pula dengan kehidupan sehari-hari dan kegiatan tersebut dilakukan di media digital. Setiap pengguna Couchsurfing tentunya memiliki pengalaman yang berbeda-beda. Ketika mereka menjadi *surfer*, menjadi *host*, atau menggelar *events*, tentunya setiap orang dapat menceritakan pengalaman mereka ketika menggunakan Couchsurfing. Namun, cerita pengalaman tersebut dapat dipastikan tidak akan sama. Setiap individu memiliki cerita masing-masing terkait aplikasi tersebut.

Hal itulah yang mendasari penulis memilih tradisi penelitian fenomenologi. Tradisi ini menjadi dasar bagi penulis untuk menjabarkan pengalaman subjektif para informan ketika menggunakan Couchsurfing. Dengan tradisi penelitian fenomenologi, penulis berupaya untuk menjabarkan penelitian ini berdasarkan persepsi individu yang menggunakan Couchsurfing, dan interpretasi mereka tentang pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

1.5.4 Landasan Teori

Beberapa teori yang akan digunakan sebagai landasan pada penelitian ini adalah teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi antarpribadi, karena penulis berasumsi bahwa rasa percaya (*trust*) tercipta ketika dua individu melakukan interaksi satu sama lain. Ketika mereka berinteraksi, terdapat beberapa simbol yang menyebabkan individu mempercayai lawan bicaranya, dan begitu pula sebaliknya. Rasa percaya itu dimulai ketika mereka saling berkenalan terlebih dahulu, kemudian melanjutkan ke tahapan yang membuat hubungan menjadi lebih intim.

Hal yang patut ditekankan pada penelitian ini adalah kehadiran teknologi yang menjadi perantara ketika dua individu itu saling berkenalan satu sama lain. Dua individu berinteraksi melalui fitur *chatting* di aplikasi Couchsurfing. Ketika mereka berinteraksi dan membangun kepercayaan, dua individu ini diperantarai oleh teknologi, yakni *smart phone*, aplikasi Couchsurfing, fitur *chatting*, dan teknologi lainnya yang akan dianalisis pada penelitian ini.

Setelah *trust* (rasa percaya) terbangun di antara mereka, maka mereka akan melakukan pertukaran sosial. Di dalam penelitian ini, penulis menamakan pertukaran timbal balik antara *host* dan *surfer* tersebut sebagai wujud dari ekonomi berbagi. Lessig (2008) menyebutkan bahwa ekonomi berbagi bukanlah transaksi yang memiliki patokan 'harga' dan 'uang', sehingga bisa dilakukan oleh dua orang yang tidak saling mengenal sekalipun. Ibaratnya, pembeli dan kasir yang tidak saling mengenal, tetapi mereka dapat menukarkan 'uang Rp 5000' dengan air mineral. Beda halnya dengan ekonomi berbagi, dimana hubungan antara dua orang yang melakukan transaksi tersebut sudah menjadi lebih intim daripada pertukaran

ekonomi komersial seperti yang dijabarkan di atas. Pasalnya, ekonomi berbagi menukarkan sesuatu yang lebih dari nilai komersial, seperti rasa kasih sayang, waktu, eksistensi diri, dan hal-hal yang bersifat abstrak seperti itu.

Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini berpedoman pada beberapa teori komunikasi antar pribadi, antara lain Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty reduction theory*), Teori Penetrasi Sosial (*Social Penetration Theory*), dan Teori Pertukaran Sosial (*Social Exchange Theory*). Berikut konsep penelitian yang disusun oleh penulis:

1.5.4.1 Teori Pengurangan Ketidakpastian: Tahap Awal *Host* dan *Surfer*

Berkenalan

Ketidakpastian merupakan sesuatu yang sering ditemui oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Ketika individu mengucapkan sesuatu, ada beberapa pernyataan dari individu yang benar, ada beberapa pernyataan individu yang salah, tetapi mayoritas dari pernyataan individu tidak diketahui: apakah itu benar atau salah. Maka, mayoritas tersebut dinyatakan sebagai *uncertainty* atau ketidakpastian (Lindley, 2006, p. 1). Lindley juga menjabarkan bahwa ketidakpastian merupakan suatu hal yang muncul di dalam pribadi setiap individu, *the upshot of these considerations is that uncertainty is a personal matter; it is not the uncertainty but your uncertainty*. Oleh sebab itu, di dalam komunikasi antar pribadi, terdapat ketidakpastian di antara dua orang yang baru berkenalan. Ketika mereka mengobrol satu sama lain, saling bertanya satu sama lain, di dalam diri masing-masing individu menyimpan rasa ketidakpastian satu sama lain. Mereka mencoba untuk mencari

tahu tentang ‘siapa dia’, ‘darimana dia berasal’, atau ‘apakah dia berkata dengan benar terkait dirinya?’.

Untuk tahap pembentukan hubungan, penulis menggunakan teori mengurangi ketidakpastian (*uncertainty reduction theory*), dimana teori ini mengkontekstualisasikan tentang tindakan yang dilakukan oleh *host* dan *surfer* dalam membangun sebuah hubungan. Ketika *surfer* meminta ‘*request to stay*’ pada salah seorang *host* di aplikasi Couchsurfing, tentu saja *host* tersebut akan memiliki sejumlah pertanyaan ketika melihat pesan *request to stay* itu. *Host* akan mempertanyakan: Siapakah dia? Apa yang dia inginkan? Bagaimana sifat dari *surfer* ini? Mengapa ia memilih untuk berkunjung ke negara tempat saya berdomisili? Pertanyaan-pertanyaan seperti itu akan tertanam di dalam benak *host*, sehingga *host* berupaya untuk mencari tahu informasi mengenai orang tersebut terlebih dahulu.

Jika melihat dari sudut pandang *surfer*, tentunya *surfer* juga memiliki pertimbangan tersendiri untuk memilih salah satu *host* yang menerima tamu untuk menginap (*accepting guest*), dimana aplikasi Couchsurfing tersebut juga menjabarkan ratusan, bahkan ribuan *host* lain yang bersedia untuk *accepting guest*. Ketika *surfer* memilih untuk menginap di salah satu *host*, *surfer* tersebut memiliki pertanyaan di benak mereka. Siapa *host* tersebut? Seperti apa orangnya? Apakah dia sesuai dengan ekspektasi saya? Tidak menutup kemungkinan jika *surfer* turut melakukan hal-hal tertentu untuk menghilangkan ketidakpastian antara ia dan *host* yang baru pertama kali bertemu.

Hal ini berdasar pada bunyi teori mengurangi ketidakpastian, bahwa individu tidak memiliki jawaban yang pasti terhadap orang yang baru dikenalnya. Ketika *host* dan *surfer* bertemu melalui aplikasi Couchsurfing, keduanya berupaya untuk mengurangi ketidakpastian satu sama lain. Ketika individu berkomunikasi, menurut Berger di dalam Morissan (2013: p. 204), individu membuat rencana untuk mencapai tujuan individu tersebut. Individu merumuskan rencana bagi komunikasi yang akan individu lakukan dengan orang lain berdasarkan atas tujuan dan informasi atau data yang telah individu miliki. Semakin besar ketidakpastian, maka individu akan semakin berhati-hati, individu akan semakin mengandalkan pada data yang dimiliki oleh individu sebelumnya. Jika ketidakpastian itu semakin membesar, maka individu akan semakin cermat dalam merencanakan apa yang akan ia lakukan. Pada saat individu merasa tidak pasti mengenal orang lain, maka individu mulai mengalami krisis kepercayaan terhadap rencana individu sendiri, dan individu mulai membuat rencana alternatif lainnya dalam hal individu memberikan respon pada orang lain. Dalam menghadapi situasi yang tidak pasti, individu harus mengambil kesadaran untuk memutuskan sesuatu agar mengurangi ketidakpastian tersebut, dimana keputusan itu harus diambil sesuai dengan pengetahuan individu mengenai fakta yang ia ketahui (Lindley, 2006, p. 7).

