

## BAB VI

### ARGUMENTASI DAN DISKUSI

Penyajian narasi ini merupakan kombinasi hasil temuan di lapangan dan membandingkan dengan literatur-literatur yang sudah ada. Penulis akan menyajikan narasi dari penelitian ini sesuai dengan reflektivitas penulis karena terdapat unsur reflektivitas peneliti di dalam riset dengan metode kualitatif. Penulis merefleksikan bagaimana peran mereka dalam penelitian dan menafsirkan hasil temuan wawancara di lapangan sesuai dengan latar belakang penulis. Aspek metode ini lebih dari sekadar bias dan nilai yang berkembang dalam penelitian, tetapi bagaimana latar belakang peneliti dapat membentuk arah penelitian (Creswell, 2017, p. 249). Oleh sebab itu, berdasarkan hasil temuan penelitian tersebut, berikut hal-hal yang diperoleh oleh penulis dari penelitian ini:

#### 3.2 Internet Sebagai Sumber Informasi Utama

Studi pada Yu, Balaji, & Khong (2014, p. 237) menjelaskan, faktor teknologi adalah penentu utama individu dalam mengadopsi *internet banking* untuk keperluan hidup sehari-hari. Hal itu disebabkan oleh perkembangan teknologi yang membuat individu membutuhkan *internet banking* untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Pada penelitian ini, sumber informasi dari teknologi menjadi salah satu sumber yang dipercaya oleh individu dibandingkan sumber informasi yang lainnya.

Individu mengetahui Couchsurfing dari *word of mouth* dan internet. Hal menarik yang menjadi temuan pada penelitian ini adalah individu jauh lebih mempercayai sumber-sumber yang berasal dari teknologi dibandingkan sumber yang berasal dari manusia sendiri. Teknologi tersebut berupa artikel yang terdapat

di Google, *hashtag* di Instagram, foto di Instagram, dan *post* di grup Facebook Backpacker Indonesia. Isi dari informasi yang diperoleh individu melalui internet tidak jauh berbeda dari informasi yang diperoleh dari teman kerja, senior di universitas, dan rekan *travelling*. Informasi yang diperoleh individu mengenai *travelling* berupa penginapan yang murah, akomodasi yang gratis, dan penginapan alternatif di luar *guest house* maupun hotel yang berbayar. Namun, individu yang mengetahui informasi tentang Couchsurfing dari internet lebih cepat mengadopsi aplikasi Couchsurfing daripada individu yang mengetahui Couchsurfing dari *word of mouth*.

Ketika individu mengetahui aplikasi Couchsurfing dari manusia, individu memang langsung menginstallnya, tapi butuh waktu bertahun-tahun untuk melakukan *request to stay* atau menerima *surfer* di rumahnya. Berbeda halnya dengan individu yang mengetahui aplikasi tersebut dari *hashtag* Instagram, dari *post* di grup Facebook, dan artikel di Google. Di detik itu juga, individu langsung menginstall aplikasi Couchsurfing, bahkan menggunakannya di hari yang sama juga untuk *request to stay* di rumah *host*. Artinya, individu jauh lebih mempercayai sumber informasi dari internet daripada sumber informasi dari manusia. Padahal, isi dari sumber informasi tersebut tidak jauh berbeda.

Hal itu disebabkan oleh kecanggihan dari big data yang dapat merangkum informasi dan menyajikan informasi yang diinginkan oleh individu. Stephen-Davidowitz (2017) menggambarkan tentang kecanggihan teknologi big data dalam menganalisis tentang keinginan individu. Individu menggunakan Google untuk mencari kata kunci ‘penginapan murah’, ‘penginapan gratis’, ‘penginapan

alternatif', atau 'penginapan tidak berbayar', maka Google akan menyodorkan Couchsurfing sebagai salah satu jawaban dari apa yang dicari oleh individu. Begitu pula ketika individu menggunakan kata pencarian yang sama di kolom *search* di Facebook dan *hashtag* di Instagram. Kekuatan dari *big data* membuat individu dapat memperoleh informasi yang sesuai dengan keinginannya. Fenomena pencarian data melalui *search* di Facebook, *hashtag* di Instagram, dan penacarian di Google ini termasuk ke dalam revolusi data berbasis digital (Stephens-Davidowitz, 2017, p. 62). Individu dapat mempercayai internet dibandingkan mempercayai perkataan manusia karena informasi di internet selalu memuat sesuatu yang baru, memuat sumber-sumber yang sangat kaya, sehingga individu tidak hanya memiliki sumber informasi dari satu orang saja. Ketika mendapatkan informasi tentang Couchsurfing, individu sempat bertanya: mengapa ada aplikasi sehebat ini? Individu tidak dapat meyakinkan diri dari ucapan *word of mouth* dari orang-orang terdekatnya. Tapi, individu menjadi yakin setelah membaca beberapa artikel tentang Couchsurfing. Artikel tentang Couchurfing begitu banyak dimuat di Google, digunakan sebagai *hashtag*, dan terdapat dalam kolom *search* di Facebook. Kekayaan jumlah informasi tersebut yang membuat individu dapat mempercayai tentang informasi mengenai Couchsurfing dibandingkan sumber informasi yang berasal dari satu orang saja melalui *word of mouth*.

