

## Motivasi *Host Couchsurfing.Com* Area Denpasar Menjadi Pemandu Wisata Traveler

Eti Yulistiana<sup>a, 1</sup>, I Gusti Agung Oka Mahagangga<sup>a, 2</sup>

<sup>1</sup>eti.yulistiana@yahoo.com, <sup>2</sup>okamahagangga@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi S1 Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

### Abstract

*Couchsurfing.com is social media which make traveler and local meet in tourist destination. Which is they dont know each other before meet. Share about anything and explore the tourist destination together. Purpose of this research is to know the motivation of host on couchsurfing.com Denpasar area to be a tour guide for the traveler. This research used qualitative method. Data collected by observation, in-dept interview and literature study. Sampling technique used purposive sampling. The data analyzed through the stages of editing, classification, coding then interpretation. These results indicate that there is a lot of motivations of host couchsurfing.com Denpasar to be a tour guide for the traveler. The main motivations is self-actualization, includes practicing foreign language skills, train travel guides skill, improve personal communication skills, understand the character of the travelers, and dream. The second motivation is esteem needs, prestige and showing hospitality are the part of it. The three last motivation are belongingness and love needs, safety needs, physiological needs.*

**Keywords:** Motivation, Couchsurfing.com, Tour Guide, Traveler

## I. PENDAHULUAN

*Couchsurfing.com* atau CS dirilis tahun 2003. Media sosial ini sukses mempertemukan wisatawan dan masyarakat lokal daerah yang dikunjungi di seluruh dunia. Berawal dari mengirim pesan singkat ke *account* masyarakat lokal (*host*), wisatawan (*traveler*) menjelaskan rencana perjalanan selama di destinasi wisata. *Host* dan *traveler* akan bertemu secara langsung dan bahkan berwisata bersama. Bagian yang menarik adalah *host* tidak membebankan harga atas jasanya memandu *traveler* selama berwisata. Namun, hubungan antara mereka berjalan selayaknya *guide* dan wisatawan. Saling bertukar pengalaman dan informasi mengenai daerah tujuan wisata. Oleh karena itu, fenomena ini sangat menarik untuk diteliti.

Selain fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan karena di Indonesia perkembangan *couchsurfing* makin meningkat terutama di Bali. Pulau dewata sebagai destinasi wisata terkenal di dunia banyak dikunjungi wisatawan asing. Jika *couchsurfing* dimanfaatkan dengan baik dapat membantu percepatan pertumbuhan pariwisata Bali. *Host* dapat merekomendasikan akomodasi wisata dan destinasi wisata untuk para *traveler*. Oleh karena itu penting untuk mengetahui motivasi *host*

*couchsurfing.com* area Denpasar menjadi pemandu wisata *traveler*. Informasi mengenai motivasi *host* tersebut sebagai bahan pertimbangan masyarakat Bali untuk mengetahui gambaran apa yang akan didapat

dari bergabung dengan *couchsurfing.com*. Masyarakat umum khususnya Bali perlu mengetahui tentang keberadaan *couchsurfing.com*. Situs ini merupakan salah satu bukti konkret pemanfaatan teknologi dalam bidang pariwisata yang melibatkan langsung masyarakat lokal. Sekaligus dapat membantu kelancaran kegiatan kepariwisataan di Bali karena *host* dapat merekomendasikan tempat menginap, restoran dan daya tarik wisata kepada *traveler*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi *host couchsurfing.com* area Denpasar menjadi pemandu wisata *traveler*.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Konsep Pemandu Wisata

Secara harfiah pemandu wisata atau yang dalam bahasa Inggris "*guide*". Menurut AP Cowise & Alan Evison (1980) dalam Sampelan (2015),

*"guide is person who shows the other way, something that influences (behavior) with information about places and tools"*

Artinya orang yang menunjukkan kepada orang lain tentang jalan, suatu informasi penting mengenai suatu tempat atau cara penggunaan alat.