Adapun hal yang berbeda dari penelitian ini dengan teori pengurangan ketidakpastian pada umumnya adalah terdapat kehadiran teknologi yang menjadi perantara komunikasi di antara dua individu tersebut. Pada penelitian sebelumnya (Gardjito et al., 2014), mengurangi ketidakpastian di perusahaan Jepang terjadi di antara karyawan Indonesia dengan atasannya. Pengurangan ketidakpastian

dilakukan secara langsung dan tatap muka. Sementara itu, pada penelitian ini, pengurangan ketidakpastian terjadi di antara *host* dan *surfer* yang berkenalan dan berinteraksi menggunakan aplikasi Couchsurfing. Aplikasi tersebut sebagai perantara di antara dua individu. Cara individu untuk mengurangi ketidakpastian ketika pertama kali bertemu akan berbeda dengan hadirnya kehadiran teknologi seperti aplikasi Couchsurfing. Individu yang berperan sebagai *host* maupun *surfer* akan berkenalan, bercakap-cakap, dan membangun hubungan mereka melalui fitur chatting yang tersedia pada aplikasi Couchsurfing.

1.5.4.2 Teori Penetrasi Sosial: Pengembangan Hubungan antara *Host* dan *Surfer*

Beberapa penelitian terdahulu menggunakan teori penetrasi sosial untuk meneliti fenomena tentang pengungkapan diri (*self-disclosure*) dan pembentukan hubungan intim di antara dua individu. *Self-disclosure* merupakan proses yang dilalui oleh dua individu ketika mereka ingin menjalin hubungan akrab satu sama lain. Pada penelitian Manu (2017), dua individu yang ingin menjalin hubungan intim melalui proses *self-disclosure* terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke hubungan yang lebih dalam lagi. Dari tiga pasangan sebagai informan yang diwawancarai, hanya satu pasangan yang mencapai tingkat keenam dalam *self-disclosure*, yakni menceritakan tentang ketakutan mereka, trauma, pengalaman pribadi, masalah pribadi, konflik batin dengan dirinya sendiri, dan mimpi-mimpi yang ada pada dirinya. Sementara pasangan lain tidak mencapai pada tingkat-tingkat tersebut (Manu, 2017)

Pada penelitian tesis ini, penulis juga akan menganalisis tentang *self-disclosure* di antara *surfer* dan *host* yang berkenalan melalui aplikasi Couchsurfing. Adapun teori yang digunakan untuk menganalisis tentang keterbukaan diri di antara *surfer* dan *host* adalah teori penetrasi sosial. Teori ini berupaya mengidentifikasi proses peningkatan keterbukaan dan keintiman seseorang dalam menjalin hubungan dengan orang lain. Kedekatan interpersonal antara satu individu dengan individu lainnya merujuk pada proses ikatan hubungan, dimana individu-individu yang terlibat bergerak dari komunikasi yang luas menuju ke komunikasi yang lebih intim. Keintiman tidak dapat tercipta begitu saja, melainkan harus melalui berbagai tahap. Tidak mungkin dua individu yang baru saja berbicara dan baru saja mengenal, lantas memutuskan untuk menjalin hubungan intim. Dua individu tersebut akan melalui berbagai macam pendekatan untuk mengetahui diri lawan bicara masing-masing sebelum memutuskan untuk menjalin relasi yang lebih dekat lagi (Morissan, 2013, p. 296)

Penetrasi sosial dapat dilihat dengan dua dimensi, yaitu kedalaman (*depth*) dan keluasan (*breadth*) yang dilihat berdasarkan topik perbincangan. Kedalaman dan keluasan ini memiliki pengaruh lebih besar pada lapisan yang lebih dalam dari pada lapisan terluar. Ketika hubungan di antara dua individu semakin berkembang, maka masing-masing individu akan mendapatkan lebih banyak informasi yang semakin menambah keluasan dan kedalaman pengetahuan mereka satu sama lain (Morissan, 2013, p. 198). Sementara itu, asumsi dari penetrasi sosial Altman & Taylor, di dalam Griffin (2019), setiap individu yang memiliki akal sehat dapat memilih tindakan ketika berinteraksi dengan orang lain. Individu dapat memilih

orang-orang yang dirasa dapat memberikan manfaat positif maupun negatif, sehingga individu akan lebih terbuka dengan orang-orang yang memberikan manfaat positif dibandingkan negatif.

Untuk penelitian pengembangan hubungan antara *host* dan *surfer*, hubungan di antara dua individu tersebut dibangun melalui fitur *chatting* di dalam aplikasi Couchsurfing. Untuk itu, *surfer* dan *host* membangun hubungan bukan melalui kegiatan tatap muka, tetapi membangun hubungan melalui bahasa *chatting*. Apakah fitur *chatting* dapat membuat dua individu menciptakan dan membangun hubungan dengan baik? Untuk komunikasi interpersonal, individu sebagai generasi *digital natives* sudah menggunakan berbagai aplikasi untuk bertukar pesan satu sama lain, seperti aplikasi Whatsapp dan LINE. Hasil penelitian menyebutkan bahwa individu menggunakan aplikasi-aplikasi tersebut karena dapat melakukan *text chat*, *voice chat*, *photo sending*, *video sending*, *document sending*, dan *location sending*, serta memberikan stiket-stiker emoji lainnya (Sakti et al., 2017). Media-media sosial tersebut dapat menjadi sarana untuk menjaga hubungan dengan orang lain, mendapatkan sumber informasi, dan lebih jauh lagi, media sosial tersebut dapat mengkonstruksi sebuah budaya pada generasi yang melek teknologi. Hal serupa dapat terjadi pada dua individu yang berinteraksi melalui fitur *chatting* di aplikasi Couchsurfing. Mereka dapat melakukan komunikasi dengan menggunakan teks berupa tulisan, foto, dan lain-lain untuk membentuk hubungan akrab.

1.5.4.2.1 Hubungan dengan Orang Asing (*stranger*)

Stranger adalah istilah yang digunakan atas partisipan komunikasi dari budaya yang berbeda. Dengan berkomunikasi dengan *stranger*, Kim

memaknai bahwa *stranger* berasal dari orang-orang yang tidak diketahui identitasnya dan tidak familiar, yakni orang-orang yang berbeda budaya atau pendatang yang baru di suatu tempat dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk bisa beradaptasi dengan tempat tersebut (Kim, 2004, p. 379) . Sementara itu, peneliti dari Indonesia menuliskan bahwa apa yang disebut ‘*stranger*’ dimaknai sebagai individu berada di lokasi yang berbeda dengan individu lain, seperti beda kabupaten atau desa, maka individu tersebut sudah dipandang sebagai *stranger* karena mereka berada di lokasi yang berbeda, sehingga membutuhkan adaptasi kembali di lingkungan yang baru. Peneliti mencontohkan, ketika peserta beasiswa Erasmus Mundus dari Indonesia tinggal di rumah peserta beasiswa yang telah lama tinggal di Eropa selama periode penerimaan beasiswa, maka peserta beasiswa tersebut tetap dianggap sebagai *stranger*. Mereka dianggap sebagai pendatang minoritas pada sebuah *host culture* di Eropa, meskipun mereka tetap tinggal dengan orang Indonesia. Orang Indonesia yang berasal dari negara Indonesia akan menjadi *stranger* ketika berada di rumah orang Indonesia yang berada di benua Eropa (Reza, 2015, p. 23).