### **3.3 Sistem pada Couchsurfing menjadi Perantara dalam Bertransaksi**

Di dalam transaksi ekonomi, manusia mengenal dua jenis transaksi, yaitu transaksi komersial dan berbagi. Transaksi ekonomi komersial dapat dilakukan di antara dua manusia yang tidak saling mengenal satu sama lain, seperti transaksi

antara pembeli dan penjual di pasar. Sementara itu, transaksi ekonomi berbagi ditandai dengan terciptanya hubungan sosial yang erat di antara dua orang yang saling melakukan pertukaran. Wujud dari ekonomi berbagi berbentuk sangat abstrak. Lessig (2008) mencontohkan, dua orang yang sedang berpacaran akan mengorbankan waktunya untuk bertemu satu sama lain. Setelah mengorbankan waktu, kedua orang tadi mengharapkan timbal balik yang tidak berwujud barang, tapi sesuatu yang lebih daripada itu, seperti kepercayaan, cinta, dan kasih sayang.

Bertransaksi ruangan secara gratis juga menjadi salah satu wujud dari ekonomi berbagi, seperti yang dilakukan pada *host* di Couchsurfing yang berbagi ruangnya dengan individu. Ketika individu ingin melakukan *garage sale*, tapi ia tidak punya garasi, maka tetangga yang memiliki garasi dengan ruang yang cukup memadai akan meminjamkan ruang garasinya kepada individu untuk melakukan *garage sale* (Fremstad, 2017). Individu dan tetangga tersebut memiliki hubungan yang sangat baik, sehingga tetangga bersedia memberikan ruang privasi miliknya untuk digunakan oleh individu. Timbal balik yang diharapkan oleh tetangga tersebut bukan berupa uang, tetapi kesediaan individu untuk menolong tetangga tersebut di lain hari jika tetangganya membutuhkan sesuatu. Tetangga memberikan pengorbanan (*cost*), tapi imbalan (*rewards*) yang diterima bukan pada hari ini, tapi di kemudian hari, asalkan hubungan di antara tetangga dan individu tetap terjalin dengan baik hingga seterusnya.

Ciri khas yang membedakan transaksi ekonomi komersial dan transaksi ekonomi berbagi adalah akses norma dan budaya. Ketika individu melakukan transaksi ekonomi berbagi, individu bukan diatur oleh nominal uang, melainkan

diatur oleh akses norma dan budaya yang berlaku di masyarakat. Ekonomi berbagi bebas dari ikatan “harga dan pasar” seperti ekonomi komersial, tetapi ekonomi berbagi lebih dihargai dengan “norma, budaya, dan hubungan sosial di antara dua individu yang bertransaksi” (Lessig, 2008, p. 145).

Di dalam transaksi ekonomi berbagi, Sapari (2018) menuliskan tentang cara-cara individu melakukan transaksi ekonomi satu sama lain. Ada yang disebut dengan transaksi langsung, sementara ada yang disebut dengan transaksi tidak langsung. Hal yang membedakan dua jenis transaksi tersebut adalah kehadiran perantara. Transaksi secara langsung tidak membutuhkan perantara, jadi pemberian barang dari pemberi (*donors*) kepada penerima (*recipient*) terjadi secara langsung. Sugianto dan Puspitosari (2019) menjabarkan hasil penelitiannya mengenai ekonomi berbagi secara tidak langsung. Transaksi itu terjadi di antara donatur selaku pemberi (*donors*) kepada anak-anak panti asuhan sebagai penerima (*recipient*) pada kegiatan doa bersama. Donatur melaksanakan doa bersama dan berbagi sumbangan kepada anak-anak panti asuhan melalui perantara pengurus panti asuhan. Anak-anak panti asuhan akan menerima barang-barang dari donatur. Timbal baliknya, kedua donatur tersebut mendapatkan efek ketenangan hati. Sebagai orang yang harus membayar zakat dan memberikan sedekah, maka “hutang” dari segi ekonomi dan agama telah gugur, sehingga donatur merasa tenang setelah melakukan transaksi ekonomi berbagi dengan anak-anak di panti asuhan melalui pengurus panti asuhan (Sugianto & Puspitosari, 2019). Hutang mengenai tersebut bukan disebabkan oleh anak-anak panti asuhan, melainkan hutang yang diciptakan oleh norma dan budaya yang mengharuskan donatur untuk membayar

zakat dan memberikan sedekah apabila donatur tersebut mampu untuk melakukannya. Ketika hutang tersebut sudah terbayarkan, maka timbul rasa lega dan tenang di hati para donatur.