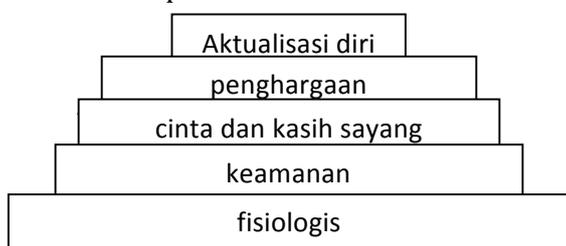
### 2. Konsep Traveler

Beberapa komponen pokok secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata (khususnya pariwisata internasional), yaitu sebagai berikut:

1. *Traveler* adalah orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.
2. *Visitor* adalah orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
3. *Tourist* adalah bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam di daerah yang di kunjungi, WTO (1995) dalam Pitana (2005)

### 3. Teori Motivasi

Salah satu teori motivasi yang terkenal adalah teori Hirarki Kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow (1943) dalam Purba (2015) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Ia menunjukkannya dalam 5 tingkatan yang berbentuk piramid.



Sumber : Purba (2015)

Kebutuhan fisiologis seperti rasa lapar, rasa haus, dan sebagainya, kebutuhan akan rasa aman yakni merasa aman dan terlindung, jauh dari bahaya. Kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki, manusia membutuhkan rasa mencintai dan dicintai orang lain. Kebutuhan akan penghargaan meliputi prestasi, kompetensi diri, dukungan serta pengakuan dari orang lain. Kebutuhan aktualisasi diri yaitu kebutuhan naluriah manusia untuk memanfaatkan kemampuan mereka yang unik dan berusaha menjadi yang terbaik.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kota Denpasar sebagai daerah yang tingkat keaktifannya paling tinggi di Bali karena jumlah host (CSfer) di Denpasar sebanyak 2341 *hosts* (Couchsurfing.com, 2017).

Ruang lingkup penelitian mengenai motivasi host couchsurfing.com area Denpasar menjadi pemandu wisata traveler, antara lain :

1. Pemenuhan kebutuhan fisiologis, kebutuhan dasar seperti makan dan minum.
2. Pemenuhan kebutuhan keamanan, rasa aman saat berinteraksi dengan traveler.
3. Pemenuhan kebutuhan cinta dan kasih sayang, ingin merasa dicintai oleh *traveler* sebagai teman walaupun sebelumnya belum mengenal satu sama lain.
4. Pemenuhan kebutuhan akan penghargaan, *host* ingin dihargai oleh orang lain karena telah menjadi pemandu wisata *traveler*.
5. Pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri, *host* ingin mendapat kesempatan untuk mengembangkan potensi diri masing-masing ketika menjadi pemandu wisata *traveler*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan menggunakan observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan, Sugiyono (2007) dalam Prastowo (2014).

Peneliti sendiri. Kriteria-kriteria informan dalam penelitian ini ialah *host* memiliki wawasan yang luas mengenai CS, pernah menjadi pemandu wisata *traveler* setidaknya 2 kali dan sering berkomunikasi dengan *traveler*.

Data yang telah terkumpul dianalisis melalui dua tahap yakni langkah permulaan dan langkah penafsiran. Langkah permulaan dibagi menjadi tiga tahap, yakni *editing*, pemeriksaan terhadap jawaban-jawaban informan, hasil observasi, dokumen-dokumen memilih foto, dan catatan-catatan lainnya. Kualifikasi, menggolong jawaban dan data lainnya menurut kelompok variabelnya. Selanjutnya diklasifikasikan lagi menurut indikator tertentu seperti yang ditetapkan sebelumnya. Pemberian kode, pencatatan judul singkat berdasarkan indikator dan variabelnya, serta memberikan catatan tambahan yang dinilai perlu dan dibutuhkan. Langkah selanjutnya adalah penafsiran, data yang sudah diberi kode kemudian ditafsirkan. Analisis data dilakukan dengan memperkaya informasi melalui analisis komparasi (perbandingan) sepanjang tidak menghilangkan konteks aslinya. Hasilnya adalah pemaparan gambar tentang situasi dan gejala dalam bentuk pemaparan naratif (Pohan, 2007 dalam Prastowo, 2014)

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Gambaran Umum Couchsurfing.com

