

BAB IV

**PENGALAMAN INDIVIDU MELAKUKAN DAN MEMAKNAI
TRANSAKSI EKONOMI BERBAGI MELALUI APLIKASI
COUCHSURFING**

Setelah penulis menguraikan tema-tema emergen di bab sebelumnya, langkah selanjutnya yang akan dilakukan penulis adalah menyusun pola-pola di antara tema-tema yang telah diperoleh dari jawaban seluruh informan pada penelitian ini. Untuk fenomenologi IPA, setiap pengalaman partisipan adalah pengalaman individual (Kahija, 2017, p. 128). Pengalaman individual tersebut diperlakukan sebagai sesuatu yang unik di dalam proses analisis. Penjabaran analisis ini sesuai dengan pilar-pilar *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA), yaitu fenomenologi, hermeneutika, dan idiografi.

Oleh sebab itu, pada bab 4 ini, penulis akan memulai penjabaran tentang fenomena ekonomi berbagi di antara individu dan orang asing (*stranger*) yang berkenalan melalui aplikasi Couchsurfing. Penulis akan memulai untuk menjabarkan analisis yang berkaitan dengan motivasi individu karena motivasi merupakan dorongan individu untuk melakukan transaksi ekonomi berbagi.

1.1 Pengalaman Individu Mencari Informasi tentang Couchsurfing

Ketika manusia berkomunikasi, manusia akan membuat rencana untuk mencapai tujuannya. Manusia akan merumuskan rencana bagi komunikasi yang akan dilakukan olehnya dengan orang lain berdasarkan atas tujuan dan informasi yang telah ia miliki sebelumnya (Morissan, 2018, p. 205). Individu memperoleh data atau informasi tentang Couchsurfing

terlebih dahulu dari sumber informasi, kemudian individu akan merumuskan rencana selanjutnya berdasarkan data yang telah diperoleh dari sumber-sumber tersebut.

Pada penelitian ini, internet merupakan sumber utama individu dalam memperoleh informasi mengenai Couchsurfing. Selain internet, individu juga memperoleh sumber informasi tentang Couchsurfing dari manusia secara langsung, yaitu dari mulut ke mulut.

1.1.1 *Word of Mouth*: Sumber Informasi yang Dipertimbangkan

Berdasarkan pernyataan dari informan 1, 3, 4, dan 12, empat informan yang berasal dari Bandung, Jakarta, Serang, dan Ungaran ini mengetahui informasi tentang Couchsurfing dari sumber mulut ke mulut (*word of mouth*). Mereka mengetahui Couchsurfing dari teman *travelling*, teman kerja, dan senior di universitas. Adapun informasi mengenai Couchsurfing yang mereka peroleh dari sumber *word of mouth* tersebut cukup beragam, seperti informasi tentang aplikasi yang menawarkan penginapan gratis di rumah orang, aplikasi untuk menumpang di rumah orang, aplikasi yang aman untuk digunakan, aplikasi untuk mengurangi biaya akomodasi ketika melakukan perjalanan wisata ke luar negeri, dan aplikasi yang efektif untuk memangkas biaya akomodasi ketika melakukan kegiatan akademik di luar negeri. Aplikasi tersebut tidak hanya dapat digunakan untuk orang-orang yang memiliki hobi *travelling* saja, tapi juga untuk orang-orang yang melaksanakan seminar internasional, pertukaran pelajar, dan penelitian di luar negeri. Dengan menggunakan Couchsurfing,

individu dapat mengantisipasi biaya akomodasi ketika melakukan kegiatan akademik di luar negeri.

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa sumber informasi *word of mouth* mendeskripsikan Couchsurfing sebagai sarana yang tepat untuk memangkas biaya akomodasi ketika para informan melakukan perjalanan ke luar negeri, baik untuk kegiatan akademik maupun perjalanan wisata. Adapun hal unik dari hasil wawancara dengan para informan adalah jeda waktu antara mendengarkan informasi tersebut, menginstallnya, dan menggunakannya. Para informan mendengarkan informasi tentang Couchsurfing, kemudian menginstallnya, namun butuh waktu hingga 1-2 tahun sebelum menggunakan aplikasi itu. Mereka butuh waktu untuk menganalisis terlebih dahulu tentang aplikasi tersebut. Para informan mengaku, awalnya mereka tak percaya adanya aplikasi yang benar-benar diperuntukkan bagi individu yang ingin mengurangi biaya akomodasi. Tak hanya akomodasi, tapi juga menyediakan pelayanan lainnya, seperti *guide*, fasilitas untuk kehidupan sehari-hari, dan sarana untuk bertukar kehidupan lokal.

Informasi yang bersumber dari *word of mouth* memiliki keunikan tersendiri. Sumber informasi tersebut berasal dari orang yang sudah pernah menggunakan Couchsurfing. Sumber informasi tersebut juga berasal dari orang yang memiliki hobi *travelling*. Pada kenyataannya, informasi tersebut tidak percaya sepenuhnya dipercaya oleh individu yang mendengarkan informasi itu. Individu masih mencari lagi informasi-informasi yang lebih

lengkap tentang aplikasi Couchsurfing. Individu membutuhkan waktu yang cukup lama, bahkan hingga bertahun-tahun untuk mencari informasi tambahan tentang aplikasi Couchsurfing. Individu menginstall aplikasi tersebut pada saat ini, kemudian menggunakannya setelah menganalisis tentang aplikasi tersebut.

4.1.2 Artikel di Google dan Informasi di Media Sosial: Sumber

Informasi yang Lebih Cepat Diadopsi

Artikel dari Google, informasi dari grup Facebook Backpacker Indonesia, dan *hashtag* dan foto di Instagram menjadi sumber informasi yang diandalkan oleh para informan pada penelitian ini. Para informan mendapatkan keterangan tentang Couchsurfing dari media sosial dan artikel di Google. Individu melakukan pencarian (*search*) artikel di Google dengan kata kunci penginapan yang murah, penginapan alternatif di luar kota maupun luar negeri, dan cara untuk melakukan *travelling* yang murah. Penginapan alternatif tersebut berupa penginapan dalam model lain selain hotel dan *guest house*. Di artikel Google, Couchsurfing menjadi salah satu alternatif bagi para *traveler* sebagai tempat menginap untuk mengurangi ongkos akomodasi di berbagai kota dan negara. Setelah mendapatkan informasi tersebut, individu memutuskan untuk menginstallnya, bahkan langsung menggunakannya pada saat itu juga.

Di media sosial, individu memperoleh keterangan mengenai Couchsurfing dari grup Facebook Backpacker Indonesia. Grup Facebook tersebut umumnya beranggotakan orang-orang yang memiliki hobi atau

pekerjaan yang berhubungan dengan *travelling*. Orang-orang yang tergabung di dalam komunitas atau grup Facebook memang memiliki keinginan, kebutuhan, dan tujuan yang sama. Sebagai contoh, sebagian besar masyarakat di Belanda melakukan ekonomi berbagi pada grup Facebook *Freecycling*. Orang-orang yang memiliki barang bekas dapat memposting foto tentang barang miliknya dan barang itu dapat diminta atau diambil oleh orang lain yang berada dalam grup itu, meskipun individu yang melakukan transaksi tidak saling mengenal satu sama lain (Norbutas & Corten, 2018). Hal senada juga dapat terjadi pada individu yang bergabung dalam grup Facebook Backpacker Indonesia yang beranggotakan orang-orang yang menyukai kegiatan *travelling*. Mereka menyukai kegiatan *travelling*, ingin melakukan *travelling*, dan saling berbagi mengenai informasi tentang *travelling*. Di grup Facebook Backpacker Indonesia, mereka saling berbagi satu sama lain tentang informasi mengenai cara-cara murah untuk *travelling* ke luar negeri. Salah satu cara murah itu adalah dengan menggunakan Couchsurfing.

Selain dari grup Facebook, individu juga mendapatkan keterangan tentang Couchsurfing dari Instagram. Melalui media foto, individu dapat melihat tentang jaringan pertemanan internasional. Individu tertarik untuk menggunakan Couchsurfing karena teman-temannya yang menggunakan aplikasi tersebut terlihat mudah untuk mendapatkan teman-teman yang berasal dari berbagai negara, terutama negara-negara yang memiliki ras Kaukasian, seperti negara di Eropa. Individu tertarik karena melihat foto-

foto yang dipublikasikan oleh teman-temannya di Instagram. Individu mencari tahu lebih lanjut tentang sumber dari jaringan pertemanan tersebut dan individu memahami bahwa mereka tergabung dalam komunitas Couchsurfing dari *hashtag* yang digunakan oleh temannya di Instagram. Individu memahami bahwa jika ingin mendapatkan teman dari kancah internasional, maka Couchsurfing dapat menjadi salah satu alternatif untuk membentuk jaringan pertemanan tersebut.