Maka, bisa disimpulkan bahwa *stranger* identik dengan ‘dua individu yang belum saling mengenal’, ‘individu yang berada di dalam lingkungan baru dan butuh penyesuaian dengan individu lainnya’, dan ‘dua individu yang berasal dari lingkungan yang berbeda’. Pada penelitian ini, penulis akan menganalisis tentang hubungan antar pribadi dua strangers. Bagaimana dua strangers (*host* dan *surfer*) membangun hubungan mereka

melalui aplikasi Couchsurfing, sehingga tumbuh rasa percaya di antara dua strangers tersebut?

Ketika *stranger* bertemu, tentu terdapat rasa canggung di antara mereka. Untuk mengurangi rasa kecemasan di antara dua strangers tersebut, seseorang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi akan meningkatkan motivasinya untuk berinteraksi dengan *stranger* (Diana & Lukman, 2018, pp. 103–104). Artinya, orang yang memiliki rasa percaya diri yang rendah, akan semakin sulit untuk berinteraksi dengan *stranger*. Rasa percaya diri itu didukung oleh pengalaman dan pengetahuan individu terhadap banyak hal, sehingga individu tersebut dapat berbaur dengan siapa saja dan dapat mengikuti alur pembicaraan siapa saja. Sementara itu, dua individu seringkali mencari informasi satu sama lain melalui media sosial masing-masing. Informasi yang diperoleh melalui media sosial pun meruntuhkan ketidakpastian di antara dua individu, sehingga mereka memutuskan untuk melanjutkan hubungan mereka atau tidak melanjutkan hubungan mereka. Hasil dari penelitian pada jurnal ini menggambarkan bahwa media sosial Instagram juga sebagai media pengurangan ketidakpastian bagi pasangan yang menjalin hubungan jarak jauh maupun jarak dekat (Sa'adatina & Manalu, 2017).

Untuk itu, pada penelitian ini, penulis berasumsi bahwa semakin tinggi pengalaman dan pengetahuan individu terhadap isu-isu *travelling*, budaya, dan hal-hal menarik tentang *travelling*, seperti negara asal wisatawan yang akan datang berkunjung, maka dua *strangers* tersebut

semakin mudah untuk menciptakan hubungan akrab satu sama lain. Ditambah lagi, ketika dua *strangers* tersebut memiliki rasa percaya diri untuk berkomunikasi satu sama lain, maka mereka semakin mengenal akrab dan rasa percaya (*trust*) perlahan-lahan tumbuh di antara mereka. Selain faktor-faktor di atas, penulis juga akan mengkaji lebih jauh lagi tentang cara-cara individu dalam mengurangi kecemasan yang terjadi di antara dua *strangers* yang saling bertemu melalui aplikasi Couchsurfing.

1.5.4.2.2 Hubungan *Online*

Internet pun mempengaruhi langkah-langkah generasi *digital natives* dalam menjalin sebuah hubungan. Generasi *digital natives* tidak lagi mempermasalahkan jarak, ruang, dan waktu untuk menjalin hubungan dengan orang lain. Internet sudah menjadi sesuatu yang mendekatkan semua orang di dalam satu frekuensi. Melalui internet, individu dapat berkenalan melalui media sosial, berkomunikasi dan berinteraksi lewat kolom komentar, lantas menjadi akrab satu sama lain tanpa pernah bertatap muka sama sekali.

Beberapa penelitian sudah mengangkat tentang pengembangan hubungan melalui media digital. Ketika individu saling berkenalan melalui *voice message* di Mobile Legend dan PUBG *online* karena memiliki minat yang sama, yakni *game online*. Mereka tidak pernah bertatap muka, tetapi menjadi akrab satu sama lain akibat memiliki persamaan dalam hobi mereka ketika bermain Mobile Legend dan PUBG (Permassanty & Irawan, 2018). Selain melalui *game online*, individu juga berkenalan dan menjalin

hubungan intim melalui aplikasi *Tinder*, yakni aplikasi berbayar untuk menemukan pasangan atau teman kencan. Hubungan yang dibentuk individu melalui aplikasi *Tinder*, dimana individu tidak pernah saling bertemu satu sama lain. Namun, individu dapat melakukan *self-disclosure* sampai tahap yang sangat terbuka, seperti tahap membicarakan masa depan dan trauma masa lalu mereka (Manu, 2017). Penelitian-penelitian di atas membuktikan bahwa di era digital ini, banyak aplikasi yang dibuat untuk mempertemukan orang-orang yang memiliki minat yang sama. Minat yang sama di antara dua individu tersebut dapat ‘mencairkan’ kecanggungan ketika mereka berinteraksi melalui media digital. Dua individu tersebut menjadi pemilik akun di aplikasi tersebut karena memiliki tujuan yang sama.

Sama halnya dengan aplikasi Couchsurfing yang mempertemukan individu yang memiliki minat sama, yakni *travelling* dan bertukar budaya. Secara luar, Couchsurfing kerap digunakan untuk orang-orang yang gemar *travelling* dan gemar untuk melihat kehidupan lokal di suatu daerah. Melalui aplikasi Couchsurfing, mereka dapat menemukan teman-teman yang memiliki minat yang sama. Untuk itu, penulis meyakini bahwa individu sengaja menginstall aplikasi Couchsurfing dan memiliki tujuan tertentu ketika menggunakan aplikasi tersebut. Individu membentuk hubungan interpersonal dengan *strangers* melalui media Couchsurfing. Secara umum, individu mungkin memiliki tujuan yang sama dengan orang yang menciptakan aplikasi Couchsurfing, yakni *travels like locals*. Namun,

di sisi lain, penulis meyakini bahwa individu selaku *host* maupun wisatawan memiliki tujuan lain yang lebih spesifik tentang alasan mereka menginstall dan menggunakan Couchsurfing selama ini.

1.5.4.2.3 Hubungan Akrab

Hubungan akrab ditandai oleh kadar yang tinggi mengenai keramahtamahan dan kasih sayang, kepercayaan, pengungkapan diri, dan tanggung jawab (Budyatna & Ganiem, 2014, pp. 156–157). Berikut deskripsi secara jelas tentang komponen dari hubungan akrab tersebut:

1. Keramahtamahan dan kasih sayang.

Keramahtamahan dan kasih sayang merupakan kunci utama keakraban. Dua orang yang akrab tidak akan melakukan tindakan yang menjengkelkan. Dua individu akan menghabiskan waktu bersama-sama, karena mereka mengalami kegembiraan atau kesenangan secara bersama-sama. Kedua individu itu menikmati saat-saat bersama-sama dalam berbicara, termasuk dalam berbagi pengalaman.