*Couchsurfing* (CS) adalah situs dan layanan jejaring sosial berupa *hospitality exchange* atau jaringan silaturahmi. Saat ini, jumlah anggota CS adalah 2,6 juta di 246 negara dan wilayah. Secara etimologi, *couchsurfing* merupakan suatu neologisme yang mengacu pada praktik perpindahan dari rumah teman yang satu ke rumah teman lainnya, tidur pada ruang senggang apapun yang tersedia, baik lantai maupun sofa (*couch*), dan umumnya tinggal beberapa hari sebelum pindah ke rumah berikutnya. Misi dari *CouchSurfing* adalah *Create Inspiring Experiences*: menampilkan sebuah dunia di mana semua orang dapat mengeksplorasi dan menciptakan hubungan penuh arti dengan orang-orang dan tempat-tempat yang mereka temui. Menciptakan hubungan penuh arti melintasi berbagai budaya memungkinkan untuk menjawab keberagaman dengan keingintahuan, apresiasi, serta rasa hormat. Apresiasi terhadap keberagaman menyebarkan benih toleransi dan menciptakan komunitas global”.

Anggota yang telah mendaftar secara gratis akan memiliki pilihan untuk menyediakan informasi, foto dirinya, dan akomodasi inap yang mereka tawarkan jika ada. Informasi yang tersedia lebih banyak akan membuat seseorang cukup percaya bahwa anggota tersebut layak menjadi penjamu (*host*). Keamanan sering kali diukur dengan keterangan yang ada pada referensi. Setiap *traveler* yang telah bertemu dengan *host* dapat mengisi kolom referensi milik *host*, dan begitu sebaliknya. Pada kolom tersebut keduanya dapat menceritakan pengalaman yang mereka dapatkan saat mereka bertemu.

Rumah singgah (*homestay*) bersifat sukarela di antara *host* dan *traveler*. Urusan durasi, kealamian jamuan, dan jangka waktu menginap tamu umumnya dapat dibicarakan sebelumnya. Transaksi keuangan tidak berlangsung kecuali kompensasi dari pengeluaran yang penjamu keluarkan seperti makanan.

*Couchsurfer* (sebutan bagi pengguna *couchsurfing*) dari negara manapun pasti memiliki berbagai motivasi yang membuat mereka bersedia melakukan aktivitas *couchsurfer* diantaranya *hosting*, *guiding*, *traveling* dan *meet up*. Aktivitas *hosting* adalah dimana *couchsurfer* di daerah destinasi wisata menjamu *traveler* yang akan menginap di

tempat tinggal *couchsurfer* sekitar wilayah tujuan wisata atau yang disebut *host*.

*Guiding* merupakan aktivitas berwisata bersama antara *traveler* dan *host*. Seorang *couchsurfer* yang ada di daerah tujuan wisata, tidak harus bersedia menjamu *traveler* dengan menerimanya tinggal di tempat tinggal *couchsurfer* untuk bisa melakukan kegiatan *guiding*. *Host* yang tidak bersedia menerima *traveler* menginap juga dapat mamandu wisata (*guiding*) *traveler*.

*Meet up* (bertemu) dilakukan oleh *traveler* dan *host* yang memang hanya merencanakan pertemuan saja tanpa *hosting* dan *guiding*. Sementara itu, kegiatan yang dilakukan *traveler* adalah *traveling*. Ketika *couchsurfer* akan meninggalkan daerah asalnya untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata maka *couchsurfer* tersebut tengah melakukan *traveling*.