Penelitian pada tesis ini memiliki persamaan dengan Sugianto & Puspitosari (2019), dimana pemberi tidak memiliki hubungan dengan penerima. Orang yang memberikan sumbangan kepada panti asuhan tidak memiliki hubungan akrab dengan anak-anak yang menerima sumbangan tersebut, melainkan dengan pengurus panti asuhan. Pemberi telah berinteraksi terlebih dahulu dengan pengurus panti asuhan tersebut, sehingga pemberi dan pengurus tersebut memiliki rasa percaya satu sama lain. Pemberi percaya bahwa sumbangan itu akan diberikan kepada anak-anak panti asuhan, sementara pengurus panti asuhan percaya bahwa pemberi sumbangan itu akan memberikan sesuatu yang baik untuk anak-anak panti asuhan. Artinya, relasi sudah tercipta di antara pengurus panti asuhan dan pemberi sehingga mereka percaya untuk melakukan transaksi ekonomi berbagi (Sugianto & Puspitosari, 2019). Menurut Sapari (2018, p. 58), pertukaran seperti itu menggunakan pola yang tidak langsung.

Pemberi ( <i>donors</i> ) → Perantara → Penerima ( <i>Recipient</i> )
---

**Gambar 6.1** Peta transaksi ekonomi secara tidak langsung

Sementara itu, pada tesis ini, perantara yang menghubungkan antara *host* dan *surfer* adalah aplikasi Couchsurfing tersebut. Teknologi menjadi perantara dua manusia yang belum saling mengenal, tapi terpisah jarak satu sama lain. Oleh sebab itu, pada penelitian ini, individu yang menjadi *host* dan *surfer* berupaya untuk menghilangkan ketidakpastian, membangun rasa percaya, dan membentuk

hubungan akrab dengan lawan transaksinya agar dapat melakukan ekonomi berbagi. Sebelum melakukan interaksi dengan lawan transaksinya, individu melakukan tindakan untuk mempercayai sistem dari aplikasi tersebut. Padahal, individu tidak mengetahui secara pasti, siapa yang berada di belakang Couchsurfing tersebut. Satu-satunya yang membuat individu percaya adalah sistem di Couchsurfing yang menjadi perantara individu dengan *host* dan *surfer* untuk menghilangkan ketidakpastian, membangun rasa percaya, dan membentuk hubungan akrab sehingga individu dapat melakukan transaksi ekonomi berbagi dengan *host* dan *surfer*.

Individu dapat menjadikan Couchsurfing sebagai perantara dalam bertransaksi karena Couchsurfing memiliki sejumlah sistem yang membuat individu menjadi percaya pada aplikasi tersebut. Sistem tersebut telah mengatur bahwa individu yang belum mengisi biodata secara lengkap tidak akan bisa melakukan *request to stay*, mengikuti *hangout*, atau menerima *surfer* dari negara lain. Sistem itu juga mengatur bahwa individu akan menerima tanda verifikasi setelah bertahun-tahun menggunakan Couchsurfing dan menerima *surfer* serta *host* dalam jumlah banyak. Sistem juga telah mengatur bahwa *host* maupun *surfer* tidak dapat menghapus komentar referensi yang ada di dalam aplikasi Couchsurfing. Apapun komentar referensi dari *host* maupun *surfer*, baik komentar positif maupun negatif, semua telah terabadikan dalam kolom komentar di aplikasi Couchsurfing. Orang yang memberikan komentar dan orang yang diberikan komentar tidak bisa menghapus atau mengubah isi dari komentar tersebut. Oleh sebab itu, sistem dari

Couchsurfing ini membuat individu percaya untuk melakukan transaksi ekonomi berbagi dengan pengguna akun Couchsurfing yang lainnya.

Pemberi (*donors*) → Sistem di Couchsurfing → Penerima (*Recipient*)

**Gambar 6.2** Peta transaksi ekonomi di antara pengguna aplikasi Couchsurfing

### **3.4 Ekonomi Hibrida: Kolaborasi Ekonomi Berbagi dan Komersial**

Seperti yang telah dijelaskan pada subbab 4, ternyata tidak semua pengguna Couchsurfing menggunakan aplikasi tersebut untuk berbagi. Beberapa individu menggunakan aplikasi tersebut untuk mendapatkan keuntungan komersial. Mereka berupaya mendapatkan keuntungan berupa uang dari aplikasi yang bertujuan untuk bertransaksi melalui ekonomi berbagi tersebut.