Hal ini tentunya juga berlaku di dalam Couchsurfing. Jika *host* memberikan keramahtamahan pada individu sebagai wisatawan, maka wisatawan tersebut akan merasa nyaman dengan *host* tersebut sehingga mereka saling berbagi kasih sayang. Sebaliknya, begitu pula dengan wisatawan yang mendatangi rumah *host* tersebut. Wisatawan harus memberikan rasa nyaman berupa keramahtamahan dan kasih sayang kepada *host* tersebut, meskipun *host* dan *surfer* merupakan *strangers*,

yakni seama individu yang baru dipertemukan melalui aplikasi Couchsurfing (Budyatna & Ganiem, 2014).

2. Kepercayaan

Karakteristik lain yang sangat penting dalam menciptakan hubungan akrab adalah kepercayaan atau *trust*. Kepercayaan merupakan sebuah prediksi. Ketika individu memberitahukan informasi kepada orang lain, maka akan terjadi dua resiko, yakni resiko yang menguntungkan atau merugikan orang yang memberikan informasi tersebut. Tentunya, individu akan memberikan informasi tersebut kepada orang yang dipercaya oleh individu, sehingga hubungan antara individu dan orang yang dipercaya oleh individu semakin kuat. Hasil penelitian Boon (1994), di dalam Budyatana & Ganiem (2014: p. 157) menuliskan bahwa kepercayaan menjadi dasar dari hubungan akrab di antara dua individu.

3. Pengungkapan Diri (*Self-Disclosure*)

Keakraban menghendaki secara relative tentang pengungkapan diri atau *self-disclosure*. Dua orang akan saling mengungkapkan perasaan diri mereka yang sangat pribadi kepada orang yang benar-benar dipercaya. Tentunya, untuk menuju proses menjadi pribadi yang dapat dipercaya tersebut individu akan melalui berbagai macam proses dan langkah-langkah terlebih dahulu (Budyatna & Ganiem, 2014, p. 158). Terkait pengungkapan diri, Altman & Taylor, di dalam Griffin (2018: pp. 114-115) menuliskan bahwa pengungkapan diri tersebut

seperti lapisan bawang. Terdapat tujuh lapisan bawang di dalam proses pengungkapan diri tersebut, antara lain:

- 1) *Artefak non-verbal*. Pada tahapan ini, dua individu yang saling bertemu akan menilai dari apa yang dilihat oleh mata, seperti pakaian yang dikenakan, gaya rambut yang diatur oleh individu, dan lain-lain.
- 2) *Biographical data*. Pada tahapan ini, dua individu bertukar tentang hal-hal yang termasuk dalam data biografi individu, seperti nama, alamat, usia, pekerjaan, dan lain-lain.
- 3) *Preferences in something*. Pada tahapan ini, dua individu mengungkapkan satu sama lain tentang hal-hal yang mereka sukai, seperti aliran *fashion* yang mereka ikuti, makanan kesukaan, musik kesukaan, dan lain-lain.
- 4) *Goals and aspirations*. Pada tahapan ini, dua individu mengungkapkan tentang tujuan-tujuan mereka ke depannya, seperti apa yang mereka harapkan di masa depan, apa yang menjadi target mereka beberapa tahun dari sekarang, dan lain-lain.
- 5) *Religious convictions*. Pada tahapan ini, dua individu mengungkapkan tentang keyakinan mereka masing-masing dalam memandang kehidupan. Hal ini berkaitan dengan agama yang mereka yakini.
- 6) *Deeply held fears and fantasies*. Pada tahap ini, dua individu yang bertemu melalui Couchsurfing mengungkapkan tentang masalah

pribadi mereka, pengalaman-pengalaman buruk yang tersimpan di dalam hari individu, trauma mereka di masa lalu, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan rahasia individu selama ini.

- 7) *Concept of self*. Di tahap terakhir ini, hal ini mencerminkan tentang pandangan individu terhadap dirinya sendiri. Hal ini berkaitan dengan kemampuan individu, sekaligus kegagalan individu di dalam dirinya.

4. Tanggung Jawab

Budyatana & Ganiem (2014: p. 158) menuliskan bahwa hubungan yang akrab memerlukan tanggung jawab yang mendalam. Sebagai contoh, hubungan akrab dicirikan oleh tahap tertentu, dimana seseorang membatalkan hubungan dengan orang lain agar dapat menyediakan lebih banyak waktu dan energi pada hubungan yang lebih diutamakan.

Di dalam aplikasi Couchsurfing, *host* dan *surfer* sepatutnya saling bertanggung jawab satu sama lain. Misalnya, *host* harus melakukan tanggung jawab jika ia berjanji untuk menjemput *surfer* di stasiun kereta atau di bandara. Jika tidak berjanji, tentunya *host* dan *surfer* masing-masing bertanggung jawab untuk hubungan akrab mereka satu sama lain. *Host* bertanggung jawab untuk memberikan akomodasi, sementara *surfer* akan bertanggung jawab untuk hal-hal lain untuk membalas 'biaya' yang telah dikeluarkan oleh *host* untuk *surfer*.

Mereka juga saling bertanggung jawab untuk menjaga hubungan akrab mereka masing-masing.

Pada penelitian ini, penulis lebih condong ke arah terciptanya hubungan akrab antar dua individu melalui aplikasi Couchsurfing. Individu yang satu berperan sebagai *surfer* atau *traveller*, sementara individu lainnya berperan sebagai *host* atau tuan rumah. Tentunya, sebelum *host* menerima *surfer* di dalam rumahnya, *host* dan *surfer* tersebut harus mengakrabkan diri terlebih dahulu. Hal tersebut tercipta tak lepas dari semakin canggihnya teknologi. Generasi *digital natives* dapat merasakan bahwa mereka seolah-olah masih hidup bersama dengan temannya di Facebook dan Whatsapp, serta media sosial lainnya. Mereka menciptakan ruang-ruang komunikasi domestik melalui aplikasi media sosial, memiliki otonomi di lahan media sosial milik mereka masing-masing, dan menciptakan bentuk interaksi yang disepakati bersama (Miller et al., 2016, p. 16).

Hubungan akrab yang terjadi di dunia *online* dan *offline* pun tak jauh berbeda. Hubungan yang dibina melalui media *online* pun tetap menerapkan sistem ‘seleksi’ seperti di dunia *offline* maupun *online*, manusia akan ‘terseleksi’ dengan sendirinya ketika menjalin hubungan dengan orang lain. Ketika individu berkenalan dengan seseorang, kemudian mengetahui lapisan semi-privat dalam diri seseorang tersebut, bisa jadi individu akan mundur dengan sendirinya, atau teman tersebut juga akan mundur dengan sendirinya. Mereka akan menjauh karena merasa tidak nyaman, tidak cocok, atau sejenisnya. Begitu pula dengan dunia *online*. Ketika individu saling berinteraksi melalui *chatting* dan tidak merasa cocok satu sama lain, durasi *chatting* mereka pun akan berkurang dan tidak sering seperti sebelumnya.

Menurut Christakis & Fowler, hal ini merupakan fenomena sosial, dimana manusia cenderung berkomunikasi dengan orang-orang yang memiliki persepsi yang sama dengannya (Christakis & Fowler, 2014).