Penjabaran di atas menunjukkan bahwa internet membawa pengaruh yang sangat kuat bagi individu untuk langsung menginstall dan menggunakan aplikasi Couchsurfing tersebut. Berbeda dengan *word of mouth*, dimana informan justru menginstallnya dan tidak langsung menggunakannya, melainkan membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk meyakinkan dirinya menggunakan aplikasi tersebut. Individu yang mengetahui Couchsurfing dari internet, seperti dari artikel yang ditemukan di Google, dari grup Facebook, dan dari Instagram, memiliki jeda waktu yang sangat singkat di antara kegiatan menginstall aplikasi dan menggunakan aplikasi Couchsurfing itu. Berbeda halnya dengan individu yang mengetahui informasi dari *word of mouth*. Individu yang mengetahui dari teman kerjanya, teman *travelling*, dan senior di universitas, justru memiliki jeda waktu yang sangat lama, bahkan dapat mencapai waktu bertahun-tahun untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sumber informasi dari internet memiliki *power* yang lebih kuat dibandingkan sumber informasi dari mulut ke mulut.

4.2 Motivasi Individu Menggunakan Aplikasi Couchsurfing

Sebelum memutuskan untuk menginstall Couchsurfing, individu mendapatkan informasi mengenai Couchsurfing terlebih dahulu. Setelah mendapatkan dan mencerna informasi itu, individu memiliki motivasi untuk menginstall aplikasi tersebut. Motivasi diartikan sebagai keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginannya untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan (Oktiani, 2017, p. 218). Motivasi tidak hanya berbicara mengenai keadaan diri, tetapi juga mengenai cara mendorong semangat seseorang agar ia memiliki keinginan untuk melakukan hal yang optimal guna mencapai tujuannya. Rangsangan ini akan menciptakan dorongan pada diri seseorang untuk melakukan aktivitas (Oktiani, 2017, p. 219). Terdapat tiga hal penting yang dapat membuat seseorang termotivasi, yaitu hubungan antara kebutuhan, dorongan, dan tujuan mereka, sehingga dapat dipastikan bahwa motivasi dalam diri individu akan timbul apabila seseorang merasa memiliki kebutuhan yang harus terpenuhi. Jika tidak ada kebutuhan, maka tidak mungkin seseorang terdorong untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan itu (Rayhana & Izzati, 2017, p. 14). Pada penelitian ini, masing-masing individu memiliki motivasi untuk menginstall Couchsurfing. Mereka ingin mendapatkan tempat menginap gratis, ingin mendapatkan teman baru, dan lain sebagainya. Latar belakang dari 12 informan yang diwawancarai sangat beragam, sehingga hal itu membuat masing-masing informan memiliki motivasi untuk menginstall dan menggunakan Couchsurfing.

4.2.1 Mendapatkan akomodasi gratis

Motivasi terbesar dari hampir seluruh informan pada penelitian ini adalah mendapatkan tempat menginap gratis. Dengan menggunakan Couchsurfing, informan dapat menginap di rumah *host* tanpa perlu membayar penginapan tersebut. Informan dapat menekan biaya akomodasi ketika berwisata ke luar negeri, terutama ke tempat-tempat yang harga penginapannya terbilang mahal, seperti ke negara-negara di Eropa, Korea Selatan, dan Singapura. Couchsurfing merupakan jawaban yang tepat untuk mengatasi masalah akomodasi yang mahal tersebut.

Selain mendapatkan akomodasi murah, individu juga memiliki motivasi yang lebih spesifik lagi, yaitu untuk menginap di tempat-tempat yang berhubungan dengan lokasi kegiatan akademik yang diikuti olehnya, seperti *host* yang tinggal di universitas tempat individu mengikuti kegiatan pertukaran pelajar, konferensi internasional, atau melakukan penelitian. Hal tersebut mendorong individu untuk menginstall aplikasi Couchsurfing dan menggunakannya untuk mendapatkan tempat menginap di dekat universitas di negara yang dikunjungi olehnya.

1.2.2 Membantu Individu Terkait Pekerjaan

Berdasarkan hasil telaah pada jawaban para informan, terdapat empat informan yang menggunakan Couchsurfing untuk membantu masalah pekerjaan mereka. Informan 1 bekerja sebagai *content writer* di salah satu perusahaan digital di Bandung. Informan 3 dan 6 juga bekerja sebagai *blogger* di samping pekerjaan utama mereka sebagai pegawai di

Dirjen Imigrasi dan pengusaha rumah makan. Dengan menggunakan Couchsurfing, informan 1, 3, dan 6 mendapatkan tema menarik serta sumber data mengenai nilai-nilai lokal dari suatu kota atau negara. Sumber informasi itu adalah *host* yang melakukan *meet up* dengan mereka ketika mereka berwisata ke luar negeri.

Selain membantu dari segi memberikan sumber tulisan, informan 8 yang bekerja sebagai pengusaha *tour and travel* juga menggunakan Couchsurfing untuk mendapatkan informasi berupa tempat-tempat wisata yang *anti-mainstream* di berbagai negara. Pria ini menggunakan Couchsurfing untuk perjalanan wisatanya di Dubai, Paris, Frankfurt, Berlin, Milan, Amsterdam, Antwerp, dan Zurich. Hasil perjalanan tersebut membuat informan memperoleh informasi tentang tempat *anti-mainstream* yang memiliki nilai jual jika dimasukkan dalam daftar tempat wisata yang dijual di *tour and travel* miliknya. Informan 8 mencontohkan, di Paris, informan 8 menginap di rumah *host* yang mengajaknya ke toko roti yang murah, enak, dan gratis diajarkan cara untuk membuat roti khas Perancis. Hal itu menjadi salah satu upaya untuk mempromosikan *tour and travel* milik informan 8, yakni berwisata ke tempat-tempat *anti-mainstream* di Paris, tak hanya sekadar berkunjung ke Menara Eiffel saja.

Para informan yang bekerja sebagai mahasiswa juga dapat memanfaatkan Couchsurfing ketika mereka ingin melakukan kegiatan akademis, seperti konferensi internasional, pertukaran pelajar, dan penelitian di universitas-universitas di luar negeri. Dengan melakukan

request to stay, sejumlah informan yang bekerja sebagai mahasiswa dapat memangkas biaya akomodasi. Mereka meminta *request to stay* ke *host* yang tinggal di dekat universitas yang mereka tuju agar menghemat biaya akomodasi dan transportasi.

4.2.3 Memperluas jaringan pertemanan

Motivasi lain yang hampir dimiliki oleh seluruh informan penelitian adalah mendapatkan teman-teman baru di negara-negara lain dalam segi kuantitas. Dengan menambah jumlah teman-teman dari berbagai kota di Indonesia dan kota lain dari negara-negara di seluruh dunia, individu menilai bahwa ia dapat memperoleh hal-hal menarik dari teman-teman tersebut. Hal menarik tersebut berupa informasi mengenai negara dan kota asal *host* maupun *surfer* tersebut, isu-isu yang ada di negara dan kota tersebut, serta pengetahuan baru yang dikuasai oleh para *surfer* maupun *host* yang dikenal oleh individu melalui Couchsurfing.

Hal unik yang diperoleh dari penelitian ini adalah jaringan pertemanan itu tidak hanya untuk diri individu sendiri, tetapi juga untuk keluarganya individu. Sebagai contoh, informan 2 tidak hanya menggunakan Couchsurfing untuk mendapatkan teman-teman untuk kepentingannya saja, tetapi juga untuk memperluas jaringan pertemanan anak dan istrinya. Informan 2 memang menginstall dan menggunakan Couchsurfing untuk memenuhi hobinya yang berhubungan dengan kegiatan berselancar. Ia mendapatkan teman-teman berselancar di Bali dari Couchsurfing. Di sisi lain, pria ini juga menggunakan Couchsurfing karena

berhubungan keluarga informan 2. Dengan menginstall aplikasi Couchsurfing, informan 2 dapat mengajak keluarganya untuk berinteraksi dengan orang-orang asing yang mereka temui melalui aplikasi tersebut. Keluarganya dapat mempelajari sesuatu yang baru melalui Couchsurfing, seperti cara berinteraksi dengan orang asing sekaligus menambah teman baru dari ranah internasional.

