



<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn>

DOI ://doi.org/10.33369/jsn.7.1.51-76

**PERTUKARAN SOSIAL ANTARA DUA INDIVIDU  
DENGAN APLIKASI *COUCHSURFING* SEBAGAI PERANTARA**

***SOCIAL EXCHANGE BETWEEN TWO INDIVIDUALS  
WITH THE COUCHSURFING APPLICATION AS INTERMEDIATE***

**Gita Juniarti**

gitajuniartimkw@gmail.com

Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

**ABSTRAK**

*CouchSurfing* merupakan aplikasi keramah-tamahan yang didirikan tahun 2004. Aplikasi ini terus berkembang hingga tahun 2020. Saat ini, anggota *CouchSurfing* mencapai angka jutaan. Dengan aplikasi ini, anggota dapat menginap secara gratis di rumah *member* lainnya. Anggota *CouchSurfing* hanya menekan tombol *request to stay* untuk menginap di rumah anggota lainnya. Tidak ada hubungan dekat di antara dua anggota yang menjadi *host* dan *surfer*. Namun, *host* bersedia untuk berbagi ruangan dan fasilitas di dalam rumahnya untuk *surfer*. Lalu, apa bentuk keuntungan yang diterima oleh *host* melalui aplikasi *CouchSurfing* ini? Apakah keuntungan tersebut setimpal dengan pengorbanan yang dilakukan oleh *host* dalam memberikan tempat tinggalnya untuk *surfer*? Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial dari George Homans (1961) dan teori tentang hutang (*indebtedness*) yang digagas oleh Greenberg dengan pendekatan fenomenologi dan dianalisis dengan *interpretative phenomenological analysis* (IPA). *Host* dan *surfer* melakukan pertukaran berupa souvenir dan kuliner. Selain sebagai tanda terima kasih karena telah diberikan tempat tinggal, souvenir dan kuliner juga sebagai simbol budaya dan menunjukkan eksistensi diri. *Surfer* memberikan tanda terima kasih dengan cara membersihkan rumah *host*. Keuntungan yang diperoleh berupa penghematan anggaran, pengalaman, dan pengetahuan baru. Keuntungan itu tidak hanya berlaku pada saat ini saja, tapi juga dapat diperoleh di masa mendatang. Penelitian ini menghasilkan temuan berupa kehadiran teknologi yang dapat menggantikan peran manusia selaku perantara transaksi di dalam sistem pertukaran ekonomi berbagi secara tidak langsung.

**Kata kunci:** Aplikasi *CouchSurfing*, Keuntungan, *Host* dan *surfer*, Pertukaran sosial

### ABSTRACT

*CouchSurfing is a hospitality application founded in 2004. By 2020, CouchSurfing has reached millions of members. The advantage of this application is that members can stay for free at other members' houses. The surfer only presses the 'request to stay' button to stay at the host's house. There is no close relationship between the host and the surfer, but the host is willing to share the space and facilities in his house for the surfer. Then, what form of benefits will the host receive from CouchSurfing? Are these benefits worth the sacrifices in providing a place to live for the surfer? This study uses the social exchange theory by George Homans (1961) and theory of indebtedness which was initiated by Greenberg (1980) with a phenomenological approach and analyzed by interpretative phenomenological analysis (IPA). Hosts and surfers exchange souvenirs and culinary treats for gratitude for being given a place to live. Souvenirs and culinary treats are also given as an introduction to the culture and individual existence. The surfer also cleans the host's house as an expression of gratitude. The benefits obtained also vary, such as experience and knowledge. This research also produces new findings, namely that the indirect exchange system between two individuals can be mediated by technology. The human function as a mediator can be replaced by technology.*

**Keywords:** *Couchsurfing Application, Social Exchange, Benefits, Host And Surfer*

### PENDAHULUAN

Di dalam kehidupan sehari-hari, transaksi ekonomi terbagi menjadi dua jenis, yaitu ekonomi komersial dan ekonomi berbagi. Yochai Benkler, di dalam Lessig, menuliskan bahwa ekonomi komersial merupakan pertukaran yang umum terjadi di dalam kehidupan sehari-hari (Lessig, 2008). Pertukaran tersebut berdasarkan kepada harga. Sebagai contoh, seorang pembeli ingin membeli minuman dan minuman tersebut memiliki harga Rp 5.000,00 per botol. Jika pembeli ingin memperoleh minuman sebanyak satu botol, maka ia harus menukarkan uang lima ribu kepada kasir. Tidak ada hubungan akrab di antara kasir dan pembeli. Mereka hanya mempertukarkan minuman dan uang saja. Ketika pembeli mendapatkan air mineral dan kasir mendapatkan Rp 5.000,00 dari pembeli, maka transaksi dinyatakan selesai.

Sistem transaksi tersebut berbeda dengan transaksi ekonomi jenis berikutnya, yaitu ekonomi berbagi. Lessig (2008) menjelaskan bahwa ciri khas dari ekonomi berbagi adalah hubungan sosial, dimana hubungan itu melebihi hubungan 'pembeli dan kasir'. Jika seseorang meminta sahabatnya bertemu dengan seseorang dan menghabiskan waktu bersama selama beberapa jam, maka dua orang itu telah melakukan transaksi ekonomi berbagi. Seseorang dan sahabatnya telah bertukar cerita

dan bertukar waktu yang sangat berharga sehingga pertukaran itu dapat melestarikan hubungan persahabatan diantara mereka berdua. Jika salah satu pihak meminta pertukaran waktu diganti dengan imbalan uang, misalnya meminta imbalan sebesar Rp 50.000,00 per jam, maka hubungan tersebut bukan persahabatan lagi. Hal ini menandakan bahwa hubungan akrab tercipta diantara dua orang terlebih dahulu, sehingga mereka dapat melakukan transaksi ekonomi berbagi non komersial satu sama lain.

Hubungan akrab yang tercipta di antara dua individu yang melakukan pertukaran merupakan ciri khas transaksi ekonomi berbagi. Transaksi ekonomi berbagi juga terjadi pada dua individu yang saling berkenalan melalui salah satu aplikasi yang sedang populer dikalangan anak-anak muda, yaitu aplikasi *CouchSurfing*. Pada aplikasi tersebut, dua orang asing dapat melakukan pertukaran tanpa perlu saling membentuk hubungan akrab terlebih dahulu. Pertukaran tersebut adalah pertukaran mengenai tempat tinggal. Sebagai contoh, ketika wisatawan ingin menginap di hotel, maka wisatawan tersebut harus membayar jumlah yang ditetapkan oleh pihak hotel. Jika pihak hotel menetapkan harga Rp 600.000,00 per malam, maka wisatawan harus membayar dengan harga yang telah ditetapkan. Setelah membayar, wisatawan akan memperoleh kamar yang sesuai dengan harga yang telah disepakati dengan pihak hotel. Wisatawan tersebut adalah orang asing dan pihak hotel juga merupakan orang asing. Mereka tidak saling mengenal, saling bertransaksi, tetapi timbal baliknya sangat jelas di antara mereka berdua, yaitu kamar dan uang sebesar Rp 600.000,00.