Berbicara mengenai pertukaran ekonomi dan teknologi, Lessig (2008) juga membahas mengenai ekonomi hibrida. Ekonomi hibrida memiliki dua unsur yang berbeda dibandingkan jenis ekonomi lainnya. Ekonomi hibrida berdiri karena ditopang oleh keberadaan komunitas dan kehadiran teknologi. Jika ekonomi komersial mengikuti “harga dan pasar”, sementara ekonomi berbagi mengikuti “budaya dan hubungan sosial”, maka ekonomi hibrida meleburkan semuanya. Kedua jenis ekonomi ini akan semakin berkembang seiring dengan hadirnya teknologi komunikasi yang dikelola oleh komunitas yang tersebar di seluruh dunia, dimana anggota komunitas itu tidak saling mengenal satu sama lain. Couchsurfing bisa menjadi contoh yang tepat untuk sistem ekonomi hibrida.

Hibrida adalah entitas komersial yang bertujuan untuk meningkatkan nilai dari ekonomi berbagi, atau ekonomi berbagi yang membangun entitas komersial untuk lebih mendukung tujuan dari berbagi tersebut (Lessig, 2008, p. 177). Pada



bukunya, Lessig menjelaskan, pada ekonomi hibrida, pencipta sebuah fitur tersebut bukan menjual bentuk dari fitur, tapi manfaat dari fitur itu. Manfaat dari fitur tersebut dijalankan oleh komunitas yang terbentuk di dalamnya. Komunitas merupakan esensi mutlak dari ekonomi hibrida, karena fitur-fitur yang sedang dibangun di era teknologi ini tidak dibangun dan dijalankan oleh satu orang sendiri atau organisasi yang dikepalai oleh satu orang saja, tetapi fitur tersebut dibangun oleh ribuan orang yang tidak saling mengenal satu sama lain, namun terhubung oleh jaringan internet. Ribuan orang yang tidak saling mengenal terlibat dalam ‘proyek’ pembangunan fitur tersebut (Lessig, 2008, p. 185).

Lessig mencontohkan, Youtube merupakan bagian dari ekonomi hibrida. Jika tidak ada orang-orang yang menggunakan Youtube untuk membuat konten dan mempublikasikannya (saat ini dikenal sebagai Youtuber dan Vlogger), maka dipastikan fitur Youtube tersebut akan ‘mati’ karena tidak ada yang mengunjunginya. Daya tarik yang membuat Youtube banyak diminati oleh para konsumen adalah konten yang diciptakan oleh Youtuber dan Vlogger, bukan fitur dari Youtube itu sendiri. Tidak ada perusahaan yang ingin beriklan di Youtube, sehingga tidak ada keuntungan yang diterima oleh fitur Youtube tersebut, dimana keuntungan tersebut juga diberikan untuk Youtuber yang meramaikan konten di dalam fitur tersebut. Fiturnya memang masih ada, tetapi jika Youtuber tidak menciptakan konten, maka tidak ada yang menggerakkan fitur tersebut. Sistem di dalam Youtube juga membuat orang-orang tertarik untuk menginstall dan menggunakan Youtube, seperti melakukan *report*. Youtube tidak memiliki komisi sejenis KPI untuk memantau siaran televisi atau Dewan Pers untuk memantau

media cetak di Indonesia. Youtube memiliki fitur untuk melaporkan konten-konten tidak menyenangkan. Siapapun boleh melaporkan, asalkan ia menjadi *user* di Youtube. *User* tersebut adalah anggota komunitas yang tidak saling mengenal di seluruh dunia, tetapi mereka bergabung di dalam satu wadah yang disebut Youtube. Youtube akan menerima laporan (*report*) dari anggota 'komunitas' Youtube yang melaporkan konten yang melanggar tersebut dan pemilik akun Youtube yang terkena *report* tersebut akan dibatasi dengan sendirinya, bahkan di-*block* dari Youtube (Lessig, 2008, pp. 194-196). Artinya, komunitas dan teknologi yang menggerakkan Youtube tersebut memiliki peran yang penting dalam proses transaksi ekonomi hibrida.