Selain itu, informan lain juga menggunakan Couchsurfing untuk memperluas jaringan pertemanan di luar kantornya. Hal ini dirasakan oleh informan 7 dan 10. Informan 7 menilai, selama ini, ia hanya berteman dengan beberapa orang di kantornya saja sehingga obrolan di antara informan 7 dengan teman-teman di kantornya terasa hambar, kurang bervariasi, dan kurang menantang. Dengan menjadi *host* di Couchsurfing, ia dapat membuka rumahnya untuk orang-orang baru. Hingga saat ini, informan 7 tetap menggunakan Couchsurfing karena informan 7 terus menerima kedatangan *surfer* yang memiliki beragam tujuan untuk berwisata ke Kalimantan. Dari *surfer* itu, individu dapat memperoleh jaringan pertemanan baru, serta memperoleh pengalaman dan pengetahuan baru.

Selain informan 7, informan 10 juga menuturkan hal serupa. Informan 10 merupakan pria yang berasal dari Lampung dan baru tinggal di Kota Semarang selama dua tahun. Informan 10 mengakui bahwa ia hanya berkunjung di dua tempat saja selama tinggal di Semarang, yakni indekos dan kantornya. Oleh sebab itu, informan 10 termotivasi untuk menggunakan Couchsurfing karena pria ini ingin memiliki teman-teman baru di Semarang

hingga lingkup internasional. Ia menggunakan Couchsurfing untuk mengikuti *hang out*, menerima *request to stay* dari sejumlah *surfer*, dan melakukan *request to stay* pada *host* di Palembang dan Magelang. Hal itu dilakukan karena ia ingin mendapatkan teman-teman baru dalam jumlah yang banyak.

Memperluas jaringan pertemanan bukan hanya dilakukan oleh individu yang menilai bahwa pertemanan tidak cukup di dunia perkantoran saja. Individu yang berprofesi sebagai mahasiswa juga menginstall aplikasi Couchsurfing untuk menambah jaringan pertemanan. Informan 11 yang berprofesi sebagai mahasiswa di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro ini menceritakan tentang kondisi keluarganya yang melarang informan 11 untuk keluar rumah pada malam hari atau berwisata ke luar kota. Pengalamannya mengunjungi kota-kota di luar Semarang pun sangat sedikit sehingga koneksinya tidak berkembang. Oleh sebab itu, ia termotivasi untuk menginstall aplikasi Couchsurfing agar mendapatkan teman-teman baru dari berbagai kota di Indonesia dan berbagai negara. Informan 11 ingin mendapat teman baru dalam jumlah yang banyak tanpa harus keluar dari Kota Semarang. Baginya, Couchsurfing merupakan sarana yang tepat untuk mempertemukan informan 11 dengan teman-teman baru dari berbagai kota dan negara.

4.2.4 Mencari travelmate

Travelmate merupakan teman untuk berwisata bersama di suatu kota yang sama (Fitriana, 2018). Memperoleh jaringan pertemanan dengan

travelmate merupakan salah satu motivasi individu menggunakan Couchsurfing. Individu berupaya mendapatkan *travelmate* bukan hanya sebagai teman untuk bertukar pengalaman, berbagi informasi dan pengetahuan, atau mendapatkan wawasan baru, tetapi juga untuk menghemat biaya perjalanan. Para informan menilai bahwa *travelmate* merupakan *partner* guna menghemat anggaran berwisata untuk berjalanan di berbagai negara. *Travelmate* dapat berbagi biaya di dalam perjalanan wisata. Biaya itu meliputi menyewa kendaraan, berbagi biaya untuk menyewa penginapan, membayar jasa *tour* dan *guide*, dan pengeluaran lain yang dapat dibagi bersama *travelmate*. Intinya, individu tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar karena individu menemukan *partner* untuk berbagi anggaran keuangan ketika melakukan perjalanan wisata bersama, yaitu *travelmate* di Couchsurfing.

Selain itu, ciri khas dari *travelmate* adalah teman untuk melakukan *travelling* dalam jangka waktu singkat dengan tujuan yang sama. Mereka menemukan kesepakatan untuk pergi ke suatu tempat bersama. Mereka juga menghabiskan biaya transportasi, akomodasi, dan pengeluaran lainnya bersama-sama (Fitriana, 2018). Ketika perjalanan tersebut sudah selesai, hubungan antara individu dengan *travelmate* itu barangkali sudah berakhir. Di sisi lain, mereka dapat melanjutkan hubungan ke tahap yang lebih intim lagi, seperti menjadi teman atau sahabat dalam jangka waktu lama.

Pada penelitian ini, informan 1, 3, 4, dan 10 menggunakan Couchsurfing untuk mendapatkan *travelmate* ketika mereka berkunjung ke

suatu kota. Informan 1 mendapatkan *travelmate* di Siem Reap, informan 3 mendapatkan *travelmate* untuk mengelilingi beberapa negara di Asia Barat, informan 4 mendapatkan *travelmate* untuk mendaki gunung Prau bersama-sama, dan informan 10 mendapatkan *travelmate* yang mengelilingi Magelang untuk melihat *sunrise* di Borobudur. Setiap individu memiliki pengalaman unik terkait memperoleh *travelmate* dari Couchsurfing.

Ketika menjadi turis di Siem Reap dan mendapatkan *host* yang berperilaku tidak menyenangkan, maka informan 1 memutuskan untuk mencari *travelmate* dari Couchsurfing. Ia mendapatkan *travelmate* dari Jepang dan mereka berkeliling bersama di Siem Reap. Hal yang sama juga terjadi pada informan 3. Ketika ia melakukan *meet up* melalui Couchsurfing dengan *host* dari Georgia, ternyata *host* tersebut juga mengajak *surfer* yang menginap di rumahnya untuk *meet up* dengan informan 3. *Surfer* tersebut berasal dari Kanada, Rusia, Mesir, dan Iran. Hal tersebut membuat informan 3 memiliki *travelmate* dari berbagai negara dan mereka berkeliling Georgia, Armenia, dan negara-negara lainnya bersama-sama. Mereka dapat menyewa transportasi dan berbagi akomodasi bersama-sama ketika mengelilingi negara-negara tersebut. Couchsurfing mempertemukan individu dengan orang asing (*strangers*) yang menjadi *travelmate*. Informan 1 dan 3 mengakui bahwa keberadaan *travelmate* itu dapat mengurangi biaya perjalanan mereka ketika berkeliling berbagai tempat di luar negeri.

Selain dari sisi menghemat biaya, informan juga menilai bahwa perjalanan bersama ketika *travelling* memiliki nilai tersendiri. Informan

dapat memperoleh teman untuk berbagi cerita dan berbagi pengalaman dalam hidup mereka. Sebagai contoh, pengalaman informan 4 mendaki gunung Prau bersama *travelmate* dan pengalaman informan 10 mengelilingi Magelang dan mencari *sunrise* di Borobudur bersama *travelmate*. Perjalanan dengan *travelmate* itu dinilai oleh informan sebagai sesuatu yang menyenangkan. Informan dapat menemukan teman-teman yang memiliki tujuan serupa melalui aplikasi Couchsurfing. *Travelmate* dapat meramaikan suasana perjalanan individu di suatu tempat. Oleh sebab itu, para informan masih menggunakan Couchsurfing agar mendapatkan *travelmate* ketika berkunjung ke suatu wilayah.

4.2.5 Mencari jodoh

Individu tidak hanya mencari teman baru atau *travelmate*, tetap lebih spesifik lagi, seperti mencari jodoh. Informan 3 menginstall Couchsurfing karena memiliki motivasi yang berbeda dari yang lainnya, yakni untuk memperoleh jodoh. Sebelum menginstall Couchsurfing. Pada tahun 2016, informan 3 mulai menggunakan Couchsurfing ketika hendak berwisata ke Iran dengan tujuan mendapatkan jodoh. Informan 3 menginstall Couchsurfing, membuka pengumuman terkait kedatangannya di Iran, dan memutuskan untuk menginap di rumah *host* laki-laki di Kota Teheran, Isfahan, dan Badreh.

4.2.6 Berkenalan dengan ras kulit putih

Individu ingin menginstall Couchsurfing karena individu ingin menambah teman dari ras kulit putih. Hal ini menunjukkan bahwa individu

tidak hanya memiliki motivasi untuk menambah teman secara kuantitas saja, tetapi juga teman yang lebih spesifik lagi, yaitu teman dari ras kulit putih. Individu yang menjadi *surfer* memutuskan untuk menginap di rumah *host* dari ras kulit putih ketika berkunjung ke negara-negara di Eropa. Individu cenderung memilih ras kulit putih yang menjadi *host*, dibandingkan memilih orang Asia yang tinggal di Eropa sebagai *host* mereka. Hal serupa juga dilakukan oleh individu ketika menjadi *host*. Individu cenderung memilih *surfer* yang berasal dari ras tertentu, salah satunya ras kulit putih.