Sementara itu, pada aplikasi *CouchSurfing*, salah satu anggota *CouchSurfing* yang ingin menginap (*surfer*) dapat melakukan *request to stay* pada orang yang menyediakan tempat tinggal (*host*). *Surfer* yang berasal dari negara Amerika Serikat dapat melakukan *request to stay* pada *host* yang berada di Indonesia, Perancis, atau negara manapun. Orang-orang yang memiliki akun *CouchSurfing* dapat menerima permintaan *request to stay* dari *surfer* tersebut. Artinya, *surfer* tersebut dapat menginap di rumah *host* yang tidak dikenal dan tidak memiliki hubungan akrab dengannya. Tentunya, *surfer* mendapatkan keuntungan berupa akomodasi gratis dan beberapa fasilitas di rumah *host*, seperti AC, air hangat, dapur, dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa *surfer* memperoleh banyak keuntungan dari *host* tersebut, sementara *host* tidak memperoleh keuntungan yang setimpal dari *surfer* tersebut. Tidak

ada sistem pertukaran yang jelas di antara *host* dan *surfer* yang melakukan transaksi dengan aplikasi *CouchSurfing* sebagai perantara.

*CouchSurfing* merupakan salah satu aplikasi keramah-tamahan yang populer di dunia. Para *surfer* sebagai pelancong memanfaatkan aplikasi tersebut untuk memperoleh akomodasi gratis ketika mereka berlibur ke suatu tempat, meskipun para pelancong tersebut tidak pernah mengenal dan bertemu muka dengan *host* yang memberikan tempat tinggal gratis. Selain *CouchSurfing*, aplikasi sejenis juga memiliki fungsi yang sama, antara lain aplikasi *The Hospitality Club*, *Hospitality Exchange*, *Servas International*, dan *Global Freeloaders.com* (Molz, 2007). Aplikasi-aplikasi itu bukan sarana akomodasi berbayar seperti AirBnb. Ketika individu menjadikan rumahnya sebagai penginapan seperti AirBnb, maka keuntungan yang diperoleh *host* menjadi lebih jelas. Tapi, ketika *host* memberikan penginapan pada *surfer* selaku orang asing secara gratis, terdapat indikasi hubungan akrab di antara *host* dan *surfer* tersebut. Namun, hubungan akrab tersebut tidak pernah tercipta, karena *host* dan *surfer* itu tidak saling mengenal satu sama lain. Berdasarkan sistem di *CouchSurfing*, *surfer* dapat melakukan *request to stay* ke rumah *host*, dan *host* dapat menerima *surfer* tersebut di rumahnya atau menolaknya.

Pada artikel berjudul *Cosmopolitan on the Couch: Mobile Hospitality and the Internet*, dijelaskan bahwa situs *CouchSurfing* hanya bermodal keramah-tamahan dalam pertemuan antara *host* dan *surfer*. Tidak ada hubungan yang mengikat *host* dan *surfer*. Mereka dapat dikatakan orang asing (*strangers*), tetapi hubungan *host* dan *surfer* ini saling mengikat dalam solidaritas untuk memenuhi kebutuhan sosial satu sama lain. Namun disisi lain, terdapat kemungkinan buruk di dalam pertemuan *host* dan *surfer* tersebut. Keduanya tidak terikat dalam hubungan akrab, serta tidak ada jaminan 'ada uang ada barang' di antara kedua belah pihak yang bertransaksi (Molz, 2007).

Jika dibandingkan dengan jumlah pengguna aplikasi penginapan gratis lainnya, pengguna *CouchSurfing* meningkat dengan pesat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang diperoleh dari statistik di dalam situs <http://www.CouchSurfing.com/statistics.html>, (diakses pada 18 Oktober 2020), pengguna *CouchSurfing* masih kurang dari 6.000 anggota pada tahun 2004. Perlahan-lahan, aplikasi *CouchSurfing* sudah mulai digunakan oleh individu dari berbagai belahan dunia. Buktinya, pada tahun 2005, jumlah pengguna *CouchSurfing* meningkat

menjadi 45.000 anggota. Pengguna aplikasi *CouchSurfing* pun menjadi 2.613.846 anggota di tahun 2011. Jumlah tersebut terus meningkat. Pada tahun 2019, jumlah anggota dari aplikasi *CouchSurfing* melebihi 12 juta anggota. Data tersebut mengindikasikan bahwa aplikasi *CouchSurfing* semakin diminati oleh masyarakat global dari tahun ke tahun.

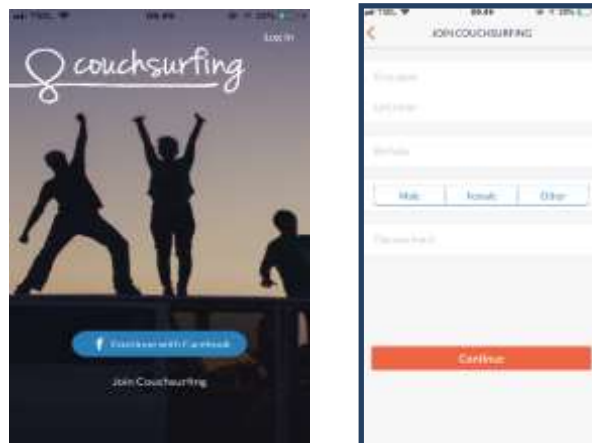
Penelitian ini mempertanyakan sistem transaksi yang terjadi diantara *host* selaku pemilik rumah dan *surfer* yang tinggal di rumahnya *host*. Secara garis besar, *surfer* telah mendapatkan keuntungan dari *host*, seperti memperoleh akomodasi gratis. Di sisi lain, *host* terlihat tidak mendapatkan keuntungan berupa uang atau sejenisnya yang merupakan bagian dari transaksi di antara *host* dan *surfer*. Padahal, tidak menutup kemungkinan bahwa *surfer* yang menginap dengan gratis dapat menjadi parasit bagi *host* yang menyediakan tempat tinggal untuknya. Derrida (2000) menuliskan, salah seorang pengguna *LetMeStayForADay.com* pernah menjadi parasit di rumah orang yang memberikannya kemudahan akomodasi (Molz, 2007). Aplikasi *LetMeStayForADay* memiliki fungsi yang sama seperti *CouchSurfing*. Tidak ada aturan tertulis berupa wujud dari alat transaksi di antara *host* dan *surfer*, sehingga tidak memungkinkan bahwa *surfer* juga berpotensi menjadi parasit dan merugikan ketika menginap di rumah *host*.

Pada aplikasi *CouchSurfing*, *surfer* dapat membawakan sebotol anggur untuk *host* yang memberikannya akomodasi sebagai tanda dari keakraban diantara *surfer* dan *host* ketika mereka bertemu untuk pertama kali (Molz, 2007). Namun, di sisi lain, benda yang menjadi wujud pertukaran tersebut juga menjadi tantangan untuk *host* dan *surfer* yang saling berkenalan lewat aplikasi *CouchSurfing*. Jika *surfer* membawakan sebotol anggur sebagai bentuk perkenalan, namun *host* tersebut tidak diperbolehkan mengonsumsi anggur seperti norma dan budaya yang berlaku, maka akan muncul kemungkinan buruk pada hubungan *host* dan *surfer*.

Sebenarnya, tidak ada penjelasan secara spesifik tentang benda dan perilaku seperti apa yang harus dipertukarkan antara *host* dan *surfer*. Timbal balik yang diperoleh *host* dan *surfer* yang bertemu melalui aplikasi *CouchSurfing* ini begitu abstrak. Dari jutaan anggota *CouchSurfing* di seluruh dunia, setiap *host* dan *surfer* memiliki pengalaman memberikan timbal balik dalam bentuk yang berbeda-beda. Ada yang memberikan sebotol anggur, namun ada pula yang memberikan dalam bentuk lain.