1.5.4.3 Konsep Hutang *Indebtedness*: Hutang Moral dalam Interaksi Sosial

Setiap orang melakukan ekonomi berbagi karena didasari oleh motivasi untuk berpartisipasi yang kuat. Tanpa motivasi, individu tidak memiliki alasan untuk melakukan kegiatan ekonomi berbagi (Lessig, 2008, p. 151). Bahkan, altruisme pun dimaknai sebagai sistem pertukaran, meskipun altruisme dilakukan karena keinginan hati manusia sendiri. Altruisme juga termasuk transaksi ekonomi berbagi karena dilandasi oleh motivasi untuk menyenangkan hati orang lain. Seperti yang ditulis oleh André Gide, *Man is neither angel nor beast*, manusia bukanlah malaikat maupun binatang (Kolm, 2006, p. 5).

Selain motivasi, tentunya hal lain yang mendorong individu untuk melakukan ekonomi berbagi adalah terciptanya ikatan emosional di antara ia dan individu lainnya. Individu akan membantu tetangganya tanpa pamrih karena individu telah mengenal tetangganya terlebih dahulu. Individu akan merelakan waktunya yang berharga untuk bertemu dengan orang yang dicintainya karena mereka memiliki kekuatan emosional. Individu rela untuk berbagi ruangan dengan sahabatnya di apartemen yang sama karena mereka memiliki kekuatan emosional. Berbeda halnya ketika individu bertransaksi dengan orang yang tidak memiliki kekuatan emosional, tentunya mereka akan berpikir sekali lagi untuk berbagi ruangan dengan individu lain yang tidak memiliki ikatan emosional.

Di dalam karya ilmiah berjudul *A Theory of Indebtedness*, Greenberg (1980) menjelaskan tentang sistem pertukaran ekonomi yang terjadi di dalam kehidupan sehari-hari menggunakan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*). Di dalam sistem pertukaran ekonomi berbagi, ada yang berperan menjadi penyumbang (*donors*) dan ada yang menjadi penerima (*recipient*). Penyumbang mengeluarkan biaya (*cost*), namun di sisi lain penyumbang juga mengharapkan imbalan (*rewards*). Imbalan yang diberikan oleh penerima bukan berarti berwujud barang atau uang, tetapi sesuatu yang lebih berharga dibandingkan hal itu (Greenberg, 1980, pp. 3–11). Secara spesifik, berikut penjelasan yang diangkat dari Greenberg (1980):

1. **Komponen pertama adalah *donors* (penyumbang atau pemberi).**

Penyumbang merupakan orang yang memberikan penginapan, akomodasi, dan fasilitas. Komponen pertama ini adalah *host Couchsurfing*.

2. **Komponen kedua adalah *recipient* (penerima).**

Penerima adalah orang yang menerima penginapan, akomodasi, dan fasilitas dari *host*. Komponen kedua ini adalah *surfer* yang meminta *request to stay* di rumah *host* tersebut.

3. **Komponen ketiga adalah *cost* (biaya).**

Biaya adalah sesuatu yang diberikan oleh penyumbang kepada penerima. Pada penelitian ini, *cost* tersebut berupa penginapan, akomodasi, fasilitas, dan pelayanan-pelayanan lainnya yang diberikan oleh *host Couchsurfing*.

4. Komponen keempat adalah *rewards* (imbalan).

Imbalan merupakan sesuatu yang diterima oleh penyumbang dari penerima. Ketika *host* sudah memberikan penginapan, akomodasi, dan fasilitas, *host* tersebut berharap *rewards* atau sekadar melakukan hal tersebut karena motif altruisme. Jika menggunakan aplikasi Couchsurfing, lantas *host* tersebut berbagi ruangan, berbagi waktunya, berbagi fasilitas, dan hal-hal lain, tentunya *host* tersebut memiliki berbagai alasan untuk melakukannya, entah mengharapkan *rewards* atau benar-benar karena unsur altruisme.

Di dalam sistem ekonomi berbagi tersebut, terdapat norma timbal balik. Di dalam norma timbal balik, Gouldner (1966), di dalam Greenberg (1980) menyatakan bahwa orang harus membantu mereka yang telah membantu mereka, dan orang tidak boleh melukai mereka yang telah membantuk mereka. Hutang (*indebtedness*) di dalam tesis Greenberg (1980) ini diasumsikan berupa motivasi di dalam diri individu untuk meraih sesuatu, tetapi individu tidak dapat meraih sesuatu itu seorang diri. Individu harus meraih motivasi tersebut dengan cara dibantu oleh orang lain. Semakin besar motivasi tersebut, maka semakin besar gairah individu untuk mengejar motivasi tersebut. Jika gairah individu untuk mengejar motivasinya semakin besar, maka semakin banyak orang-orang yang harus membantu individu dan semakin besar pula “hutang” individu kepada orang-orang yang telah membantu individu untuk meraih motivasi tersebut. Semakin besar “hutang” individu, maka semakin besar rasa tidak nyaman individu terhadap orang-orang

yang memberi hutang tersebut, sehingga semakin besar pula upaya individu untuk menanganai atau mengurangi “hutang” tersebut (Greenberg, 1980, p. 4).

Jika dikorelasikan pada penelitian ini, individu dapat berdiri sebagai posisi pemberi (*donors*) dan penerima (*recipient*). Ketika individu menjadi *host*, maka individu berdiri sebagai pemberi (*donors*), karena ia memiliki ruangan untuk dibagi kepada *surfer*. *Host* juga dapat meluangkan waktunya untuk menemani *surfer* tersebut. Di sisi lain, ketika individu menjadi *surfer*, maka individu akan memberikan imbalan (*rewards*) kepada *host* karena individu telah menerima biaya (*cost*) yang diberikan oleh *host*. Artinya, di saat individu menjadi *surfer*, individu sedang berhutang kepada *host*, sehingga individu perlu untuk mengganti hutang tersebut. Ketika individu melakukan hutang dan memberi hutang, individu didasarkan oleh motivasi. Apapun motivasinya, tentunya hal itu yang menjadi pondasi individu untuk menjadi *host* yang memberi atau *surfer* yang menerima pemberian dari *host*. Lantas, apa imbalan yang diberikan oleh *surfer*? *Host* dan *surfer* melakukan transaksi dengan aplikasi Couchsurfing itu berbeda halnya dengan transaksi berbayar menggunakan aplikasi AirBnb atau Traveloka. Aplikasi tersebut menuliskan dengan pasti tentang harga yang harus dibayar oleh orang yang akan menempati kamarnya. Jika wisatawan membayar Rp 300.000, maka ia akan menerima kamar dengan fasilitas yang diberikan oleh pemilik penginapan. Jika wisatawan membayar Rp 500.000, maka ia akan mendapatkan kamar dengan fasilitas yang lebih bagus. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Couchsurfing identik dengan sesuatu yang tidak pasti. Individu tidak dapat mengetahui tentang bentuk akomodasi yang akan ia terima. Pemilik akomodasi pun tidak mengetahui

tentang wisatawan yang akan menginap di tempatnya. Dua individu yang saling melakukan transaksi tidak dapat membandingkan mengenai biaya yang dapat mereka berikan dan imbalan yang akan mereka terima satu sama lain.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Adapun operasionalisasi konsep yang akan diuraikan di bawah ini bertujuan untuk menghindari kesalahan interpretasi serta memberikan batasan yang jelas pada konsep-konsep yang diteliti pada tesis ini. Konsep-konsep yang akan dibahas antara lain:

1.6.1 Ketidakpastian

Ketika suatu pernyataan dianggap sebagai sesuatu yang benar, namun sebagian lagi menganggap bahwa pernyataan itu salah, dan diri sendiri mempertanyakan apakah pernyataan tersebut salah atau benar, maka pernyataan itu disebut dengan ketidakpastian (Lindley, 2006, p. 1). Pada aplikasi Couchsurfing, setiap individu yang memiliki posisi sebagai *host* maupun *surfer* menuliskan biodata di dalam kolom biodata di aplikasi tersebut. Pernyataan yang dikeluarkan oleh masing-masing pengguna Couchsurfing penuh dengan ketidakpastian. Oleh sebab itu, individu berupaya untuk mengurangi ketidakpastian di antara individu dengan *host* atau *surfer* sebelum mereka melakukan transaksi ekonomi berbagi.