Individu memiliki tujuan masing-masing ketika memilih *surfer* maupun *host* dari ras kulit putih. Pertama, individu ingin memperoleh pengalaman berbagi budaya yang berbeda. Selama ini, ketika individu berkenalan dengan *host* maupun *surfer* dari negara-negara di Asia, individu menilai bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan di antara individu dengan *host* maupun *surfer* tersebut. Maka, individu mengharapkan, ketika ia berada di Eropa, ia bisa menggali lebih dalam mengenai negara-negara di Eropa dari orang kulit putih secara langsung.

Selain itu dari segi pengetahuan dan pengalaman baru, individu juga berupaya mendapatkan teman dari ras kulit putih untuk menambah koleksi referensi di dalam akun Couchsurfing miliknya. Di mata individu, komentar referensi memiliki peran yang sangat penting terkait kualitas akun Couchsurfing miliknya. Pada penelitian sebelumnya, semakin banyak komentar di akun jual beli, maka konsumen akan semakin mempercayai

akun jual beli tersebut, sehingga barang yang dijual oleh akunt tersebut menjadi cepat laku (Ananda, 2018). Hal serupa juga memiliki kemungkinan terjadi pada pengguna aplikasi Couchsurfing, yaitu semakin banyak komentar referensi yang muncul, terlebih dari komentar referensi itu diberikan oleh *host* dan *surfer* yang berasal dari berbagai negara, maka akun Couchsurfing yang memiliki banyak komentar referensi akan semakin dipercaya oleh orang lain.

Eksistensi dari ras kulit putih juga menjadi salah satu hal yang memacu motivasi individu untuk menggunakan Couchsurfing. Individu termotivasi oleh kedatangan ras kulit putih untuk menginap di rumah mereka atau termotivasi untuk menginap di rumah *host* dari kulit putih. Ketika menginap di rumah *host* dari kulit putih, atau *surfer* dari kulit putih menginap di rumahnya, rasa bangga akan muncul di dalam diri individu. Individu mengungkapkan ekspresi kebahagiaannya dengan cara memperkenalkan orang-orang kulit putih itu kepada orang tua, tetangga, dan teman-temannya. Selain itu, individu juga sering mengabadikan kebanggaan tersebut melalui foto bersama dengan *surfer* maupun *host* dari ras kulit putih tersebut.

4.2.7 Meningkatkan Kemampuan Bahasa Asing

Pada biodata di akun Couchsurfing, individu dapat menuliskan tentang kemampuan mereka dalam berbahasa asing. Kemampuan berbahasa asing tersebut menjadi salah satu motivasi individu untuk menginstall Couchsurfing. Individu dapat bertemu dengan teman-teman dari negara lain

sehingga individu dapat mempelajari tentang bahasa yang digunakan oleh *host* maupun *surfer* dari negara tersebut.

Para informan yang diwawancarai pada penelitian ini mengatakan bahwa mereka menginstall Couchsurfing untuk melatih bahasa Inggrisnya agar lebih fasih. Informan berharap, setelah menginstall Couchsurfing, maka informan tersebut dapat bertemu dengan *surfer* dan *host* yang lancar berbahasa Inggris atau berasal dari tempat-tempat yang menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa ibu. Dengan demikian, para informan juga dapat mempraktikkan dialog Bahasa Inggris dengan fasih. Selain melatih bahasa asing dari segi percakapan, individu juga melatih bahasa asing dengan cara melakukan percakapan melalui *chatting*. Individu tidak hanya melatih untuk lancar berkomunikasi dengan Bahasa Inggris melalui oral saja, tetapi juga melalui tulisan. Lebih jauh lagi, individu yang mulanya tidak percaya diri ketika berkomunikasi dengan bahasa Inggris, kini dapat menguasai bahasa asing tersebut dan memiliki keberanian untuk berkontak langsung secara tatap muka maupun berkontak melalui *chatting* dengan orang-orang yang berasal dari luar negeri.

4.2.8 Berkenalan dengan Nilai-Nilai Lokal

Slogan dari Couchsurfing adalah *travels like a local*. Hal tersebut juga memicu individu untuk menggunakan Couchsurfing dalam memenuhi tujuan mereka. Hal itu juga disampaikan oleh peneliti Inkson (2019) dalam buku berjudul *The Expansion of the Visitor Economy*. Ia mencontohkan, anak-anak muda yang menggunakan Couchsurfing untuk berkunjung ke

Jepang termotivasi untuk melakukan gaya hidup orang-orang lokal di Jepang, seperti tidur di *futon* (kasur khas orang Jepang), mandi di *onsen* (pemandian air panas Jepang), minum cairan fermentasi *nihonsu* (beras khas Jepang), makan menggunakan sumpit, dan kegiatan lain yang berkaitan dengan Jepang (Inkson, 2019). Hal tersebut mudah dilakukan oleh individu jika mereka menggunakan Couchsurfing, karena individu akan tinggal dengan warga Jepang. Individu akan melihat bagaimana cara orang Jepang itu menjalani keseharian mereka, bahkan turut merasakan hal yang sama.

Berkenalan dengan nilai-nilai kehidupan lokal juga menjadi motivasi besar bagi individu untuk menginstall aplikasi tersebut. Nilai-nilai lokal itu dikenal oleh individu melalui hal-hal yang diperhatikan oleh individu dalam kehidupan sehari-hari, seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal *host* yang menerima *request to stay* yang diajukan oleh individu. Individu bahkan lebih memilih untuk tinggal di perkampungan kumuh di India dan tinggal berhimpitan dengan tetangga-tetangga di India daripada menyewa hostel seharga Rp 150-200 ribu per malam karena individu ingin memahami tentang budaya lokal di India.

Individu dapat memahami bahwa budaya orang-orang di Srinagar adalah menggunakan mantel dari jerami dan meminum chai tea yang dicampur dengan rempah-rempah, serta memakan sayuran rebus hangat sebagai bahan makanan pokok mereka. Budaya tersebut berbeda dengan orang-orang yang tinggal di New Delhi. Individu dapat mengetahui perbedaan dari dua kota yang terletak di India tersebut karena individu

tinggal bersama *host* di negara tersebut. Pengetahuan baru mengenai nilai-nilai lokal dapat ditemukan oleh individu karena ia menggunakan Couchsurfing untuk melakukan *request to stay* di rumahnya *host* di New Delhi dan Srinagar.

Tidak hanya India, individu juga mengetahui tentang nilai-nilai lokal dari kota-kota lain di Indonesia dan kota-kota lain di luar negeri. Setelah menggunakan Couchsurfing, individu dapat mengetahui tentang bagaimana orang di Korea Selatan menjalani kehidupan di perkampungan tradisional di Pulau Jeju. Individu juga tahu tentang adat istiadat Korea Selatan ketika menggelar pernikahan. Hal-hal itu diketahui oleh individu karena individu menggunakan Couchsurfing ketika ke Korea Selatan.

4.3 Pengalaman Individu Melakukan Transaksi Ekonomi : *Cost* yang Dikeluarkan dan *Rewards* yang Diterima

Munculnya motivasi menjadi langkah awal ketika individu mulai melakukan transaksi ekonomi berbagi. Kolm (2008) menuliskan, motivasi menjadi karakter dasar dari tindakan individu maupun kelompok dalam melakukan pertukaran. Pada penelitian ini, pertukaran di antara dua individu disebut sebagai kegiatan transaksi ekonomi berbagi. Ketika melakukan transaksi ekonomi berbagi, masing-masing individu memiliki berbagai motif untuk melakukan transaksi ekonomi berbagi tersebut. Dalam menjalankan kegiatan untuk memenuhi motif tersebut, individu perlu mengamati kekuatan dari lawan transaksinya untuk meyakinkan dirinya bahwa lawan transaksinya akan mendatangkan keuntungan bagi diri individu. Sebelum melakukan transaksi ekonomi berbagi, individu tidak

hanya memperhatikan kekuatan dari lawan transaksinya, tetapi juga memprediksi tentang hal-hal yang menguntungkan dari lawan transaksinya di dalam situasi yang tidak pasti (Kolm, 2008, pp. 5–6).

Aposteriori tentang transaksi ekonomi berbagi yang dituangkan Kolm (2008) dalam bukunya *Reciprocity: An Economics of Social Relation* juga dapat diterapkan dalam fenomena pada penelitian ini, yakni pertukaran yang terjadi di antara *host* dan *surfer* ketika mereka menggunakan aplikasi Couchsurfing. *Host* akan memperkirakan tentang kekuatan yang dimiliki oleh *surfer*, serta menyusun estimasi mengenai keuntungan apa yang dapat diperoleh dari *surfer* yang menjadi lawan transaksinya. Begitu pula dengan *surfer* yang bertransaksi ekonomi berbagi dengan *host*. Sebelum melakukan *request to stay* di rumah *host* tersebut, *surfer* perlu untuk melihat kekuatan dari lawan transaksinya. Jika *host* tidak memiliki kekuatan, tidak memenuhi motivasi individu, dan kemungkinan besar tidak akan mendatangkan keuntungan untuk *surfer*, maka *surfer* akan memilih *host* lain yang memiliki kekuatan tersebut.