Cara untuk menjadi pengguna aplikasi *CouchSurfing* merupakan cara yang sederhana. Pertama, individu menginstall terlebih dulu aplikasi *CouchSurfing* di ponsel mereka. Kedua, individu mengisi data diri mereka di dalam aplikasi *CouchSurfing* tersebut. Adapun individu yang boleh mendaftar di dalam aplikasi *CouchSurfing* adalah individu yang berusia minimal 18 tahun. Setelah mengisi data diri tersebut, individu diharapkan melengkapi data diri mereka. Dengan mengisi data tersebut, individu dapat melakukan *request to stay* atau sebaliknya, dimana ada orang yang bersedia untuk meminta *request to stay* kepada individu tersebut. Individu dapat menjadi *host* yang menyediakan tempat tinggal, atau wisatawan yang meminta untuk tinggal di rumah individu tersebut. Jika individu menjadi wisatawan, maka individu dapat meminta *request to stay* kepada *host* tersebut. Jika bersedia, *host* tersebut akan menekan *accept* dan mengizinkan individu tersebut untuk tinggal di rumahnya.

Gambar 1. Tampilan Ketika Individu Telah Menginstall Aplikasi *CouchSurfing*



*Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020*

Penelitian ini menggunakan konsep hutang (*indebtedness*) yang dikemukakan oleh Greenberg (1980). Sebelum konsep tentang hutang Greenberg (1980) keluar, konsep tersebut bersandar pada teori pertukaran yang digagas oleh Homans. Homans (1961), di dalam Dillon (2014), mengemukakan bahwa semua bentuk dasar dari perilaku sosial dapat dijelaskan dengan dasar motif psikologis individu. Motif individu menjelaskan mengapa institusi itu ada. Institusi itu ada karena individu membutuhkan institusi itu dalam mendukung tujuan individu, dimana tujuan individu sejalan dengan tujuan dari institusi tersebut (Dillon, 2014). Institusi di sini adalah aplikasi *CouchSurfing*. Aplikasi ini dibuat oleh salah satu mahasiswa di Amerika Serikat, Casey

Fenton. Awal mula Fenton ingin membentuk *CouchSurfing* karena kejadian pada tahun 1999. Saat itu, Fenton tidak memiliki ongkos untuk menginap di salah satu kota di Islandia, Reykjavik. Fenton berinisiatif mengirimkan pesan elektronik kepada sejumlah mahasiswa di Islandia untuk menumpang tinggal. Tak disangka, sebagian besar pesan elektronik dari Fenton dibalas oleh mahasiswa-mahasiswa di Islandia. Motivasi mahasiswa di Islandia bersedia menampung Fenton di tempat tinggal mereka adalah pertukaran budaya. Mahasiswa di Islandia ingin mengenal lebih jauh tentang budaya dari Amerika. Pada tahun 2004, *CouchSurfing* yang dirilis oleh Fenton berhasil meraup anggota komunitas yang cukup banyak hingga mencapai angka ribuan. Cikal bakal terbentuknya aplikasi *CouchSurfing* membuat para muda-mudi menjadi anggota komunitas *CouchSurfing* agar mereka dapat bertukar budaya dengan anggota lain yang berasal dari negara yang berbeda-beda (Toeniskoetter, 2013). Cara bertukar budaya itu adalah dengan menginap di rumah *host* yang berasal dari kota atau negara yang berbeda.

Greenberg (1980) menjelaskan dalam karya ilmiah *An Indebtedness of Theory* tentang sistem pertukaran sosial. Sistem pertukaran itu merupakan sistem yang umum terjadi di dalam kehidupan sehari-hari. Di dalam sistem pertukaran tersebut, tentunya membutuhkan individu yang saling bertukar dan berjumlah lebih satu. Ada Individu yang menjadi pemberi atau penyumbang, ada pula yang menjadi penerima. Di dalam teori tersebut, penyumbang mengeluarkan biaya untuk penerima dan penyumbang mengharapkan imbalan yang setimbang dari penerima. Di dalam teori pertukaran sosial tersebut, dua orang yang saling berkomunikasi dan melakukan pertukaran memaksimalkan hasil positif, meminimalisir hasil negatif, dengan tujuan mendapatkan ganjaran yang positif pula. Ganjaran tersebut bukan berarti uang, tetapi juga sesuatu yang lain berbentuk fisik atau hubungan yang baik secara sosial (Makmur, 2019).

Pada penelitian ini, individu yang berperan sebagai penyumbang merupakan *host CouchSurfing* yang memberikan penginapan, akomodasi, dan fasilitas. Sementara itu, penerima adalah *surfer* yang meminta *request to stay* karena *surfer* adalah individu yang menerima penginapan, akomodasi, dan fasilitas dari *host*. Selain komponen penyumbang dan penerima, komponen lain yang disorot dalam penelitian ini adalah biaya dan imbalan, yaitu sesuatu yang dipertukarkan antara *host* dan *surfer* yang bertransaksi melalui aplikasi *CouchSurfing*.

Ketika *host* sudah memberikan penginapan, akomodasi, dan fasilitas, *host* tersebut berharap imbalan setimpal yang diberikan oleh *surfer*. Andaikata tidak berharap *rewards* dari *surfer* tersebut, maka *host* sekadar melakukan hal tersebut karena motif altruisme. Di dalam buku *The Principles of Economic Sociology*, altruisme umumnya dilakukan oleh orang-orang yang berada di dalam jalinan hubungan keluarga (Swedberg, 2003). Sementara itu, pada penelitian ini, *surfer* dan *host* baru berkenalan melalui aplikasi *CouchSurfing*, tetapi mereka berbagi tempat tinggal layaknya keluarga. Hal menarik di dalam penelitian ini adalah pertanyaan mengenai biaya dan imbalan yang dipertukarkan antara *surfer* dan *host*.

Fenomena yang menjadi pertanyaan pada penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Homans (1961) dan konsep yang diutarakan oleh Greenberg (1980). Homans berkata, individu dapat memahami perilaku lawan bicaranya dari perilaku mereka ketika berinteraksi dan bertukar. Pada sistem pertukaran apapun di dalam kehidupan sehari-hari, ada dua jenis dimensi dimana dua pihak dapat saling melakukan interaksi, yaitu dimensi mengenai apa yang diberikan pada pertukaran sosial dan dimensi mengenai apa yang ia dapatkan dari hasil pertukaran tersebut (Dillon, 2014). Sementara itu, penelitian lain mengatakan bahwa sistem itu merupakan ciri khas dari ekonomi berbagi. Tetapi, ekonomi berbagi merupakan transaksi ekonomi yang dilakukan ketika dua orang telah memiliki hubungan akrab satu sama lain (Lessig, 2008). Pada aplikasi *CouchSurfing* ini, *host* dan *surfer* tidak memiliki hubungan akrab satu sama lain. Mereka berkenalan melalui aplikasi *CouchSurfing*. Mereka tidak saling mengenal, apalagi memiliki hubungan akrab. Penginapan yang dipertukarkan pun bukan merupakan sesuatu yang mematok harga. Artinya, *host* membuka pintu rumahnya untuk *surfer* secara gratis, padahal tidak ada hubungan akrab di antara mereka berdua. Pertukaran yang dilakukan oleh individu melalui aplikasi *CouchSurfing* ini tidak mencerminkan transaksi ekonomi berbagi karena tidak ada hubungan akrab. Di sisi lain, peristiwa ini juga tidak mencerminkan transaksi komersial karena tidak ada harga dan pasar di antara dua individu yang melakukan pertukaran tersebut.