Couchsurfing juga berdiri karena adanya teknologi dan anggota komunitas yang bergabung di dalam aplikasi tersebut. Anggota komunitas yang tergabung di dalam Couchsurfing juga dapat melakukan *blacklist* untuk orang-orang yang menimbulkan kerugian di komunitas Couchsurfing. Jika di Youtube terdapat fitur untuk melakukan *report*, maka Couchsurfing memiliki Ambassador Couchsurfing untuk melaporkan tindakan-tindakan yang tidak menyenangkan dari *host* maupun *surfer* yang beraktivitas di wilayah yang menjadi tanggung jawab Ambassador Couchsurfing tersebut. Para pengguna aplikasi Couchsurfing memang memiliki tujuan yang beragam ketika menginstall dan menggunakan aplikasi Couchsurfing. Secara luas, Couchsurfing dikatakan sebagai aplikasi yang menawarkan jaringan teman-teman baru dari seluruh dunia dan menjadi aplikasi keramah-tamahan.

Seiring dengan berjalannya waktu, pengguna aplikasi Couchsurfing tidak hanya memanfaatkan aplikasi tersebut untuk beramah-tamah saja, tapi juga untuk

mengejar keuntungan komersial. Dengan menggunakan Couchsurfing, individu dapat memperoleh keuntungan yang memiliki beragam wujud. Individu dapat memperoleh uang ketika menawarkan hostel, jasa *guide* berbayar, jasa transportasi berbayar, dan lain-lain. Di samping itu, individu juga dapat memanfaatkan Couchsurfing untuk menemukan *travelmate*, sehingga individu dapat mengurangi biaya transportasi, akomodasi, dan biaya lainnya untuk berwisata. Individu juga dapat menemukan teman-teman baru untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan informasi, serta memperluas jaringan pertemanan. Artinya, Couchsurfing dapat memberikan keuntungan bagi individu dari sisi komersial maupun dari sisi berbagi. Sesuai dengan konsep ekonomi hibrida, individu dan anggota komunitas lain terhubung melalui jaringan internet. Individu tidak perlu mengenal anggota komunitas yang tersebar di seluruh dunia. Prinsipnya dari transaksi ekonomi hibrida adalah asalkan sesama anggota komunitas dapat saling memberikan berkomunikasi melalui internet dan memberikan keuntungan satu sama lain, baik keuntungan komersial maupun berbagi, maka transaksi ekonomi akan berjalan.

Ekonomi hibrida ini terjadi karena kehadiran teknologi. Tanpa teknologi, aplikasi seperti Couchsurfing yang dibangun oleh komunitas-komunitas yang terhubung di seluruh dunia tidak akan melebur dalam kehidupan masyarakat seperti saat ini. Fremstad (2017) di dalam artikelnya yang berjudul *Is There A Future for Sharing? A Comparison of Traditional and New Institution* menjabarkan bahwa kehadiran teknologi tidak serta merta membuat segala transaksi ekonomi komersial maupun ekonomi berbagi menjadi berubah. Meskipun kehadiran teknologi memang mempermudah segalanya, tapi di sisi lain, masih ada orang-orang yang

masih terbelakang dalam hal finansial dan pengetahuan untuk menggunakan teknologi (Fremstad, 2017, p. 599), sehingga peran teknologi dalam mengubah sistem transaksi ekonomi itu belum bisa digeneralisir untuk semua manusia. Tidak semua individu bisa terhubung dengan internet dan terlibat dalam transaksi ekonomi hibrida seperti yang dijabarkan pada penelitian ini. Di masa mendatang, bentuk ekonomi hibrida diramalkan akan berkembang dan menjadi trend transaksi ekonomi terbaru yang menarik untuk diteliti dari sisi sosial, terutama dari sisi komunikasi antar anggota komunitas yang tidak saling mengenal, terpisah jarak dan ruang, terhubung melalui internet, dan saling memberi keuntungan satu sama lain.

### **3.5 Relasi antara Manusia dan Teknologi dalam Pembentukan Hubungan**

Pada penjabaran di atas, individu mempercayai informasi yang disajikan oleh internet, yaitu dari artikel di Google, *hashtag* di Instagram, dan *post* di Facebook. Individu juga menjalankan transaksi ekonomi dan memperoleh keuntungannya dari orang-orang yang terpisah jarak dengan individu, tidak saling mengenal, tetapi dipertemukan oleh aplikasi Couchsurfing. Individu menginstall Couchsurfing karena ingin memperoleh beragam keuntungan berbentuk komersial maupun berbagi. Aplikasi Couchsurfing yang mempertemukan individu dengan manusia lainnya yang memiliki keuntungan seperti yang diharapkan oleh individu, seperti ras kulit putih, orang yang memiliki minat yang sama dengan individu, orang yang dapat memperluas jaringan pertemanan individu hingga ke lingkup internasional, bahkan menemukan jodoh pun bisa diperoleh dari aplikasi itu.