Ketika menggunakan Couchsurfing, masing-masing individu memiliki motivasi yang beragam. Motivasi individu dalam menggunakan Couchsurfing antara lain mendapatkan akomodasi gratis, memperluas jaringan pertemanan, mencari *travelmate* ketika melakukan perjalanan wisata, mencari jodoh, berkenalan dan berteman dengan ras kulit putih, mengenal kehidupan lokal, menguasai bahasa asing, dan memperoleh informasi, pengetahuan, dan pengalaman baru dari teman-teman yang dikenal melalui Couchsurfing. Di dalam aplikasi Couchsurfing, individu dapat berperan menjadi *surfer* maupun *host*. Di saat individu berperan

menjadi *surfer*, maka individu akan melakukan *request to stay* untuk mendapatkan keuntungan berupa tempat tinggal gratis. Sementara itu, ketika individu berperan menjadi *host*, maka ia akan menerima *surfer* yang mengajukan *request to stay* dan mempertimbangkan keuntungan yang akan diberikan oleh *surfer* itu. Pada akhirnya, ketika individu menjadi *surfer* maupun *host*, individu memiliki harapan di dalam peran tersebut, dimana individu berharap untuk memperoleh keuntungan satu sama lain. *Host* mengeluarkan biaya (*cost*) berupa tempat tinggal gratis untuk *surfer*, sementara *surfer* seharusnya mempersiapkan imbalan (*rewards*) yang ditujukan untuk *host* yang memberikan biaya tersebut. *Host* mengeluarkan biaya (*cost*) karena *host* mengharapkan sebuah imbalan, kecuali *host* tersebut melakukan atas dasar altruisme.

Pada penelitian ini, 12 informan membagikan pengalaman mereka ketika melakukan resiprositas dengan orang asing (*strangers*) yang baru dikenal oleh mereka melalui aplikasi Couchsurfing dan tidak memiliki hubungan yang memiliki ikatan emosional apapun dengan individu. Resiprositas tersebut antara lain:

1.3.1 Souvenir, Kuliner, dan Jasa : Wujud dari Timbal Balik

Belk (2014), di dalam Geiger & Germelmann menuliskan, menurut peraturan resmi Couchsurfing, *host* tidak memungut biaya kepada *surfer* yang sudah memperoleh dan menikmati tempat tinggal di rumah *surfer*. Sebagai simbol dari rasa terima kasihnya pada *host*, *surfer* dapat membawa hadiah kecil atau umumnya disebut souvenir yang ditujukan untuk *host* tersebut (Geiger & Germelmann, 2015). Timbal balik berupa souvenir pun tidak bisa diprediksikan oleh masing-masing informan. Greenberg (1980)

menuliskan bahwa hadiah imbalan (*rewards*) berbentuk souvenir merupakan sebuah imbalan yang dipertukarkan dalam hubungan pribadi di antara dua individu, dimana souvenir tersebut memiliki berbagai posisi ketika diserahkan kepada individu yang menerimanya. Posisi souvenir tersebut bisa dimaknai bermacam-macam. Souvenir bisa dipandang sebagai hadiah, sebagai pertanda konkret individu untuk mempererat hubungan dengan lawan transaksinya, atau sekadar menjadi simbolis karena status lawan transaksinya lebih tinggi di dalam dunia pekerjaan, atau posisi lain yang lebih universal (Greenberg, 1980, p. 13). Pada penelitian ini, souvenir, kuliner, dan jasa merupakan suatu timbal balik yang dipertukarkan oleh *host* dan *surfer*.

4.3.1.1 Souvenir

Souvenir yang diberikan oleh *surfer* kepada *host* berwujud bermacam-macam. Souvenir tersebut berupa souvenir yang telah direncanakan dan dibawa dari negara masing-masing. Sebagai contoh, individu telah membawa ikat kepala Baduy dari Serang, Banten untuk diberikan kepada *host* di Belanda dan Belgia. Begitu pula dengan *surfer* yang berasal dari Rusia, dimana ia membawakan boneka Matryoshka yang menjadi ciri khas dari Rusia. *Surfer* dari Bangladesh membawa hiasan dinding dari bulu binatang khas Bangladesh untuk diberikan kepada *host* yang telah memberikan tempat tinggal untuknya selama di Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa souvenir bukan hanya ditujukan sebagai tanda terima kasih, tetapi juga memperkenalkan tentang budaya kepada *host* maupun

surfer. Lewat souvenir itu, individu dengan *surfer* maupun *host* melakukan pertukaran pengetahuan dan informasi mengenai budaya di negara mereka masing-masing.

Sementara itu, individu juga memberikan souvenir yang berkaitan dengan pekerjaan sehari-hari dari *host* tersebut. Individu memberikan helm pada *host* yang bekerja sebagai ojek *online*. Helm tersebut sebagai wujud dari rasa terima kasih karena *host* sudah bersedia berbagi ruangan di rumahnya dan berbagi waktu serta tenaganya untuk menjadi *guide*. Individu juga memberikan souvenir itu secara mendadak. Individu memesannya melalui toko *online*, kemudian mengirimkan ke alamat rumah *host* tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa individu tidak mempersiapkan souvenir terlebih dahulu, tapi individu menilai bahwa souvenir tersebut merupakan salah satu wujud dari rasa terima kasihnya untuk *host* berbagi ruangan di rumah untuknya.

Individu juga menggunakan souvenir untuk menunjukkan eksistensi mengenai dirinya. Ia berharap, ketika *host* tersebut melihat souvenir yang diberikan oleh individu, maka *host* tersebut akan mengingat tentang individu. Selain itu, ketika individu menjadi *host* dan diberikan souvenir dari *surfer*, maka individu akan memposting tentang souvenir tersebut ke media sosial. *Post* di media sosial tersebut merupakan wujud dari kebanggaan serta eksistensi dari *surfer* yang pernah menginap di rumahnya individu.

4.3.1.2 Kuliner

Di dalam interaksi antar pengguna aplikasi Couchsurfing, fungsi dari kuliner tidak jauh berbeda dengan fungsi dari souvenir. Pertama, individu menggunakan kuliner untuk memberikan timbal balik kepada *host*. *Host* itu telah memberikan keuntungan berupa ruang untuk tinggal dan waktu luang dari *host* tersebut. Pemberian kuliner dari *surfer* merupakan wujud dari rasa terima kasih *surfer* kepada *host* tersebut.

Selain sebagai wujud terima kasih, kuliner juga menjadi sarana untuk pertukaran budaya di antara *surfer* dan *host*. *Host* memberikan makanan khas daerah kepada *surfer* yang datang dan *surfer* yang menginap memasak makanan khas dari negaranya untuk dinikmati bersama *host*. Hal ini menyiratkan bahwa *host* dan *surfer* saling memperkenalkan makanan khas daerah masing-masing untuk dinikmati bersama. Mereka saling berbagi kuliner khas budaya masing-masing ketika bertatap muka. Individu mengetahui bahwa makanan khas Iran adalah roti berbentuk kardus yang dimakan dengan susu dan kurma, sementara *host* dari Iran mengetahui tentang sambal bawang Bu Rudy dari Indonesia yang dibawa oleh *surfer* asal Indonesia tersebut. Maka, keuntungan yang diperoleh individu sebagai *host* maupun *surfer* adalah memperkenalkan kuliner khas daerah masing-masing. Keuntungan tersebut berwujud pengalaman individu ketika menikmati kulinernya secara langsung, serta pengetahuan dan informasi tentang kuliner dan budaya dari daerah lain.

4.3.1.3 Jasa

Jasa dan tenaga individu merupakan cara individu untuk membalas kebaikan hati *host* yang memberikan tempat tinggal untuknya. Individu membalas kebaikan itu dengan cara membantu *host* untuk membersihkan rumahnya. Individu juga berupaya untuk membalas jasanya dengan cara mencuci piring kotor, membersihkan rak cuci piring, dan mencuci motor milik *host*. Hal tersebut dilakukan oleh individu tanpa paksaan sama sekali. Individu benar-benar mengorbankan jasanya untuk membalas kebaikan hati dari *host* tersebut.