Teori yang digagas oleh Homans (1961) dan konsep pertukaran yang diutarakan oleh Greenberg (1980) ini dapat menjadi salah satu pedoman untuk melakukan penelitian pada interaksi di antara *host* dan *surfer*. Apa yang menjadi motivasi dari *host* tersebut untuk memberikan tempat tinggal gratis pada orang asing? Selain itu, apa



imbalan yang diberikan oleh *surfer* kepada *host* yang tidak memiliki hubungan akrab dengan *surfer*? Apakah imbalan tersebut dianggap setara dengan biaya yang diberikan oleh *host* tersebut? Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang interaksi sosial di antara *host* dan *surfer* melalui aplikasi *CouchSurfing* sehingga terjadi pertukaran sosial tersebut.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif, metodologi kualitatif, dan pendekatan fenomenologi. Paradigma interpretatif memandang bahwa individu di dunia ini memiliki interpretasi yang sangat beragam ketika memandang sebuah peristiwa. Interpretasi dari masing-masing individu yang pernah mengalami kejadian tersebut akan digunakan sebagai bahan untuk menjelaskan realita melalui sudut pandang individu tersebut (Malterud, 2016:122). Individu selaku *host* maupun *surfer* yang berinteraksi menggunakan aplikasi *CouchSurfing* tentunya memiliki makna yang berbeda-beda tentang peristiwa interaksi dan pertukaran sosial yang dilakukan bersama orang asing.

Untuk teknik pengambilan data di lapangan, penulis melakukan *request to stay* melalui *CouchSurfing* kepada setiap informan yang diwawancarai pada penelitian ini. Setelah tinggal bersama informan, penulis melakukan wawancara secara tatap muka dan secara mendalam dengan pertanyaan semi terstruktur mengenai pengalaman para informan selama menggunakan *CouchSurfing*. Pengumpulan data ini dilakukan dalam rentang waktu 10 Februari – 10 Maret 2020 di tempat yang berbeda-beda karena setiap informan berasal dari kota yang beragam. Wawancara ditujukan kepada 12 informan yang berdomisili di Bandung, Jakarta, Serang, Cilegon, Bandar Lampung, Palembang, Kerinci, Jambi, Balikpapan, Bontang, Semarang, dan Ungaran. Hasil dari mewawancarai 12 informan itu akan dianalisis dengan fenomenologi *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang menerapkan *double-hermeneutic*. Kahija (2017) menjelaskan bahwa individu yang mengalami peristiwa akan menginterpretasikan dari peristiwa tersebut. Selanjutnya, pelaku peristiwa akan menceritakan tentang interpretasi tersebut kepada peneliti dan peneliti akan melakukan interpretasi dari hasil interpretasi pelaku peristiwa itu (Kahija, 2017).

## PEMBAHASAN

### Motivasi Individu Menggunakan *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). 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, 2017:219). 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 and Izzati, 2017). Pada penelitian ini, masing-masing individu memiliki motivasi untuk menginstall *CouchSurfing*, antara lain:

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.
2. **Membantu Individu Terkait Pekerjaan.** Informan yang bekerja sebagai *content writer* dan *blogger* dapat memuat tulisan baru ketika mereka mendapatkan informasi mengenai kehidupan lokal melalui *host CouchSurfing*. Selain itu, informan yang bekerja sebagai pengusaha *tour and travel* menginstall *CouchSurfing* untuk mendapatkan informasi berupa tempat-tempat wisata yang *anti-mainstream* di berbagai negara. 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* di rumah penduduk

setempat, sejumlah informan yang bekerja sebagai mahasiswa dapat memangkas biaya akomodasi dan transportasi.

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 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*. Selain untuk mendapatkan informasi, individu juga ingin memperluas jaringan pertemanan karena individu ingin memperoleh teman di luar area pekerjaannya agar memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru.
4. **Mencari *travelmate*.** *Travelmate* merupakan teman untuk berwisata bersama di suatu kota yang sama (Fitriana, 2018). Individu berupaya mendapatkan *travelmate* sebagai teman untuk bertukar pengalaman, berbagi informasi dan pengetahuan, dan mendapatkan wawasan baru. Selain itu, *travelmate* juga alternatif untuk berbagi biaya perjalanan, seperti berbagi sewa kendaraan, penginapan, membayar jasa *guide*, dan pengeluaran lain yang dapat dibagi bersama *travelmate*.
5. **Mencari jodoh.** Individu tidak hanya mencari *travelmate*, tetapi juga mencari calon suami dan calon istri selaku sesama *member* di *CouchSurfing*.
6. **Berkenalan dengan ras kulit putih.** Individu yang menjadi *surfer* memutuskan untuk menginap di rumah *host* dari ras kulit putih ketika berkunjung ke negara-negara di Eropa dan Amerika. Hal itu disebabkan oleh keinginan individu untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan tentang budaya. 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*. Maka, individu mengharapkan, ia dapat menggali lebih dalam mengenai negara-negara yang didominasi orang kulit putih secara langsung.
7. **Meningkatkan kemampuan bahasa asing.** Pada biodata di akun *CouchSurfing*, individu dapat menuliskan tentang kemampuan mereka dalam berbahasa asing. Keinginan untuk dapat berbahasa asing tersebut menjadi salah satu motivasi individu untuk menginstall *CouchSurfing* karena individu dapat bertemu dengan teman-teman

dari negara lain sehingga individu dapat mempelajari tentang bahasa asli dari mereka.

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). Motivasi 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. Narasumber yang diwawancarai juga tertarik memperhatikan kehidupan sehari-hari, pakaian, makanan, dan tempat tinggal *host* yang menerima *request to stay* ataupun *surfer* yang tinggal di rumah mereka.

### **Kegiatan Pertukaran Antara *Host* dan *Surfer* di *CouchSurfing***

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. 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 pertukaran, 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).

Aposteriori tentang transaksi ekonomi berbagi yang dituangkan Kolm (2008) dalam bukunya *Reciprocity: An Economics of Social Relation*. Pada penelitian ini, *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.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, 12 informan membagikan pengalaman mereka ketika melakukan resiprositas dengan orang asing (*strangers*) yang baru dikenal oleh mereka melalui aplikasi *CouchSurfing*. Untuk mengukur estimasi awal tentang kekuatan yang dimiliki oleh *host*, para *surfer* melihat data diri dari *host* tersebut terlebih dahulu. Apakah *host* tersebut telah menerima *surfer* dalam jumlah yang banyak? Apakah *surfer* tersebut diberikan pelayanan dengan baik? Kekuatan tersebut dapat dilihat dari komentar referensi yang tertera di aplikasi *CouchSurfing*. Hal sebaliknya juga dilakukan oleh *host* ketika membuat estimasi mengenai *surfer* yang ingin menginap di rumahnya. *Host* tersebut membuat prediksi mengenai pribadi *surfer* tersebut dari komentar referensi mengenai *surfer* tersebut. Apakah *surfer* tersebut telah menjelajahi berbagai negara dan menginap di rumah para *host* di negara-negara tersebut? Bagaimana komentar para *host* dari berbagai negara terhadap *surfer* tersebut? Untuk menumbuhkan rasa yakin di dalam diri *host* mengenai *surfer* tersebut, *host* dapat menjadikan komentar referensi yang tertulis di dalam akun *CouchSurfing* milik *surfer* tersebut sebagai pedoman dalam menilai pribadi dari *surfer* tersebut.