1.6.2 Rasa Percaya (*trust*)

Kepercayaan (*trust*) memiliki berbagai makna dari masing-masing perspektif. Dari perspektif ekonomi, kepercayaan dipandang sebagai mekanisme yang mengurangi biaya transaksi pertukaran. Dengan meningkatnya kepercayaan,

hal tersebut mengurangi persepsi orang-orang terhadap resiko ketika menggunakan sesuatu, ketika berkenalan dengan seseorang, atau ketika menggunakan aplikasi online, sehingga melakukan transaksi yang efisien (Yu et al., 2015a, p. 237). Pengertian seperti itu juga dapat diterapkan pada transaksi ekonomi berbagi di aplikasi Couchsurfing.

Sementara itu, Ba & Pavlou menuliskan bahwa *trust* adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu menurut harapan orang kepercayaannya dalam suatu lingkungan yang penuh ketidakpastian (Ananda, 2018, p. 17). *Trust* merupakan kunci dari interaksi antara wisatawan dan *host* Couchsurfing. Tanpa interaksi disertai kepercayaan satu sama lain, maka transaksi antara wisatawan dan *host* tidak akan berjalan dengan baik. Tanpa ada rasa percaya di antara *host* dan *surfer*, maka *host* tidak bersedia untuk melakukan *sharing* dengan wisatawan tersebut.

1.6.3 Hubungan Akrab

Longman (2003), di dalam Morissan (2013, p. 281), menuliskan bahwa hubungan (*relationship*) memiliki pengertian, dua orang atau dua kelompok yang merasakan satu dengan lainnya, dan cara mereka bertingkah laku satu dengan lainnya. Ada kalanya suatu hubungan terjalin dengan sangat mudah dan menyenangkan, namun tidak jarang orang memiliki hubungan yang sulit sehingga hubungan itu tampak aneh dan tidak menarik. Sementara Budyatana & Ganiem (2014, p. 10) menuliskan bahwa hubungan berkaitan dengan komunikasi antarpribadi, dimana para komunikator membuat prediksi terhadap satu sama lain atas dasar data psikologis, yakni data tentang keinginan, kebutuhan, dan nilai-nilai

pribadi satu sama lain. Pada penelitian ini, penulis menganalisis tentang pembentukan dan pengembangan hubungan antara *host* dan *surfer*. Hubungan mereka memiliki perantara, yakni aplikasi Couchsurfing, yang menjadi ‘tempat bertemu’ kedua individu tersebut.

1.6.4 Transaksi Ekonomi Berbagi

Pada penelitian ini, penulis mengkaji tentang makna dari kegiatan transaksi ekonomi berbagi yang dilakukan oleh individu melalui media digital. Hal itu disebabkan karena penulis berasumsi bahwa ekonomi berbagi merupakan salah satu penyebab yang mendorong *host* Couchsurfing untuk berbagi apa yang dimilikinya kepada *surfer* yang tidak memiliki hubungan intim dengan *host* tersebut. Ekonomi berbagi dilakukan oleh dua orang yang memiliki ikatan emosional satu sama lain, dimana transaksi ekonomi tersebut bukan hanya menukarkan uang atau barang, tetapi nilai-nilai yang lebih daripada itu (Lessig, 2008).

1.7 Asumsi Penelitian

Berdasarkan konsep penelitian yang dijabarkan di atas, penulis membuat asumsi penelitian sebagai berikut:

1. Rasa *trust* atau kepercayaan antara *host* dan *surfer* muncul akibat ketidakpastian yang berkurang di antara *host* dan *surfer*. Ketidakpastian itu berkurang ketika *host* dan *surfer* sudah memperoleh informasi tentang lawan bicara mereka masing-masing. Informasi tersebut diperoleh individu dari *reactivity searching* dan *disinhibition searching*. Melalui *reactivity searching*, individu mengamati seseorang ketika ia sedang melakukan sesuatu

pada situasi tertentu. Individu cenderung memperhatikan reaksi non-verbal yang dilakukan oleh lawan bicaranya. Sementara itu, individu juga mengumpulkan informasi lewat *disinhibition searching*, yaitu mengamati *host* dan *surfer* dalam keadaan santai. Saat itu, *host* dan *surfer* sedang melakukan sesuatu dengan ‘apa adanya’, tidak menjaga penampilan, dan bersikap seperti biasa. Setelah mendapatkan informasi tersebut, rasa percaya di antara individu dengan *host* maupun *surfer* mulai tumbuh.

2. Ketika rasa percaya sudah tumbuh, *host* dan *surfer* mulai mengembangkan hubungan mereka menjadi hubungan akrab dengan cara melakukan keterbukaan diri (*self disclosure*). Semakin dalam dan semakin luar *host* dan *surfer* itu membuka tentang diri mereka, maka mereka akan semakin menjalin hubungan intim satu sama lain.
3. Bentuk keuntungan yang dipertukarkan oleh *host* dan *surfer* adalah wujud dari ekonomi berbagi. Sesuai dengan pemikiran Lessig (2008), ekonomi berbagi tidak hanya berdasar pada sesuatu yang berwujud komersial saja, tetapi ada *value* lain di dalam kehidupan sehari-hari yang lebih daripada uang, seperti rasa cinta, persahabatan, waktu, pengalaman, atau keuntungan lain yang tidak terlihat, namun dapat berdampak pada kehidupan individu dalam jangka waktu yang panjang.

1.8 Metodologi Penelitian

Untuk melakukan pendekatan intelektual terhadap sesuatu yang berstatus ilmiah, penulis harus melalui tiga syarat terlebih dahulu, yaitu membuktikan bahwa penelitian ini bersifat rasional, sistematis, dan metodis (Bertens, 2018, p. 54).

Penelitian ini menggunakan metode empiris, yakni metode yang disusun berlandaskan aposteriori. Metode yang digunakan pada penelitian ini melalui jalan induksi, yakni merumuskan pengalaman-pengalaman inderawi untuk mengungkapkan fakta-fakta konkret, kemudian fakta tersebut ditarik untuk membentuk kesimpulan umum (Bertens, 2018, p. 56). Untuk mengungkapkan fenomena pada penelitian ini, penulis harus mengikuti metode yang dijabarkan di bawah ini.