4.3.2 Keuntungan dari Couchsurfing: Menghemat Biaya untuk

Berwisata

Couchsurfing merupakan aplikasi yang berlandaskan keramahan-tamahan. Couchsurfing sering disebut sebagai aplikasi yang sukses untuk memberikan keuntungan dari segi berbagi antara *host* dan *surfer*. Ketika *surfer* melakukan *request to stay*, *host* akan menyediakan tempat tinggal di rumah *surfer* tersebut. *Surfer* juga dapat bertanya tentang informasi-informasi terbaru dari negara asal *host* tersebut, melakukan pertemuan tatap muka antar anggota Couchsurfing, dan saling bercerita tentang hobi dan kesukaan masing-masing (Miguel, 2018, p. 72). Intinya, manfaat yang diterima oleh *host* maupun *surfer* cenderung mengarah kepada berbagi: berbagi ruangan, berbagi makanan, berbagi pengalaman, dan berbagi hal-hal dalam kehidupan sehari-hari.

Couchsurfing juga identik dengan aplikasi yang mampu menciptakan koneksi di antara wisatawan dan komunitas lokal yang dikunjungi oleh wisatawan tersebut, dimana koneksi tersebut memiliki tujuan untuk memperkenalkan nilai-nilai lokal yang terdapat di masyarakat yang dikunjungi oleh wisatawan tersebut (Lauterbach et al., 2009). Dari sejumlah pengertian tentang Couchsurfing di atas, diketahui bahwa Couchsurfing merupakan aplikasi yang menghubungkan masyarakat lokal dan wisatawan, sehingga nilai-nilai lokal di suatu negara dapat diperkenalkan kepada wisatawan tersebut. Artinya, Couchsurfing tidak memiliki tujuan untuk memberikan manfaat yang bersifat komersial, karena Couchsurfing diciptakan untuk saling berbagi. Namun, pada penelitian ini, beberapa individu menegaskan bahwa Couchsurfing adalah aplikasi yang membuat mereka berhemat sehingga menguntungkan dari sisi komersial, seperti memangkas pengeluaran ketika melakukan perjalanan wisata dan pengeluaran yang lainnya.

Pemangkasan biaya wisata bisa dilakukan ketika para informan menggunakan Couchsurfing untuk meminta *request to stay*. Mereka dapat menginap di rumahnya *host* dan tidak mengeluarkan biaya hotel sama sekali. Hal ini terlihat dari kosa kata yang dipilih oleh informan ketika mendeskripsikan tentang Couchsurfing, yaitu 'penginapan gratis'. Ketika mengucapkan hal itu, informan menegaskan bahwa Couchsurfing dalam membantu mereka untuk mengurangi biaya penginapan selama berwisata.

Selain memangkas perjalanan wisata, para informan juga menggunakan Couchsurfing untuk mencari *travelmate*. Mereka melakukan kegiatan *hang out* bersama-sama dari satu tempat ke tempat lain di kota yang dikunjungi bersama-sama. Mereka berjanji untuk bertemu di suatu tempat di negara tersebut, kemudian berencana untuk melakukan perjalanan bersama-sama. Dengan demikian, individu dapat menghemat pengeluaran lain untuk berwisata, seperti pengeluaran untuk menyewa kendaraan dan menyewa jasa *guide*. Pada hasil wawancara di penelitian ini, informan 3 menjadi salah satu informan yang memutuskan untuk bertemu dengan para *travelmate* yang berasal dari berbagai negara di Georgia, mulai dari *travelmate* Mesir, Iran, Kanada, dan Rusia. Mereka bertemu di rumah salah satu *host*, kemudian memutuskan untuk berjalan-jalan keliling kota-kota di Georgia dan Armenia. Mereka menyewa kendaraan dan jasa *guide* untuk mengantarkan mereka berkeliling kota itu. Tentunya, mereka berkomunikasi satu sama lain melalui fitur *chatting* di Couchsurfing sebelum melakukan perjalanan panjang tersebut.

Individu juga seringkali memanfaatkan Couchsurfing untuk kegiatan bisnis yang menghasilkan keuntungan komersial. Individu mencari informasi dari *host* yang tinggal di suatu negara. Individu mendapatkan informasi tentang tempat liburan *anti-mainstream* dan memiliki *value* dari segi komersial. Untuk itu, individu yang memiliki kepentingan bisnis dan menginginkan keuntungan komersial dapat menjual data-data informasi tentang tempat liburan *anti-mainstream* tersebut. Mereka dapat menjual

informasi tersebut sebagai tempat *tour and travel*, juga sebagai artikel yang ditulis di blog mereka.

Beberapa *host* juga ternyata menawarkan penginapan dan jasa berbayar melalui fitur *chatting* di Couchsurfing atau menawarkan setelah bertatap muka dengan *surfer*. Para *host* tersebut menawarkan kamar penginapan mereka dan menawarkan jasa sebagai *guide* untuk berjalan-jalan keliling kota di negara tersebut. Mereka juga menawarkan biaya transportasi berbayar, seperti menyewa sepeda dan menyewa tuktuk. Hal ini menunjukkan bahwa Couchsurfing bukan sepenuhnya menawarkan transaksi ekonomi berbagi, tapi juga transaksi ekonomi komersial.

4.3.3 Keuntungan dari Couchsurfing: Keuntungan Hari Ini dan Keuntungan Masa Mendatang

Berdasarkan hasil wawancara pada subbab sebelumnya, sebagian besar informan menginstall Couchsurfing dan terus menggunakannya hingga saat ini karena informan merasakan keuntungan yang dapat memangkas biaya penginapan, menemukan *travelmate* untuk menghemat ongkos berwisata, hingga menemukan informasi dari *host* maupun *surfer* mengenai kiat-kiat *travelling* dengan harga yang ramah di kantong. Keuntungan itu berlaku untuk informan dalam durasi jangka pendek. Informan hanya merasakan keuntungan penginapan gratis ketika berlibur dan bertemu dengan *host* atau *surfer* saja. Ketika waktu berlibur informan telah habis, maka transaksi antara informan dengan *host* maupun *surfer* telah berakhir. Informan akan memberikan timbal balik berupa souvenir

atau kuliner khas daerah kepada *host* yang telah memberikannya tempat tinggal, atau tidak memberikan sama sekali, kemudian ikatan di antara *host* dan *surfer* itu selesai. Informan telah mendapat apa yang ia inginkan dan *host* maupun *surfer* juga mendapatkan apa yang mereka kehendaki.

Hal ini sesuai dengan premis-premis pada teori pertukaran sosial yang diutarakan oleh Greenberg (1980). Pertama, teori pertukaran sosial berasumsi bahwa individu bersifat rasional dalam perhitungan biaya dan manfaat dalam pertukaran sosial. Individu akan mempertimbangkan berbagai aspek sebelum mengambil keputusan terkait biaya yang harus dikeluarkan dan imbalan yang akan diterima. Kedua, teori pertukaran sosial berasumsi bahwa individu yang terlibat dalam interaksi kegiatan ekonomi berbagi berupaya memaksimalkan keuntungan yang dapat diperoleh dari situasi-situasi yang terjadi. Di dalam kegiatan interaksi, dua individu tersebut mengupayakan agar kebutuhan masing-masing dapat terpenuhi. Ketiga, proses pertukaran yang menghasilkan imbalan (*rewards*) bagi individu mengarah pada pola interaksi sosial. Setelah mendapatkan imbalan (*rewards*), komunikasi individu dengan pihak yang memberi imbalan (*rewards*) tidak lagi terbatas. Individu bebas untuk menentukan: komunikasi antara individu dengan pihak yang bertransaksi telah selesai atau masih berlanjut. Individu dapat melanjutkan untuk menjalin hubungan dan tetap berinteraksi untuk pemenuhan kebutuhan individu yang lainnya (Greenberg, 1980, p. 137).

Pada fenomena transaksi yang dilakukan oleh dua individu yang berkenalan melalui Couchsurfing, ternyata tidak semua informan mendapatkan imbalan (*rewards*) di hari itu juga. Beberapa informan mendapatkan imbalan (*rewards*) yang akan dipetik oleh informan di masa mendatang. Pada penelitian berjudul *Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on Couchsurfing.com*, individu memiliki alasan untuk mendapatkan kesejahteraan di masa depan ketika menggunakan Couchsurfing. Kesejahteraan tersebut merupakan timbal balik dari *surfer* yang pernah menginap di rumahnya. Ia berharap, orang yang telah dibantu olehnya akan memberikan timbal balik kepada individu lagi di masa mendatang (Lauterbach et al., 2009).

Sebagai contoh, pada penelitian ini, individu menggunakan Couchsurfing untuk mendapatkan keuntungan berupa penginapan yang tidak berbayar. Penginapan tidak berbayar itu merupakan salah satu wujud dari keuntungan yang diperoleh *surfer* pada hari ini. Begitu pula dengan keuntungan berupa souvenir, kuliner, dan informasi serta pengetahuan tentang suatu negara. Hal itu merupakan keuntungan yang diperoleh individu pada hari itu juga.