Setelah rasa yakin di antara *host* dan *surfer* mulai tumbuh, maka transaksi ekonomi berbagi pun terjadi. Pertukaran di antara keduanya tidak hanya sekadar bertukar akomodasi dan sebotol anggur (Molz, 2007) seperti yang dilakukan oleh *host* dan *surfer* di Eropa. Di Indonesia, hal yang dipertukarkan sangat beragam, mulai dari pertukaran souvenir, kuliner, dan jasa. Belk (2014), di dalam Geiger & Germelmann (2015) menuliskan, menurut peraturan resmi *CouchSurfing*, *host* tidak memungut biaya kepada *surfer* yang sudah memperoleh dan menikmati tempat tinggal di rumah *host*. Sebagai simbol dari rasa terima kasihnya pada *host*, *surfer* dapat membawa hadiah kecil atau umumnya disebut souvenir yang ditujukan untuk *host* tersebut (Geiger and 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 untuk memperkuat ikatan pribadi di antara dua individu, dimana souvenir tersebut memiliki berbagai posisi ketika diserahkan kepada individu yang menerimanya. Posisi souvenir tersebut dapat 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). Pada penelitian ini, souvenir, kuliner, dan jasa merupakan suatu biaya dan timbal balik yang dipertukarkan oleh *host* dan *surfer*.

Souvenir yang diberikan oleh *surfer* kepada *host* berwujud macam-macam. Souvenir tersebut berupa souvenir yang telah direncanakan dan dibawa dari negara masing-masing. Sebagai contoh, salah satu informan pada penelitian ini 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 dan diberikan pada narasumber yang berasal dari Serang. Menurut para narasumber, souvenir bukan hanya ditujukan sebagai tanda terima kasih, tetapi juga memperkenalkan tentang budaya. Lewat souvenir itu, individu dengan *surfer* maupun *host* melakukan pertukaran pengetahuan dan informasi mengenai budaya di negara mereka masing-masing.

Sementara itu, informan yang berperan sebagai *surfer* juga memberikan souvenir yang berkaitan dengan pekerjaan sehari-hari dari *host* tersebut. Informan memberikan helm pada *host* yang bekerja sebagai ojek *online* ketika informan mengunjungi Kota Palembang untuk melihat Asian Games tahun 2018. Helm tersebut sebagai wujud dari rasa terima kasih karena *host* sudah bersedia berbagi ruangan di rumahnya dan berbagi waktu serta tenaganya untuk menjadi *guide* untuk berjalan-jalan mengelilingi Kota Palembang. Pengalaman dari informan ini menunjukkan bahwa individu memaknai souvenir tersebut merupakan salah satu wujud dari rasa terima kasihnya untuk *host* berbagi ruangan di rumah untuknya.

Terkait pertukaran kuliner, sebenarnya fungsi dari pertukaran makanan dan minuman khas daerah masing-masing tidak jauh berbeda dengan fungsi dari souvenir. Pertama, individu menggunakan kuliner sebagai simbol terima kasih. Kuliner

merupakan timbal balik dari kebaikan yang pernah diberikan oleh *host*. *Host* memberikan keuntungan berupa ruang untuk tinggal dan waktu luang untuk menemani *surfer*. Pemberian kuliner dari *surfer* merupakan wujud dari rasa terima kasih *surfer* kepada *host* tersebut.

Kuliner juga menjadi sarana untuk pertukaran pengetahuan dan informasi mengenai budaya di antara *surfer* dan *host*. Ketika menjamu *surfer* di rumahnya, *host* memberikan makanan khas daerah kepada *surfer* yang berasal dari kota maupun negara yang berbeda. Selain *host*, *surfer* pun memberikan makanan khas dari negaranya untuk dinikmati bersama *host*. Di dalam komunitas *CouchSurfing*, kegiatan pertukaran makanan khas daerah masing-masing bukan menjadi sesuatu yang asing. Pertukaran kuliner itu menjadi pemicu awal untuk saling bertanya dan menjawab mengenai kuliner khas daerah masing-masing, kemudian mengobrol tentang kultur atau budaya dari daerah masing-masing. Setiap bangsa memiliki budaya kuliner yang berbeda, dimana budaya kuliner itu menjadi karakter nasional yang kuat dan beragam wujudnya. Budaya kuliner pun menjadi pemicu interaksi lintas budaya antar individu yang berbeda kota maupun negara (Utami, 2018:41). Kuliner juga sebagai dasar perkenalan dan membentuk hubungan akrab. Dengan berbagi kuliner, dua individu yang asing itu bertukar pengetahuan dan pengalaman, serta memasuki pembicaraan yang lebih intim lagi.

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa informan yang menjadi *surfer* juga memberikan jasa dan tenaga kepada *host*. Pemberian itu merupakan cara untuk membalas kebaikan hati *host*. Informan membalas kebaikan itu dengan cara membantu *host* untuk membersihkan rumahnya, mencuci piring kotor, membersihkan rak cuci piring, dan mencuci motor milik *host*. Hal tersebut dilakukan oleh individu tanpa paksaan sama sekali. Individu benar-benar memberikan jasanya untuk membalas kebaikan hati *host*.

Sebagian besar informan memang menjelaskan tentang ekonomi berbagi, tetapi ada juga yang menggunakan *CouchSurfing* untuk kepentingan ekonomi komersial, terutama dalam perihal penghematan dalam perjalanan wisata. Pemangkasan biaya wisata dapat dilakukan ketika para informan menggunakan *CouchSurfing*. Informan selaku *surfer* dapat menginap di rumahnya *host* dan menekan biaya seperti menginap di hotel. Berdasarkan hasil wawancara, para informan juga mendeskripsikan tentang

*CouchSurfing* sebagai aplikasi yang alternatif yang memberikan penginapan gratis. Ketika mengucapkan hal itu, para informan menegaskan bahwa *CouchSurfing* berperan besar dalam membantu mereka untuk mengurangi biaya penginapan selama berwisata.

*“Aku tahu CouchSurfing dari temanku sih. Temanku bilang CouchSurfing itu serba gratis. Itu yang bikin aku interest untuk install dan akhirnya jadi pengguna CouchSurfing sampe detik ini gitu. Di Iran gratis, di Armenia gratis, di Amerika juga gratis”* (Wawancara dengan informan 3 dari Jakarta, 20 Februari 2020)

*“CouchSurfing itu fix ngebantu banget dalam urusan hemat biaya buat akomodasi. Jadi... ya bener, bisa memangkas biaya akomodasi. Akomodasi bisa gratis. Apalagi kalo wisata ke luar-luar sana, luar negeri maksud saya, itu tuh ngebantu banget karena anggaran terbesar dari perjalanan wisata adalah akomodasi”* (Wawancara dengan informan 4 dari Serang, 21 Februari 2020)

*“Kalo aku jalan-jalan ke Eropa sih pake CouchSurfing. Soalnya di Eropa kan biayanya mahal-mahal, apalagi ke kota-kota seperti Amsterdam lah, Paris lah. Jadi kalo pake CouchSurfing, sangat membantu banget untuk mengurangi biaya hotel”* (Wawancara dengan informan 6 dari Palembang, 28 Februari 2020)

*“Kemarin kan aku travelling ke Malaysia. Sendirian nih. Jadi aku prefer untuk nginep di hotel-hotel aja karena di KL dan Penang kan serba murah tuh tempat buat nginep. Tapi next time, kalo liburan ke Singapura atau Korea Selatan, aku prefer untuk nginep di host CouchSurfing aja, Mbak. Kan lebih murah, bisa pangkas banyak biaya. Gratis kan”* (Wawancara dengan informan 9 dari Ungaran, 3 Maret 2020)