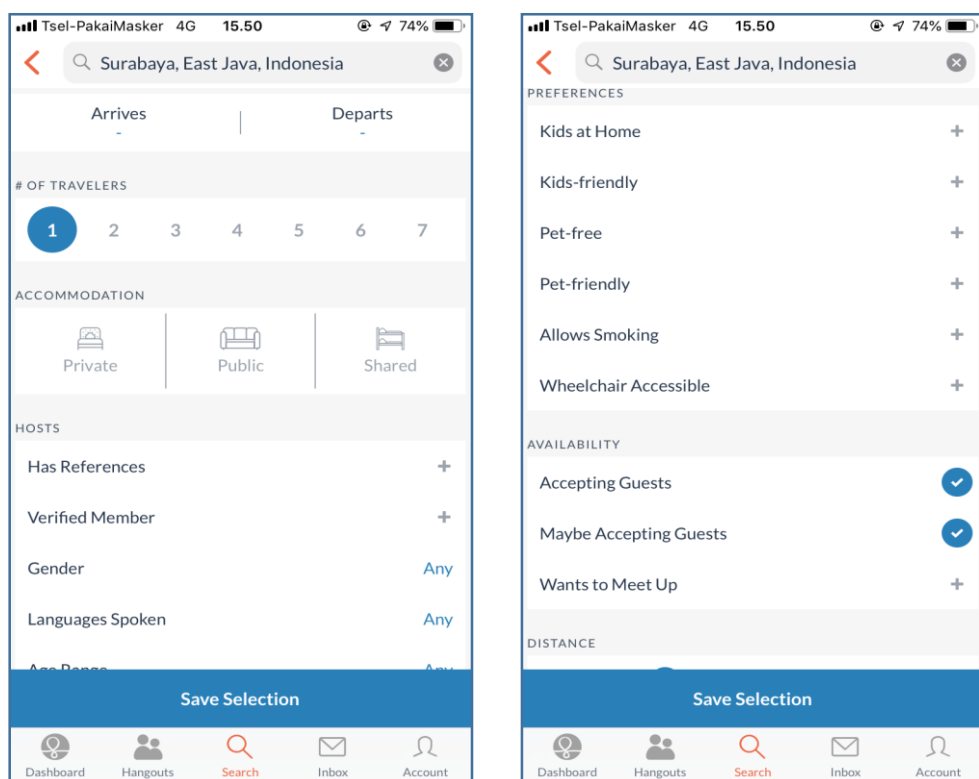
Stephens-Davidowitz (2017) dalam bukunya yang berjudul *Everybody Lies: Big Data, New Data, and What The Internet Reveals About Who We Really Are*

menggambarkan bahwa big data tersebut dapat mencari dan menghubungkan orang-orang yang sesuai dengan yang diinginkan oleh individu. Big data yang tersusun dari bahasa pemrograman, atau biasa dikenal dengan bahasa algoritma, dapat mempertemukan perusahaan yang mencari seorang karyawan dan karyawan yang mencari sebuah perusahaan yang ingin mempekerjakannya. Individu yang memiliki keahlian di bidang desain rumah, maka dipertemukan dengan perusahaan yang mencari orang-orang yang memiliki latar belakang sebagai sarjana arsitek. Intinya, teknologi dapat melakukan *mix and match* di antara individu dengan orang-orang lain yang berada di luar kota, bahkan luar negeri sekalipun.

Begitu pula dengan aplikasi Couchsurfing yang memiliki fitur *filer*, dimana individu menemukan *host* dan *surfer* yang sesuai dengan keinginan mereka. Pada aplikasi Couchsurfing, individu dapat melakukan *filter* untuk orang-orang yang diinginkan olehnya. Individu dapat memilih: saya ingin *host* laki-laki atau perempuan? Saya ingin *host* yang dapat menerima binatang peliharaan atau tidak? Saya ingin *host* yang dapat menerima anak kecil yang saya bawa atau tidak? Semua yang diinginkan oleh individu dapat disaring melalui *filter*. Jika di dalam Kota Surabaya terdapat 8.788 pengguna Couchsurfing, individu dapat memfilter sesuai dengan keinginannya dan mencapai angka sekitar 4.000 pengguna Couchsurfing. Selanjutnya, di antara 4.000 orang yang telah difilter oleh individu, individu akan memilih *host* yang sesuai dengan keinginannya.

Data para pengguna Couchsurfing telah diseleksi oleh bahasa algoritma. Ketika individu mendaftar menjadi anggota komunitas Couchsurfing, maka individu harus mengisi biodata mengenai jenis kelamin, tanggal lahir, kota asal,

tempat tinggal, serta biodata berbentuk biografi lainnya. Pengisian biodata tersebut bukan hanya untuk membentuk rasa percaya di antara individu dengan *host* dan *surfer*, tapi juga memberikan data dirinya kepada sistem di Couchsurfing. Fitur *filter* di Couchsurfing dapat melakukan penyaringan terhadap *surfer* dan *host* seperti yang diinginkan oleh individu. Hasil seleksi tersebut menjadi penentu bagi individu untuk melakukan *request to stay* pada orang yang diinginkan olehnya.