1.8.1 Tipe penelitian

Pada penelitian ini, penulis akan menganalisis mengenai pengalaman individu dalam menggunakan aplikasi Couchsurfing. Adapun hal-hal yang dianalisis antara lain pengalaman mengurangi ketidakpastian di antara individu dengan *surfer* atau *host*, pengalaman membentuk hubungan akrab antara individu dengan *surfer* atau *host*, pengalaman individu ketika berinteraksi dengan orang lain melalui media digital, dan pengalaman individu dalam melakukan transaksi ekonomi berbagi dengan *host* atau *surfer* yang dikenal melalui aplikasi Couchsurfing. Oleh sebab itu, penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Penelitian dengan pendekatan fenomenologi memiliki beragam versi kontemporer, antara lain *post-intentional phenomenology*, *lifeworld research*, dan *interpretative phenomenological analysis* (Neubauer et al., 2019, pp. 91–92). Berdasarkan *state of the art* tentang fenomenologi yang disajikan di atas, penelitian-penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi. Dari ketiga penelitian di atas, Sunarni (2018) dan Prathama (2019) menggunakan

fenomenologi versi deskriptif. Sementara itu, Giwa (2016) menggunakan versi *interpretative phenomenological analysis*.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan fenomenologi versi *interpretative phenomenological analysis* (IPA). Penulis memilih fenomenologi versi IPA karena berbagai alasan. Pertama, peneliti IPA melakukan peran aktif dalam proses interpretasi (Neubauer et al., 2019, p. 91). Kedua, fenomenologi versi IPA merefleksikan pengalaman sehari-hari dari subjek penelitian (Giwa, 2016, p. 124). Bagi penulis, di tengah perkembangan digital seperti saat ini, upaya individu untuk mengurangi ketidakpastian dan membangun hubungan akrab antara dua individu melalui media digital adalah hal yang sering dilakukan oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, alasan selanjutnya adalah fenomenologi versi IPA memiliki komitmen untuk memahami bagaimana orang-orang memahami tentang pengalaman hidup orang lain. Hal itulah yang menjadi batasan-batasan fenomenologi versi IPA, karena IPA dapat menganalisis pengalaman orang-orang dengan istilah yang digunakan oleh orang tersebut. Hal ini juga disebut oleh Smith (2009) pada bukunya, "*IPA researchers are especially interested in what happens when the everyday flow of lived experience takes on a particular significance for people*" (J. A. Smith et al., 2009, p. 1). Singkat kata, IPA tidak membatasi analisis, seperti mengelompokkan hasil wawancara individu ke dalam kategori-kategori yang telah ditentukan. Alasan selanjutnya, penulis memilih IPA karena versi tersebut dapat menginterpretasikan bagaimana setiap informan memberi arti untuk pengalaman mereka. Adapun muara dari interpretasi itu adalah laporan mengenai pengalaman unik dari masing-masing informan (Kahija, 2017, p. 25). Tugas dari

peneliti adalah melihat bagaimana keunikan itu terhubung dengan pertanyaan dan tujuan penelitian, sehingga dapat menjawab fenomena yang dipermasalahkan pada penelitian ini.

1.8.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian yang dipilih adalah individu yang memiliki pengalaman dalam menggunakan Couchsurfing, baik sebagai *host* maupun *surfer*. Penulis akan menggali pengalaman-pengalaman individu yang menggunakan aplikasi Couchsurfing tersebut. Cerita subjektif dari orang yang mengalami langsung suatu fenomena adalah sasaran peneliti untuk mendapatkan data utama (Kahija, 2017, p. 45). Adapun subjek penelitian yang diwawancarai pada penelitian ini berjumlah 12 informan yang berasal dari beberapa tempat, antara lain Kota Semarang, Kabupaten Semarang, Jakarta, Bandung, Serang, Jambi, Palembang, Bontang, dan Balikpapan.

1.8.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan yang diutarakan oleh subjek penelitian ketika diwawancarai oleh penulis. Selain itu, penulis juga menganalisis tentang profile Couchsurfing dari subjek penelitian. Profile tersebut diperoleh dari website Couchsurfing.com. Penulis juga menggunakan sumber tertulis dokumentasi berupa buku, karya ilmiah, artikel, dan dokumen yang relevan untuk memperoleh informasi mengenai fenomena yang dianalisis pada penelitian ini.

1.8.4 Teknik Pengambilan Data

1.8.4.1 Wawancara

Untuk pengambilan data pada penelitian ini, penulis akan mewawancarai subjek penelitian. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur karena penulis akan melihat sudut pandang dan pengalaman dari narasumber dengan apa adanya, sehingga penulis akan mendapatkan informasi sebanyak mungkin dari narasumber. Wawancara tidak terstruktur ini dipilih agar penulis tidak terikat pada satu pertanyaan-pertanyaan tertentu saja sehingga pernyataan narasumber bisa dikembangkan lebih lanjut lagi.

Ketika melakukan wawancara, penulis merekam semua pembicaraan dengan menggunakan alat rekaman. Setelah selesai melakukan wawancara dan melakukan transkrip, penulis akan memberikan hasil transkrip tersebut kepada narasumber dan mengecek apakah ada hal-hal yang terlewatkan ketika wawancara tersebut dilakukan. Agar wawancara tersebut tidak menyimpang dari fokus yang dijabarkan di atas, penulis juga mempersiapkan panduan wawancara yang berisi poin-poin penting yang harus dijawab oleh narasumber. Panduan tersebut bersumber dari landasan teori dan operasional konsep yang dijabarkan di atas. Selibhnya, peneliti akan membiarkan narasumber bercerita dengan sendirinya terkait pengalamannya sebagai *host* dan *surfer* dalam menggunakan Couchsurfing. Dengan demikian, penulis akan mendapatkan data-data tambahan yang sekiranya penting untuk penelitian ini.

1.8.4.2 Dokumentasi

Untuk penelitian ini, studi dokumentasi dikumpulkan dari dokumen-dokumen non insani, atau dokumen-dokumen berbentuk arsip, rekaman, gambar, dan lain-lain. Adapun dokumen-dokumen yang dimaksud bukan hanya tulisan saja, tetapi juga data berupa data individu dan foto individu yang ditampilkan di aplikasi Couchsurfing. Dengan mendokumentasikan hal tersebut, penulis dapat mendeskripsikan cara individu memperkenalkan diri mereka di aplikasi Couchsurfing.

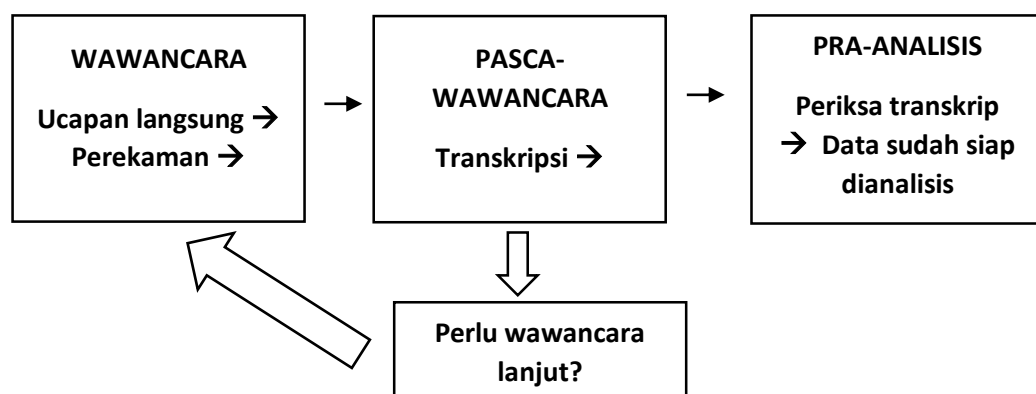
Selain itu, data-data lain yang bersifat non-insani yang sekiranya dapat membantu melengkapi data penelitian ini adalah tulisan di blog, khususnya blog yang ditulis oleh individu yang berperan sebagai *surfer* maupun *host* Couchsurfing. Hal itu juga dapat membantu penulis untuk menampilkan data-data tambahan pada penelitian ini. Data lainnya juga diperoleh dari artikel ilmiah dan buku yang membahas tentang hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.8.5 Analisa dan Interpretasi Data

Setelah mencari data-data di lapangan dengan cara wawancara dan dokumentasi, penulis akan menganalisis hasil dari data-data yang tersebut menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). IPA berbeda dengan analisis fenomenologi deskriptif. Terdapat tiga pilar dari IPA adalah fenomenologi, hermeneutika, dan idiografi (Kahija, 2017, pp. 47–51). Tiga pilar ini berbeda dengan pilar fenomenologi deskriptif yang memiliki pilar berupa *epoche*.