*“Aku pake CouchSurfing ke Jepang ya waktu itu untuk konferensi internasional. Daripada nginep di hotel, aku nginep di host yang tinggal deketan sama kampus, Mbak. Jadi lebih murah sih biayanya, bahkan gratis gitu loh. Kan biaya akomodasi hotel bisa aku pangkas dengan nginep di rumah host di Osaka”* (Wawancara dengan informan 12 dari Semarang, 10 Maret 2020)

Para informan juga melakukan *install CouchSurfing* untuk mencari *travelmate* atau teman untuk melakukan kegiatan wisata bersama-sama. Mereka melakukan kegiatan *hang out* bersama-sama dari satu tempat ke tempat lain di kota yang dikunjungi bersama-sama. Individu dan *travelmate* juga tidak memiliki hubungan akrab satu sama lain. Mereka berkenalan lewat aplikasi *CouchSurfing* juga. Mereka berjanji untuk bertemu di suatu tempat di negara tersebut sesuai dengan waktu yang dijanjikan, kemudian 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 bercerita tentang keputusannya untuk berwisata dengan para *travelmate* yang berasal dari berbagai negara. Mereka berencana bertemu di Georgia. Informan 3 bercerita bahwa ia seorang diri dari Indonesia dan bertemu dengan *travelmate* dari Mesir, Iran, Kanada, dan Rusia. Informan 3 dan para *travelmate* itu menyewa kendaraan dan jasa *guide* untuk mengantarkan mereka berkeliling kota-kota di Georgia, Azerbaijan, Armenia, dan Iran. Informan 3 mengakui bahwa ia dapat menghemat biaya perjalanan dengan cara berpatungan dengan *travelmate* yang berjumlah delapan orang tersebut.

Salah satu informan pun memanfaatkan *CouchSurfing* untuk kegiatan bisnis yang menghasilkan keuntungan komersial. Informan yang berasal dari Balikpapan mencari informasi dari *host* yang tinggal di suatu negara. Informan itu mendapatkan informasi tentang tempat liburan *anti-mainstream* dan memiliki nilai untuk dijual sebagai tujuan wisata sehingga mendatangkan keuntungan dari segi komersial. Individu yang memiliki kepentingan bisnis di industri pariwisata ini menjual informasi tentang tempat liburan *anti-mainstream* tersebut sebagai tempat untuk kepentingan bisnis *tour and travel*, juga sebagai artikel yang ditulis di blog miliknya.

*“Aku buka jasa tour and guide di kota ini karena aku pake CouchSurfing. Aku dulu nginep di rumah salah satu host di Paris dan host itu ngasih tahu ke aku, ‘Dik, di kota ini ada toko roti yang enak. Kamu bisa belajar bikin roti di sini. Terus di Paris ada tempat-tempat lokal lain yang keren-keren’. Yaudah, dari pengalaman itu, aku share di blog aku, di medsos aku, dan akhirnya jadi banyak yang pengen ke situ juga. Aku akhirnya berinisiatif jadi pengusaha tour and guide aja dan keturunan sampe sekarang”* (Wawancara dengan informan 8 dari Balikpapan, 29 Februari 2020)

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, apakah 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, 1980:137).

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. Individu memiliki alasan untuk mendapatkan kesejahteraan di masa depan ketika menggunakan *CouchSurfing*. Kesejahteraan tersebut merupakan timbal balik dari *surfer* yang pernah menginap di rumahnya. Orang yang dibantu pun akan memberikan balasan berupa kebaikan di masa mendatang (Lauterbach et al. 2009).

Hasil dari wawancara pada para narasumber penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka menggunakan *CouchSurfing* untuk mendapatkan keuntungan berupa penginapan yang tidak berbayar. Penginapan souvenir, kuliner, dan informasi serta pengetahuan tentang suatu negara 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 *surfer* pada *host* pada hari itu dapat berwujud souvenir dan kuliner khas daerah masing-masing. Sementara itu, beberapa individu memilih untuk membalas kebaikan hati dari *host* 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 dicontohkan oleh salah satu informan yang diwawancarai pada penelitian ini. Informan yang berdomisili di Bandung ini menginap di rumah *host* di Thailand. Informan mengatakan bahwa ia telah menerima kebaikan dari *host* ketika ia berlibur ke Bangkok dan menginap di rumah *host* itu. Informan menceritakan tentang banyak

kebaikan dari *host* asal Thailand tersebut. Untuk membalas kebaikan *host* itu, informan akan memberikan kebaikan yang sama ketika *host* itu berlibur ke Indonesia. Imbalan (*rewards*) tersebut belum dilakukan olehnya hingga saat ini. Namun, informan telah bertekad bahwa ia akan membalas kebaikan dari *host* yang berasal dari Thailand.

Di sisi lain, *host* juga mengharapkan kebaikan di masa mendatang dari *surfer*. Individu selaku *host* memberikan keuntungan bagi para *surfer* yang datang ke kota tempat domisili *host* tersebut. Hasil wawancara pada para informan menunjukkan bahwa *host* mempermudah *surfer* dalam perihal akomodasi dan jasa *guide* karena *host* mengharapkan balas jasa dari *surfer* di masa mendatang. Dengan pengorbanan memberikan jasa akomodasi gratis dan *guide* gratis kepada *surfer* tersebut, *host* mengharapkan ganjaran (*rewards*) dari *surfer* tersebut, yaitu 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.

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 yang baik dari teman-teman di luar negeri, serta perlakuan dan pelayanan yang sama di masa mendatang. Untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang atau memberikan *rewards* di masa mendatang, maka individu harus mempererat hubungan dengan orang-orang asing yang dikenalnya via aplikasi tersebut.

### **Sistem *CouchSurfing* sebagai Perantara dalam Bertransaksi**

Di Amerika, berbagi ruangan menjadi hal yang lazim terjadi. Pada karya tulis Fremstad (2017), kegiatan *garage sale* menjadi hal yang rutin terjadi untuk menjajakan

barang yang tidak terpakai. Untuk orang yang tidak memiliki garasi untuk mengadakan *garage sale*, maka meminjam kepada tetangga menjadi salah satu alternatif yang seringkali digunakan. Hal ini menunjukkan adanya transaksi pertukaran di antara individu dengan tetangganya, yaitu saling bertukar kebaikan satu sama lain (Fremstad, 2017). Perbedaan dengan penelitian ini adalah hubungan di antara individu dengan lawan transaksinya. Individu dan tetangga tersebut memiliki hubungan yang sangat baik, sehingga tetangga bersedia memberikan ruang privasi berupa garasi miliknya untuk digunakan oleh individu. Apabila hubungan antara individu dengan tetangga tersebut berjalan dengan baik, transaksi seperti itu dapat terus terjadi hingga masa mendatang. Transaksi tersebut dapat dikatakan sebagai peristiwa ekonomi berbagi.