**Gambar 6.3** Individu dapat menyaring kriteria *host* yang diinginkan olehnya melalui fitur *filter* (sumber:dokumentasi pribadi)

Data berupa *profile picture*, biodata, dan komentar referensi juga menjadi bahan yang membuat individu percaya pada *host* maupun *surfer* tersebut. Hal-hal yang ditulis oleh individu dalam program Couchsurfing menjadi sesuatu yang dipercaya oleh individu. Individu bergantung pada teknologi dalam perihal

memfilter dan memilih *host* dan *surfer* yang sesuai dengan kriteria individu. Bahkan, fitur *chatting* sekalipun menjadi sesuatu yang dijadikan pedoman bagi individu untuk mempercayai *host* dan *surfer* tersebut. Ketika individu melakukan *chatting* atau membaca *chatting* dari *host* maupun *surfer*, maka individu sedang menjalankan upaya untuk mengurangi ketidakpastian. Upaya inilah yang menjadi salah satu dimensi yang paling penting dalam membangun hubungan dengan *host* dan *surfer* tersebut. Padahal, menurut individu lain pada penelitian ini, *chatting* hanya sekadar tulisan yang dapat dibaca di layar ponsel maupun layar komputer saja. Tidak bisa dipastikan apakah yang mengirimkan *chatting* tersebut adalah individu sendiri. Selalu ada kemungkinan yang buruk di balik sosok yang mengirimkan *chatting* tersebut. Sosok tersebut seolah-olah ‘bersembunyi’ di belakang layar ponsel dan komputer, sementara individu tidak bisa sepenuhnya menebak dan menilai mengenai sosok tersebut. Pengurangan ketidakpastian melalui *chatting* bisa saja dikatakan sebagai strategi pengurangan ketidakpastian seperti yang dikemukakan oleh Charles Berger, tetapi Berger mengatakan bahwa strategi yang ditawarkan untuk menghilangkan ketidakpastian adalah dengan cara bertatap muka. Individu dapat melakukan strategi interaktif dengan cara berkomunikasi langsung dengan orang tersebut. Individu juga dapat melaksanakan strategi pasif dengan cara mengamati seseorang ketika ia sedang melakukan sesuatu secara langsung. Strategi itu tidak bisa berlaku sepenuhnya ketika kehadiran teknologi yang menjadi perantara di antara individu dengan sosok yang bersembunyi di belakang layar ponsel dan layar komputer.

Ketika individu menilai bahwa *chatting* tidak cukup untuk menghilangkan ketidakpastian, maka individu menganalisis tentang *host* dan *surfer* itu dari media sosial mereka. Individu juga berpindah dari *chat room* di aplikasi Couchsurfing ke media-media lain yang lebih privat, seperti Whatsapp dan Telegram untuk melanjutkan komunikasi dengan *host* dan *surfer*. Fenomena ini menunjukkan bahwa individu memang tidak dapat terlepas dari teknologi untuk mempercayai dan membangun hubungan akrab dengan *host* maupun *surfer*. Individu tetap bergantung pada teknologi untuk mengumpulkan informasi, mengurangi ketidakpastian, dan membuka jalan untuk mengembangkan hubungan akrab di antara individu dengan *host* dan *surfer*.

Setelah mengurangi ketidakpastian dan memperoleh informasi tentang *host* dan *surfer* yang akan berinteraksi dengannya, maka individu akan memilih orang-orang yang memiliki persamaan (*similarity*) dengan individu, seperti persamaan suku, ras, agama, dan jenis kelamin. Individu juga lebih menyukai ketika obrolannya dengan *host* atau *surfer* menjadi saling berkaitan satu sama lain. Individu lebih terbuka tentang banyak hal ketika ia dan *surfer* maupun *host* memiliki minat dan pengalaman yang sama, seperti pengalaman mendapatkan pelecehan seksual melalui Couchsurfing. Di sisi lain, ketika individu telah bertemu dengan orang yang memiliki agama yang sama, jenis kelamin yang sama, serta memiliki persamaan (*similarity*) lainnya, ternyata belum tentu individu menjadi cocok dengan orang tersebut. Mereka melakukan depenetrasi hubungan karena berbagai alasan, salah satunya karena berbeda budaya sehingga terjadi kesalahpahaman ketika interaksi terjadi di antara mereka. Maka, bisa disimpulkan



bahwa teknologi memang membantu untuk memfilter, membentuk rasa percaya, dan membangun hubungan akrab di antara dua individu. Namun, pada akhirnya, manusia sendiri yang menentukan kelanjutan hubungan di antara mereka. Hubungan akrab tidak selalu dapat terjalin dan berjalan lancar meskipun dibantu dengan kecanggihan teknologi.