Kebaikan tersebut berupa biaya (*cost*) yang diberikan oleh *host* kepada *surfer*. Adapun ganjaran (*rewards*) dari kebaikan hati *host* itu dapat diterima pada hari ini maupun masa mendatang. Ganjaran yang diberikan pada hari ini dapat berwujud souvenir dan kuliner khas daerah masing-masing. Selain itu, beberapa individu memilih untuk membalas kebaikan

hati tersebut dengan ganjaran yang akan diberikan di masa mendatang. Ketika *host* yang memberikan kebaikan hati itu datang ke kota tempat individu tinggal, maka individu akan memberikan kebaikan untuk *host* tersebut. Kebaikan tersebut berupa berbagi ruang, berbagi tempat tinggal, berbagi waktu menjadi *guide*, dan memberikan pelayanan yang baik bagi *host* ketika mereka bertemu lagi.

Hal ini dilakukan oleh informan 1 ketika menginap di rumah *host* di Thailand. Imbalan (*rewards*) yang akan diberikan oleh informan 1 kepada *host* yang telah memberikan biaya (*cost*) kepada informan 1 baru diperoleh lawan transaksi informan 1 di masa mendatang. Informan 1 mengatakan bahwa ia telah menerima kebaikan dari *host* dari Thailand ketika informan 1 menginap di rumah *host* itu. Informan 1 menceritakan dengan nada bahagia bahwa *host* itu menjemputnya di stasiun dan mengantarkannya ke *flat*. Mereka juga menceritakan tentang kehidupan sehari-hari dan pekerjaan mereka di negara masing-masing. Informan juga mendapatkan *mango sticky rice* yang langsung dibuat oleh *host* tersebut. Informan dan *host* dari Thailand itu masih tetap menjaga kontak (*keep contact*) hingga saat ini. Untuk membalas kebaikan dari *host* itu, informan 1 akan memberikan kebaikan yang sama dengan *host* yang berasal dari Thailand itu ketika *host* itu berlibur ke Indonesia. Imbalan (*rewards*) tersebut belum dilakukan oleh informan 1 hingga saat ini. Namun informan 1 telah berjanji untuk melakukan hal tersebut karena kebaikan hati dari *host* di Thailand tersebut.

“Harapan gue sih *host* yang di Bangkok ini kapan-kapan juga bisa main ke Bandung, jadi bisa gue bales tuh baiknya dia selama di Bangkok kemarin.”
(Informan 1, baris 91-92)

Host juga mengharapkan kebaikan di masa mendatang dari *surfer*. Ketika individu *host* memberikan keuntungan bagi para *surfer* yang datang ke kota tempat domisili *host* tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *host* mempermudah *surfer* yang datang ke Indonesia dan tinggal di rumahnya. *Surfer* tersebut mudah memperoleh akses untuk berkunjung ke tempat-tempat yang ingin didatangi oleh *surfer* tersebut di kota domisili *host* tersebut. *Surfer* menjadi mudah untuk berjalan-jalan kemanapun karena *host* tersebut memberikan informasi tentang kota tempat tinggalnya. Bahkan, beberapa *host* juga menyempatkan untuk meluangkan waktunya menjadi *guide* bagi *surfer* tersebut.

Dengan pengorbanan tersebut, *host* juga mengharapkan ganjaran (*rewards*) dari *surfer* tersebut. *Host* tersebut berharap, di masa mendatang, ia akan menerima perlakuan yang sama dari *surfer* tersebut ketika *host* berkunjung ke negara tempat *surfer* itu tinggal. *Host* juga dimudahkan oleh *surfer* tersebut dalam mengurus segala sesuatu ketika *host* berada di negara tempat *surfer* itu tinggal, mulai dari tempat tinggal, kebutuhan sehari-hari, hingga surat undangan untuk pembuatan visa. Hal yang diperoleh *host* tersebut merupakan keuntungan di masa mendatang karena tidak dapat diperoleh pada hari ini. *Host* memerlukan jeda waktu yang cukup lama agar *host* mendapatkan ganjaran (*rewards*) dari transaksi ekonomi yang dilakukannya dengan *surfer* tersebut. Jaminan agar *host* memperoleh keuntungan tersebut adalah hubungan baik yang tetap terjaga dengan *surfer*

tersebut. Semakin baik hubungan antara *host* dan *surfer*, maka semakin besar ganjaran (*rewards*) yang diperoleh *host* di masa mendatang.

Travelmate juga menjadi keuntungan yang diperoleh di masa mendatang oleh individu melalui Couchsurfing. Ketika individu dipertemukan dengan orang-orang dari berbagai kota melalui Couchsurfing, kemudian individu melakukan *travelling* bersama dengan orang-orang tersebut, maka tidak menutup kemungkinan bahwa di kemudian hari, individu akan memperoleh kesempatan untuk *travelling* lagi bersama orang-orang tersebut. Individu mendapatkan teman-teman dari berbagai negara untuk berwisata bersama-sama lagi.

Hubungan baik dengan *travelmate* tersebut dijaga dengan saling *follow* media sosial masing-masing. Mereka dipertemukan oleh Couchsurfing, saling berinteraksi, kemudian melakukan *travelling* bersama-sama. Setelah itu, mereka melakukan *follow* media sosial sebelum berpisah dan kembali ke negara masing-masing. Melalui media sosial, mereka tetap menjalin hubungan akrab dan menyusun rencana untuk *travelling* kembali di lain waktu. Hal ini merupakan keuntungan yang diperoleh di masa mendatang bagi para pengguna Couchsurfing.

Penjabaran di atas menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh individu melalui Couchsurfing bukan hanya sekadar keuntungan berbentuk benda seperti souvenir dan kuliner, tapi hal-hal lain yang lebih abstrak, seperti jaringan pertemanan *travelmate*, perlakuan dan pelayanan yang sama di masa mendatang. Untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang

atau memberikan *rewards* di masa mendatang, maka individu harus membina hubungan akrab dengan orang-orang yang dikenalnya melalui Couchsurfing tersebut. Oleh sebab itu, untuk menjaga hubungan akrab di antara mereka satu sama lain, individu dan orang-orang yang dikenal melalui Couchsurfing saling *follow* media sosial satu sama lain. Dengan menjaga hubungan akrab melalui media sosial tersebut, individu dan orang-orang yang dikenal lewat Couchsurfing itu masih terus berkontak lewat media sosial.

4.3.4 Peran Keluarga: *Cost* yang Kami Keluarkan dan *Rewards* yang Kami Terima

Mansyur (1977), di dalam Rustina, menyebutkan bahwa keluarga merupakan komunitas paling kecil, tapi memiliki peran primer di dalam masyarakat. Primer di sini memiliki makna bahwa orang-orang yang berperan di dalam keluarga memiliki ikatan yang erat satu sama lain dan tidak bisa tergantikan. Jika di level komunitas organisasi, ketua yang sudah tidak menjabat lagi dapat digantikan dengan anggota lain yang memiliki kualifikasi yang sama. Namun, hal tersebut sulit sekali untuk berlaku di dalam keluarga.

Ciri khas di dalam keluarga adalah anggota-anggota tersebut terdiri dalam satu grup sosial, kemudian mereka tinggal di tempat yang sama, bekerjasama satu sama lain. Di dalam grup sosial keluarga, paling sedikit terdapat dua orang di dalam satu grup sosial tersebut. Dua orang itu menjalin

hubungan pernikahan dan melakukan sosialisasi di antara orang-orang yang terlibat di dalam grup sosial tersebut (Rustina, 2014, p. 291).

Pengguna Couchsurfing bukan hanya orang-orang yang tinggal sendiri di rumah atau di indekos, tetapi juga orang-orang yang tinggal bersama keluarganya. Keluarga pun terdiri dari anggota yang bermacam-macam. Informan 2 memegang posisi sebagai ayah dan tinggal bersama istri dan anaknya. Informan 3 dan 5 memegang posisi sebagai istri dan mereka tinggal bersama suaminya. Sementara itu, informan 9 dan 11 berada dalam posisi sebagai anak perempuan yang tinggal bersama kedua orang tua mereka. Informan 6 memegang posisi sebagai anak dan tinggal bersama keluarga besarnya yang terdiri dari orang tua, kakak, adik, dan keponakan.