Lessig (2008) menyebutkan bahwa norma dan budaya menjadi ciri khas dari ekonomi berbagi. Pada ekonomi komersial, keberadaan norma dan budaya tidak berlaku dengan kuat. Pembeli hanya memberikan sejumlah uang kepada penjual, kemudian hubungan mereka terputus begitu saja. Penjual hanya melihat nominal uang yang diberikan oleh pembeli. Jika pembeli memberikan uang dalam jumlah lebih, maka penjual akan memberi uang kembalian. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi berbagi tidak berkaitan dengan “harga dan pasar”, melainkan lebih condong ke “norma, budaya, dan hubungan”. Dengan kata lain, hal yang disorot adalah apa saja pedoman perilaku yang berlaku di dalam kelompok masyarakat, bagaimana kultur dari individu dan lawan transaksinya, serta kultur yang berlaku di dalam kelompok masyarakat secara dominan, dan bagaimana hubungan yang terbentuk di antara individu dengan lawan transaksinya. Di dalam transaksi ekonomi berbagi, hubungan akrab menjadi sesuatu yang mutlak.

Sapari (2018) menuliskan tentang cara-cara individu melakukan transaksi ekonomi berbagi satu sama lain. Individu dapat melakukan transaksi langsung dan tidak langsung. Perbedaan dari transaksi tersebut adalah adanya perantara. Pada sistem transaksi langsung, individu berinteraksi secara langsung dengan lawan transaksinya. Salah satu wujud dari transaksi ekonomi berbagi dan diberikan secara langsung adalah transaksi ekonomi berupa *doa*. Sugianto dan Puspitosari (2019) menjabarkan bahwa seorang donatur di panti asuhan melaksanakan *doa* bersama dan memberikan *derma* kepada anak-anak panti asuhan. Jika memberikan secara langsung, artinya pemberi *derma* atau sumbangan itu melakukan transaksi ekonomi berbagi secara langsung. Tetapi, jika pemberi sumbangan tersebut melakukan transaksi dengan cara mengirimkan

doa dan dema melalui perantara, yakni pengurus atau penanggung jawab panti asuhan, dan tidak bersentuhan langsung kepada anak-anak panti asuhan yang menjadi penerima, maka transaksi tersebut merupakan transaksi tidak langsung (Sugianto and Puspitosari, 2019). Maka, bisa dikatakan bahwa kehadiran perantara merupakan perbedaan utama di antara transaksi ekonomi berbagi yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

Transaksi ekonomi berbagi tersebut juga dijabarkan pada penelitian ini. Pemberi derma tidak memiliki hubungan dengan anak-anak panti asuhan. Pemberi derma tersebut tidak mengenal anak-anak panti asuhan yang diberikan sumbangan tersebut. Pemberi derma tersebut mengenal perantara yang hadir di antara pemberi derma itu dengan anak-anak panti asuhan, yaitu penanggungjawab dari panti asuhan tersebut. Hubungan akrab telah tercipta terlebih dahulu di antara pemberi sumbangan dengan penanggungjawab panti asuhan. Mereka telah berkenalan, mengobrol, dan saling memberikan kepercayaan satu sama lain. Timbal balik yang akan diperoleh pemberi derma itu adalah rasa syukur dan rasa lega karena telah menyelesaikan hutangnya (Sugianto and Puspitosari, 2019). Hutang yang dimaksud oleh Sugianto dan Puspitosari (2019) adalah hutang yang berhubungan dengan akhirat, yaitu zakat, amal, dan derma yang dimaknai sebagai tabungan untuk ke akhirat nanti. Menurut Sapari (2018), pertukaran yang menggunakan perantara seperti pengurus panti asuhan tersebut merupakan transaksi ekonomi berbagi secara tidak langsung.

Gambar 2. Peta Transaksi Ekonomi Berbagi Secara Tidak Langsung

Pemberi (*donors*) → Perantara → Penerima (*Recipient*)

*Sumber: Sapari, 2018*

Perantara tersebut menjadi sesuatu yang menarik untuk disorot pada penelitian ini. Pada penelitian Sugianti dan Puspitosari (2019), perantara yang disebutkan adalah manusia, sementara perantara pada penelitian ini adalah aplikasi *CouchSurfing*. Aplikasi tersebut memang dibuat oleh manusia, tetapi manusia yang menggunakan aplikasi *CouchSurfing* untuk mendapatkan lawan transaksinya tidak mengetahui siapa manusia yang membuat aplikasi tersebut dan siapa manusia yang mengendalikan aplikasi tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi menjadi perantara dalam segi apapun, mulai dari mencari lawan transaksi, mengenal lawan transaksi, mempercayai

lawan transaksi, dan membentuk hubungan akrab di antara individu dengan lawan transaksinya.

Sebelum mempercayai lawan transaksinya, individu harus mempercayai aplikasi itu terlebih dahulu. Hasil penelitian Aksami dan Jember (2019) menunjukkan bahwa individu memutuskan untuk mengunduh sebuah aplikasi karena berkaitan dengan aspek manfaat dari aplikasi tersebut, aspek kemudahan, aspek penghematan, dan aspek keamanan (Aksami and Jember, 2019). Sesuai dengan hasil wawancara di atas, individu menggunakan aplikasi *CouchSurfing* karena aplikasi tersebut memberikan kemudahan bagi individu untuk mendapatkan teman-teman baru. Aplikasi tersebut juga dinilai sebagai aplikasi yang hemat karena individu mendapatkan penginapan gratis dengan menggunakan aplikasi tersebut. Tak heran jika jutaan individu memutuskan untuk mengunduh aplikasi tersebut karena aplikasi itu dapat dipercaya sebagai aplikasi yang memberikan manfaat.

Setelah mengunduh aplikasi itu di dalam ponselnya, individu menggunakan aplikasi tersebut sebagai perantara untuk mendapatkan lawan transaksinya. Individu dapat mencari identitas *host* sesuai yang diinginkannya. Misalnya, *host* tersebut harus memiliki jenis kelamin yang sama dengan individu, atau *host* tersebut harus tinggal di negara yang menjadi tujuan individu. Aplikasi tersebut secara mudah juga menampilkan komentar dari orang-orang yang pernah berinteraksi dengan *host* maupun *surfer* terlebih dahulu, sehingga individu dapat menilai seseorang dari komentar tersebut. Selain itu, aplikasi yang menjadi perantara tersebut juga dapat menampilkan data-data dari dalam diri individu maupun lawan transaksinya, seperti bahasa asing yang telah dikuasai oleh individu dan lawan transaksinya, negara-negara yang telah mereka kunjungi, foto-foto ketika mereka mengunjungi negara tersebut, pekerjaan individu dan lawan transaksinya, serta data-data lain yang dapat meyakinkan individu dalam memilih lawan transaksinya. Dengan kelengkapan data seperti itu, maka aplikasi itu dapat menjadi perantara yang tepat untuk membangun rasa percaya dan membentuk hubungan akrab antara individu dengan *host* dan *surfer*. Ketika bertatap muka, dua individu itu dapat melakukan transaksi ekonomi berbagi dengan cara bertukar pengalaman, pengetahuan, informasi, bahkan souvenir dan kuliner. Transaksi ekonomi tersebut dimulai dengan pembentukan hubungan akrab dan membangun rasa percaya yang diperantarai oleh *CouchSurfing*.