Apabila individu melanjutkan hubungan dengan *surfer* dan *host*, salah satu indikator bahwa hubungan mereka berjalan dengan baik adalah saling melakukan *follow* media sosial. Mereka saling memantau, saling menjalin hubungan akrab, saling mengobrol, dan berkomentar dengan perantara teknologi. Individu dengan *host* maupun *surfer* saling memberi *likes*, dan saling berkomentar melalui media sosial masing-masing. Pengungkapan diri di antara individu dengan *host* maupun *surfer* pun terjadi lebih dalam. Individu dan *surfer* maupun *host* mengungkapkan pengalaman masa lalu mereka melalui ranah media sosial yang lebih privat, seperti *chatting* di Whatsapp dan *direct messages* di Twitter. Mereka menjadi sering berbagi cerita, berbagi pengalaman, dan melakukan pertukaran informasi melalui media sosial. Hubungan akrab harus tetap terjalin di antara individu dengan *host* dan *surfer* agar individu dapat menikmati keuntungan di masa mendatang, seperti surat *invitation letter* untuk kunjungan ke luar negeri, penginapan yang tidak bebayar di rumah *surfer* di negara tersebut, jasa *surfer* itu sebagai *guide* di negara tempat *surfer* tersebut tinggal, dan keuntungan lainnya.

Sementara itu, ketika individu memutuskan untuk melakukan depentrisasi sosial dengan lawan bicaranya, individu umumnya melakukan kesepakatan antara kedua belah pihak untuk memutuskan hubungan. Individu yang memiliki hubungan

akrab, seperti berpacaran, akan membicarakan dan menemukan kesepakatan terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan untuk memutuskan hubungan (Kurniati, 2015). Sementara itu, dengan kehadiran teknologi di dalam kehidupan sehari-hari, individu dapat melakukan pemutusan hubungan melalui satu pihak. Pemutusan hubungan tersebut dapat dilakukan dengan cara *delete contact*, *unfollow*, bahkan *blockir*. Pada penelitian ini, individu memutuskan untuk melakukan depenetrasi sosial karena individu menerima pelecehan seksual, perbedaan budaya, bahkan *stereotype* buruk tentang orang-orang yang berasal dari Cina dan Timur Tengah. Individu memutuskan hubungan tersebut dengan berhenti *chatting*, kemudian melakukan *blockir number* lawan bicaranya. Sebelum bertemu sekalipun, individu dapat melakukan depenetrasi sosial gara-gara obrolan yang tercipta melalui fitur *chatting*.

Individu dengan *host* dan *surfer* memang dipertemukan melalui Couchsurfing. Individu melakukan seleksi pada *host* dan *surfer* melalui Couchsurfing. Aplikasi itu juga yang membangun rasa percaya antara individu dengan *host* dan *surfer* melalui sistem di Couchsurfing, seperti kelengkapan biodata, *profile picture*, dan komentar referensi. Hubungan akrab juga dapat dimulai dari *chat room* yang disediakan oleh aplikasi Couchsurfing. Hubungan akrab tersebut dikembangkan lebih lanjut ketika individu bertemu dengan *host* dan *surfer*. Setelah bertemu, mengobrol, dan melakukan kegiatan bersama-sama, individu dapat memutuskan untuk menjalin hubungan akrab dengan *host* dan *surfer* itu atau tidak. Jika individu dan *host* maupun *surfer* sepakat untuk menjalin hubungan akrab lebih jauh, maka mereka akan bertukar media sosial satu sama lain.

Teknologi memiliki banyak sekali peran penting dalam pembentukan hubungan di antara individu dengan *host* maupun *surfer*. Namun, keputusan untuk melanjutkan hubungan maupun depenetrasi hubungan tidak ditentukan oleh teknologi. Semuanya kembali lagi pada individu dan lawan bicaranya. Keputusan untuk melakukan depenetrasi hubungan atau melanjutkan hubungan cenderung mengarah kepada norma dan budaya seperti karakteristik dari transaksi ekonomi berbagi. Apabila perilaku *host* dan *surfer* itu tidak menyenangkan dan merugikan individu beserta keluarganya, maka individu akan memutuskan hubungan. Sebaliknya, jika perilaku *host* dan *surfer* itu membawa keuntungan, tidak merugikan, dan tidak membuat kecewa individu beserta keluarganya, maka individu akan meneruskan hubungan dengan *host* dan *surfer* tersebut.