Pilar pertama adalah fenomenologi, dimana fenomenologi adalah filsafat yang menekankan pada pentingnya meneliti pengalaman langsung (*lived experience*). Sementara itu, pilar kedua adalah hermenutika, dimana penulis menginterpretasikan pengalaman secara subjektif dari pengalaman subjek penelitian. Sementara itu, idiografi adalah pilar ketiga dari analisis fenomenologi IPA. Idiografi inilah yang membedakan antara satu individu dengan individu lain. Pilar idiografi di sini diartikan sebagai sesuatu yang pribadi dan unik dalam pengalaman partisipan. Singkat kata, setiap orang memiliki pemahaman yang konteks kehidupan masing-masing dan tentunya terdapat sesuatu yang unik di dalam kehidupan tersebut (Kahija, 2017, p. 51).

Di dalam IPA terdapat dua aktivitas penafsiran atau interpretasi dalam IPA. Satu tafsir berasal dari subjek penelitian yang menceritakan pengalamannya, sementara satu tafsir lagi berasal dari peneliti yang mewawancarai subjek penelitian tersebut (Kahija, 2017, p. 47). Oleh sebab itu, IPA sering disebut *double-hermeneutic* atau penafsiran ganda. Adapun skema proses dari analisis fenomenologi IPA dijelaskan oleh Kahija (2017) seperti berikut:



Gambar 1.2
Proses pengumpulan data *Interpretative Phenomenology Analysis*

Untuk tahap analisis, peneliti fenomenologi harus menjalani langkah-langkah berikut ini (Kahija, 2017, pp. 110–112) :

1. Baca transkrip dan hayati isinya secara menyeluruh.
2. Buat tabel dengan format sebagai berikut:
 - a. Kolom kiri sebagai transkrip orisinal.
 - b. Kolom tengah sebagai catatan-catatan awal berupa komentar eksploratoris. Pada komentar eksploratoris, peneliti fenomenologi dapat memasukkan tiga jenis komentar di kolom tersebut, yakni komentar deskriptif, komentar linguistis, dan komentar konseptual.
 - i. Komentar deskriptif adalah komentar yang menggambarkan isi dari ucapan informan yang menjadi narasumber.
 - ii. Komentar linguistis adalah komentar untuk penggunaan bahasa yang digunakan oleh informan. Di sini, penulis dapat mencermati, mengapa dia menggunakan bahasa tersebut, bukan bahasa lain yang barangkali lebih halus atau lebih cocok untuk diucapkan pada peristiwa tersebut.
 - iii. Komentar konseptual adalah komentar yang menunjukkan pertanyaan kritis yang berkelebat dalam pikiran peneliti fenomenologi saat membaca transkrip.
 - c. Kolom kanan adalah tema emergen. Dengan selesainya komentar eksploratoris, penulis kembali membaca tema tersebut

dari awal sambil menarik keluar tema-teman emergen. Tema emergen bisa berupa kata atau frasa. Peneliti adalah penentu dari tema tersebut (Kahija, 2017).

3. Perumusan tema subordinat, yakni tema yang posisinya berada di atas tema-teman emergen. Tema superordinat merupakan tema yang menampung beberapa tema emergen. Kahija mengibaratkan sebuah folder yang menampung beberapa file, dimana file tersebut memiliki kesamaan, namun berbeda aliran (Kahija, 2017, p. 123). Sebagai contoh, folder *Film Kartun Jepang*, lalu di dalamnya terdapat file *Doraemon*, *One Piece*, *Detective Conan*, dan *Crayon Shinchan*. Pada penelitian ini, penulis akan mengelompokkan tema-teman emergen ke dalam tema superordinate.
4. Mengelompokkan tema-teman superordinate.
5. Melaporkan hasil penelitian di bab-bab pembahasan.

1.8.6 Kualitas Penelitian dalam Fenomenologi

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi juga perlu menegakkan validitas. Kahija (2017, p. 201-202) mengembangkan dari kualitas penelitian (*goodness criteria*) dari berbagai sumber, antara lain Lucy Yardley (2000 dan 2007). Secara singkat, peneliti fenomenologis telah memenuhi kualitas esensial di bawah ini:

1. Sensitivitas pada Konteks
 - a. Peneliti menggunakan literature yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

- b. Peneliti mendapatkan data-data empiris yang berbasis pada pengalaman langsung dari informan.
- c. Peneliti memperhatikan konteks sosiokultural untuk penelitian ini.
- d. Peneliti memperhatikan perspektif informan dalam dunia pengalamannya.
- e. Peneliti mempertimbangkan masalah-masalah etis dalam penelitian ini.

Terkait masalah etis, Kahija (2017) memaparkan bahwa etika di dalam penelitian fenomenologi ini berarti panduan tentang apa itu baik dan buruk yang disepakati bersama antara peneliti dan orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini (Kahija, 2017, p. 200). Misalnya, peneliti merahasiakan identitas dari informan karena pengalaman yang diceritakannya terkait dengan pengalaman traumatis, pengalaman yang mengancam keselamatan dan nama baik informan, dan lain-lain.

2. Komitmen dan Rigor

- a. Peneliti memahami metode fenomenologis yang digunakan pada penelitian ini.
- b. Peneliti mendapatkan informasi yang dalam dari partisipan.
- c. Peneliti membedah dan menganalisis data secara detail.

3. Transparansi dan koherensi

- a. Interpretasi pada penelitian ini jelas dan transparan.
- b. Metode yang digunakan oleh peneliti jelas dan transparan.
- c. Penyajian data yang diperoleh harus jelas dan transparan.

- d. Metode fenomenologis yang digunakan oleh peneliti sejalan dengan pespektif teoretis yang mendasarinya.
- e. Peneliti menjalankan reflektivitas dalam penelitian ini.

Di dalam refleksi diri, peneliti dengan rendah hati mengungkapkan pandangan, perasaan, praduga, atau anggapan yang terkait dengan masalah penelitian (Kahija, 2017, p. 200). Penulis akan memposisikan diri penulis dalam penelitian sebagai orang yang menafsirkan informasi yang disampaikan oleh para informan penelitian.

1.8.7 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian fenomenologi tidak dapat diandalkan secara statistik dengan jumlah ukuran sampel yang besar. Selain itu, tidak semua peserta dapat dijadikan sampel pada penelitian fenomenologi ini (Morissan, 2019, p. 184).. Untuk itu, pada penelitian ini, penulis hanya menganalisis pengalaman dari 12 informan. Pemilihan informan itu didasarkan oleh pengalaman mereka ketika menggunakan Couchsurfing selama ini. Artinya, penelitian ini tidak melakukan generalisir pada seluruh pengalaman para pengguna aplikasi Couchsurfing di Indonesia dan di negara-negara lainnya.