Gambar 3. Peta Transaksi Ekonomi Di Antara Pengguna Aplikasi *CouchSurfing*

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

*Sumber: Hasil olah data penulis, 2020*

Temuan ini menunjukkan bahwa sistem pertukaran di antara dua individu dapat terjadi meskipun teknologi menjadi perantara di antara dua individu yang melakukan transaksi satu sama lain. Rasa percaya individu terhadap sistem di aplikasi itu bangkit terlebih dahulu, kemudian individu mulai bertransaksi ekonomi berbagi dengan individu lainnya setelah mereka bertatap muka. *Surfer* menumbuhkan rasa percaya pada *host* melalui komentar referensi yang tertulis di akun *CouchSurfing* milik *host* tersebut. Begitu pula ketika *host* menumbuhkan rasa percaya pada *surfer*. *Host* bergantung pada apa yang tertulis di akun *CouchSurfing* milik *surfer* sebelum melakukan transaksi ekonomi berbagi dengan *surfer*. Artinya, posisi manusia selaku perantara di dalam transaksi ini dapat digantikan oleh kecanggihan sistem teknologi. Tidak menutup kemungkinan bahwa suatu hari nanti manusia lebih percaya kepada sistem yang dikendalikan oleh kecanggihan teknologi. Beberapa temuan penelitian meramalkan bahwa kegiatan transaksi ekonomi berbagi melalui aplikasi digital akan terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi di dunia ini, terlebih lagi para generasi muda yang mengandalkan teknologi dalam pekerjaan sehari-hari mereka (Hamari, Sjöklint, and Ukkonen, 2016).

## KESIMPULAN

Di dalam kegiatan transaksi pertukaran sosial, aplikasi *CouchSurfing* berperan sebagai perantara transaksi ekonomi berbagi di antara dua orang asing yang tidak memiliki hubungan akrab satu sama lain. Manusia yang umumnya menjadi perantara dalam sistem transaksi, kini terlihat digantikan oleh teknologi yang diciptakan oleh manusia sendiri. Manusia pun sangat mengandalkan teknologi tersebut sebagai perantara.

Individu mempercayai sistem di aplikasi *CouchSurfing* terlebih dahulu sebelum melakukan pertukaran dengan *host* maupun *surfer* yang menjadi lawan transaksinya. Di dalam sistem transaksi tersebut, sistem di *CouchSurfing* berkedudukan sebagai perantara transaksi. Sistem di *CouchSurfing* lebih mudah dalam membantu individu mendapatkan lawan transaksi yang sesuai dengan keinginan individu. Sistem itu juga

mempermudah untuk membangun rasa percaya, serta membentuk hubungan akrab di antara individu dan lawan transaksinya sebelum melakukan transaksi ekonomi berbagi. Sistem *CouchSurfing* yang dikendalikan oleh teknologi tersebut dapat menggantikan fungsi dari manusia untuk melakukan pertukaran informasi dan pertukaran data diri individu dan lawan transaksi, sehingga sistem tersebut dapat membentuk rasa percaya antara individu dengan lawan transaksinya satu sama lain.

Saran dari penelitian ini ditujukan untuk para peneliti selanjutnya, khususnya di bidang ilmu sosial. Peneliti dapat menganalisis mengenai transaksi ekonomi berbagi yang dilakukan antara individu dan orang-orang asing lainnya melalui berbagai aplikasi-aplikasi *online*. Aplikasi yang sedang populer di tahun 2021 ini, seperti Tinder, Whisper, dan lain-lain dapat menjadi objek untuk diteliti. Seperti halnya *CouchSurfing*, aplikasi tersebut menjadi perantara di antara individu dengan orang asing lain untuk saling berbagi satu sama lain tanpa menghendaki terbentuknya hubungan akrab di antara mereka. Kelancaran dan keberhasilan dari transaksi tersebut bukan lagi ditentukan oleh kapabilitas dan rasa percaya di antara manusia, melainkan melalui kecanggihan teknologi. Hubungan sosial seperti itu menarik untuk diteliti di tengah-tengah tumbuhnya kecanggihan teknologi seperti saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksami, Ni Made Dwi, and I. Made Jember. 2019. "Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar." *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* 8(9):39–70.
- Dillon, Michele. 2014. *Introduction to Sociological Theory: Theorists, Concepts, and Their Applicability to the Twenty-First Century*. Second edition. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Fitriana, Ika. 2018. "Ajakan Travel Mates Mengunjungi Destinasi Wisata Tak Populer Di Jogja." *Travel.Kompas.Com*. Retrieved (<https://travel.kompas.com/read/2018/03/15/062500527/ajakan-travel-mates-mengunjungi-destinasi-wisata-tak-populer-di-jogja?page=all>).
- Fremstad, Andre. 2017. "Is There a Future for Sharing? A Comparison of Traditional and New Institutions." *Journal of Institutional Economics* 14(4):595–616.
- Geiger, Alina, and Claas Christian Germelmann. 2015. "Reciprocal Couchsurfing Versus Sharing's Non-Reciprocity Principle." *Proceedings of the 44th EMAC Conference*.



- Greenberg, Martin S. 1980. "A Theory of Indebtedness." Pp. 3–26 in *Social Exchange: Advances in Theory and Research*. New York: Plenum Press.
- Hamari, Juho, Mimmi Sjöklint, and Antti Ukkonen. 2016. "The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption?" *Journal of Association for Information Science and Technology* 67(9):2047–59.
- Inkson, Clare. 2019. "Unplanned Expansions: Renting Private Homes to Tourists." in *Destination London: The Expansion of the Visitor Economy*. London: University of Westminster Press.
- Kahija, La Ode Y. F. 2017. *Penelitian Fenomenologis. Jalan Memahami Pengalaman Hidup*. Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta.
- Kolm, Serge-Christophe. 2008. *Reciprocity: An Economics of Social Relation*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Lauterbach, Debra, Hung Truong, Tanuj Shah, and Lada Adamic. 2009. "Surfing a Web of Trust: Reputation and Reciprocity on CouchSurfing.Com." Pp. 346–53 in *2009 International Conference on Computational Science and Engineering*. Vancouver, BC, Canada: IEEE.
- Lessig, Lawrence. 2008. *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury Publishing PLC.
- Makmur, Riniwati. 2019. *Media Relations Di Balik Layar: Praktik, Tips, Dan Teori*. Jakarta: PT Kompas Gramedia Nusantara.
- Malterud, Kirsti. 2016. "Theory and Interpretation in Qualitative Studies from General Practice: Why and How?" *Scandinavian Journal of Public Health*, 44(2):120–29. doi: <https://doi.org/10.1177/1403494815621181>.
- Molz, Jennie Germann. 2007. "Cosmopolitans on the Couch: Mobile Hospitality and the Internet." in *Mobilizing Hospitality: The Ethics of Social Relations in a Mobile World*. Hampshire, England: Ashgate Publishing Limited.
- Oktiani, Ifni. 2017. "Kreativitas Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik." *Jurnal Kependidikan* 5(2):216–32. doi: 10.24090/jk.v5i2.1939.
- Rayhana, R., and Hatfina Izzati. 2017. "Hubungan Motivasi Dengan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wanita Usia Subur Dalam Melakukan Pap Smear Di Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang Tahun 2016." *Jurnal Berkala Ilmiah Kedokteran Dan Kesehatan* 1(4).
- Sugianto, Rona Bethari, and Wida Ayu Puspitosari. 2019. "Doa Sebagai Bentuk Pertukaran Ekonomi." *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis* 4(1):59–72.
- Swedberg, Richard. 2003. *The Principles of Economic Sociology*. New Jersey: Princeton University Press.

Toeniskoetter, Clare. 2013. "Hospitality Exchange: Overcoming Safety, Trust, and Gender Concerns in the Couchsurfing Community." Senior Honors Thesis, University of Michigan, Ann Arbor.

Utami, Sri. 2018. "Kuliner Sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya." *Journal of Strategic Communication* 8(2):36–44.