Ketika informan menggunakan Couchsurfing, lalu menerima *surfer* untuk datang ke rumahnya, maka keluarga informan juga terlibat dalam pengambilan keputusan tentang kehadiran *surfer* itu. Ketika informan memutuskan untuk melakukan *approve* terhadap permintaan *request to stay*, informan juga membutuhkan persetujuan dari keluarga sebelum mengizinkan orang asing singgah ke dalam rumahnya, apalagi sampai menginap. Selain itu, informan juga memikirkan keuntungan yang diperoleh keluarga jika membawa orang asing tersebut masuk ke dalam rumah mereka.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 12 informan, individu yang tinggal bersama keluarga lebih selektif dalam memilih *surfer* yang akan datang ke rumahnya. Mereka juga selektif dalam memilih *host* yang akan

dikunjungi ketika ingin berlibur ke luar kota dan luar negeri bersama keluarganya. Pendapat dan keputusan keluarga tentang *host* tersebut tidak bisa dilepaskan begitu saja. Informan yang tinggal bersama keluarganya tidak bisa memutuskan sendiri karena mereka juga mempertimbangkan masukan dari pihak keluarga. Keluarga juga terlibat di dalam proses transaksi ekonomi berbagi. Keluarga juga mendapatkan keuntungan dari aktivitas transaksi ekonomi berbagi yang dilakukan oleh individu dengan *surfer* maupun *host*.

Pada hasil wawancara penelitian ini, para informan yang tinggal bersama keluarganya mengakui bahwa keuntungan keluarga merupakan hal paling krusial yang patut diperhatikan oleh mereka. Ketika *surfer* meminta *request to stay* di rumah individu yang tinggal bersama keluarganya, maka individu akan mempertimbangkan tentang keuntungan yang dapat diambil dari *surfer* tersebut. Keuntungan itu bukan hanya untuk individu sendiri, tapi juga untuk keluarganya. Jika individu ingin belajar bahasa asing dengan *surfer* tersebut, maka keluarga individu juga akan memperoleh keuntungan itu. Jika individu termotivasi untuk mendapatkan teman-teman baru dari luar negeri dari Couchsurfing, maka individu memastikan bahwa keluarga individu juga akan memperoleh keuntungan tersebut.

Selain mempertimbangkan keuntungan dari *host* dan *surfer* yang akan bertemu dengan keluarganya, individu juga meyakini bahwa *surfer* maupun *host* itu adalah orang-orang yang aman untuk keluarganya. Individu menganalisis tentang *host* dan *surfer* yang merupakan orang asing

(*strangers*) bagi individu dan keluarganya. Individu menganalisis *host* dan *surfer* itu dengan cara mengumpulkan informasi lewat media sosial dan artikel di Google. Semakin banyak informasi yang diperoleh individu terkait *host* dan *surfer* tersebut, maka individu semakin yakin untuk membuat keputusan. Keputusan tersebut berkaitan dengan menolak atau menerima kedatangan *surfer* tersebut, atau menginap atau tidak menginap di rumah *host* yang akan memberikan tempat tinggal untuk individu.

Dalam proses pengambilan keputusan, individu yang tinggal bersama keluarganya tidak melakukan itu seorang diri. Ia akan meminta pertimbangan dari orang-orang yang berada di dalam struktur keluarganya. Sebagai *host*, individu yang memiliki struktur sebagai istri akan meminta pendapat suaminya. Pun dengan individu yang memiliki struktur sebagai anak akan meminta pendapat ayah dan ibunya terkait kedatangan *surfer* tersebut ke rumahnya.

Individu juga memperkenalkan peraturan untuk *surfer* yang ingin menginap di rumahnya. Peraturan tersebut dibuat untuk keamanan dan kenyamanan keluarganya ketika *surfer* itu datang dan menginap di rumahnya. Sebagai contoh, individu mewajibkan *surfer* untuk pulang sebelum jam 22.00 WIB dan hal itu tidak bisa ditoleransi lagi. Individu tidak ingin kedatangan *surfer* tersebut mengganggu peraturan yang telah ditetapkan dalam keluarganya terkait jam malam. Peraturan lain yang ditetapkan oleh individu dan keluarganya adalah makan malam bersama. *Surfer* yang menginap di rumah individu wajib untuk makan malam

bersama keluarganya individu karena individu akan memperkenalkan *surfer* yang menginap di rumah mereka pada saat makan malam. Individu dan keluarganya mengobrol dan berbagi cerita satu sama lain dengan *surfer* sambil menikmati makan malam bersama. Hal ini menunjukkan bahwa peraturan yang telah ditetapkan di keluarga individu menjadi sesuatu yang wajib untuk dipatuhi oleh *surfer* manapun, baik *surfer* dari Indonesia maupun luar negeri. Pembuatan keputusan dan pembuatan peraturan di dalam rumah keluarganya individu menjadi sesuatu yang mutlak untuk dipatuhi oleh siapapun yang menginap.

Individu yang memiliki keluarga tidak hanya memikirkan dirinya sendiri, melainkan memikirkan keuntungan yang diperoleh keluarganya juga. Individu yang memiliki istri dan anak akan memikirkan tentang keamanan dan kenyamanan dari pihak keluarganya. Jika *surfer* maupun *host* tersebut berpotensi membahayakan anggota keluarganya, maka informan tidak akan melanjutkan hubungannya dengan *surfer* maupun *host* tersebut. Jika *surfer* maupun *host* itu membuat anggota keluarga individu menjadi tidak nyaman, maka individu tidak melanjutkan hubungannya dengan *surfer* maupun *host* tersebut.

Begitu pula dengan informan yang berperan menjadi anak dan memiliki ayah dan ibu. Informan tidak dapat memutuskan seorang diri untuk menerima *surfer* yang ingin menginap di rumahnya. Informan tersebut harus meminta izin dari pihak keluarganya, seperti ayah, ibu, dan suaminya. Banyak hal yang dipertimbangkan dari masing-masing keluarga

untuk menerima *surfer* hadir di rumah mereka. Fakta ini menunjukkan bahwa setiap keluarga memiliki pertimbangan masing-masing karena semua berdasar pada norma yang ditanamkan pada keluarga tersebut. Adapun norma yang ditanamkan dalam keluarga tersebut umumnya menempatkan posisi orang tua yang “di atas angin”. Orang tua sendiri meniadakan norma tersebut dari kebiasaan yang berlaku di masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Norma yang berlaku di Pulau Jawa kemungkinan besar berbeda dengan norma yang berlaku di Pulau Sumatera, sehingga peraturan yang diterapkan oleh keluarga individu yang tinggal di Jawa maupun Sumatera berbeda satu sama lain. Norma-norma tersebut yang membuat peraturan di dalam setiap keluarga menjadi berbeda-beda dalam perihal penerimaan dan penolakan *surfer* tersebut (Mustansyir, 1994, pp. 15–16).

Di sisi lain, meskipun terdapat pertentangan di antara individu dan keluarganya terkait penerimaan *surfer* dan penetapan aturan (*rules*) yang harus dilaksanakan oleh *surfer* yang menginap di rumah, individu yang memegang posisi sebagai anak seringkali ‘melanggar’ peraturan tersebut. Informan memberikan toleransi yang lebih besar kepada pelanggaran yang dilakukan oleh *surfer* tersebut. Informan memang tidak bisa secara terang-terangan memperbolehkan *surfer* tersebut, karena dalam struktur keluarga, masih ada yang lebih memiliki struktur lebih tinggi dibandingkan informan di dalam keluarganya. Tentunya, informan akan mengikuti saran dan perintah dari pemegang struktur tertinggi di dalam keluarganya. Umumnya,

pemegang struktur tertinggi dalam penelitian ini adalah ayah dan suami dari informan yang diwawancarai. Sebagai contoh, informan 6 pernah menerima pasangan *surfer* yang mengaku sebagai suami-istri, tapi ternyata belum menikah. Padahal, peraturan di rumah informan 6 adalah tidak boleh menerima pasangan laki-laki dan perempuan yang belum menerima. Namun, informan 6 memaklumi hal itu karena dua hal dan tidak memberitahukan kepada orang tuanya. Pertama, informan 6 menyadari perbedaan budaya di tempat *surfer* itu tinggal (*surfer* berasal dari Spanyol) dan budaya di tempat individu tinggal. Kedua, individu tidak mempermasalahkan *surfer* itu karena mereka hanya menginap satu malam saja di rumah individu.

Meskipun demikian, informan tetap mempertimbangkan untuk menerima *surfer* di dalam rumahnya karena sebagian besar *surfer* tersebut tidak hanya mendatangkan keuntungan yang dinikmati oleh informan saja, tetapi juga oleh keluarga informan. Informan memang memiliki motivasi untuk dirinya sendiri saat informan menginstall Couchsurfing. Tapi di sisi lain, informan juga merasa bahagia ketika keluarganya mendapatkan keuntungan dari teman-teman yang dikenal oleh informan melalui Couchsurfing. Oleh sebab itu, sejauh ini informan tidak melakukan negosiasi dengan orang tuanya terkait *rules* atau peraturan yang ditetapkan untuk *surfer* yang menginap di rumah mereka, meskipun beberapa peraturan yang ditetapkan oleh orang tua atau suami informan seringkali bertentangan dengan pemahaman dalam diri informan tersebut.