## 2. Motivasi *Host Couchsurfing* Area Denpasar menjadi Pemandu Wisata *Traveler*

Dibawah ini akan dijelaskan motivasi *host couchsurfing* area Denpasar menjadi pemandu wisata *traveler* sesuai dengan teori hirarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow, 1943 dalam Purba (2015) :

### 1. Pemenuhan kebutuhan fisiologis

*Couchsurfer* area Denpasar mengaku bahwa selama beraktivitas bersama *traveler* baik itu berwisata ataupun sekedar *meet up* , kebutuhan *host* sebagian besar dipenuhi oleh *traveler*. Seperti biaya makan, tiket masuk, bensin kendaraan ketika berwisata di luar. Begitu pula biaya kopi dan makan saat bertemu dengan *traveler* di sebuah restoran atau cafe bagi *host* yang hanya *meet up* tanpa berwisata bersama. Namun, hal itu dinilai hanyalah bonus yang dapatkan oleh *host* karena telah berbagi informasi kepada *traveler*. Pemberian fasilitas oleh *traveler* kepada *host* bukan menjadi motif ekonomi utama bagi *host* bersedia menjadi pemandu wisata *traveler*. *Couchsurfer* dalam *couchsurfing* tidak pernah mengorientasikan pelayanan yang diberikan kepada *couchsurfer* lain dengan uang. Hal ini didukung dengan pernyataan salah satu *host* ;

“Bila saya menemani *traveler* keliling pantai-pantai di Bali. *Traveler* tidak perlu membayar jasa saya karena telah bersedia menjadi pemandu wisata.

Hanya saja, dia mengerti tentang kebutuhan makan, minum saya, bensin motor jika menggunakan motor saya. Segala sesuatu mengenai kebutuhan penting saya pasti *traveler* akan berusaha untuk memenuhinya. Kalau tidak menguntungkan secara komersil, yang penting jangan merugikan". (Trisna, 21 tahun).

## 2. Pemenuhan kebutuhan kemanan

Sebelum *host* dan *traveler* bertemu, keduanya belum saling mengenal, namun sudah merasa aman jika bertemu atau berwisata bersama. Hal ini karena *host* ataupun *traveler* dapat mengetahui profil dan referensi dari *couchsurfer* yang pernah ditemui. Sehingga perasaan aman dirasakan oleh *host* saat bertemu *traveler* yang baru dikenal. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan *host* dibawah ini ;

"Kita sebagai *host*, harus hati-hati dalam menerima *traveler*. Di *couchsurfing* kami memiliki standar keamanan sendiri, yakni referensi masing-masing *couchsurfer*, jika *couchsurfer* memiliki referensi yang positif dan banyak. Maka dapat dikatakan kalau *couchsurfer* tersebut aman untuk di temui atau diajak berwisata bersama" (Memey, 21 tahun)

## 3. Pemenuhan kebutuhan cinta dan kasih sayang

Bertemu dengan orang baru (*traveler*) dari berbagai negara di seluruh dunia adalah alasan mendasar para *host* bersedia menerima permintaan *traveler* untuk menjadi pemandu wisata mereka. *Host* dan *traveler* berkomunikasi langsung dan mengenal satu sama lain selama aktivitas pertemuan atau wisata. Bercerita mengenai daerah asal daerah asal masing-masing, hobi dan informasi seputar daerah destinasi wisata *traveler* dalam hal ini adalah Bali. Hubungan pertemanan yang terjalin dari awal perkenalan hingga pertemuan biasanya masih tetap berlangsung bahkan setelah *traveler* kembali ke daerah asalnya. *Host* merasa dicintai oleh *traveler* sebagai teman, karena *traveler* masih menjaga hubungan persahabatan bahkan setelah *traveler* pergi dari daerah tujuan wisata. Hal ini dibuktikan dengan kutipan wawancara dengan salah satu *hostcouchsurfing* area Denpasar bernama Memey 21 tahun.

"Saya merasa senang sekali bisa *guiding traveler*. Baik itu perempuan atau laki-laki. Mereka baik, sopan, lembut dan menganggap saya seperti keluarganya sendiri. Mereka juga bilang kalau saya adalah keluarga mereka di Indonesia. Layaknya sebuah keluarga atau sahabat, kami bercerita tentang apapun yang kami ingin ceritakan termasuk kisah cinta kami."

## 4. Pemenuhan kebutuhan penghargaan

Motivasi *host* untuk memenuhi kebutuhan akan penghargaan terbagi menjadi 2 macam, yaitu penghargaan secara prestige dan penghargaan atas hospitality yang ditunjukkan untuk *traveler*. Secara rinci akan dijelaskan di bawah ini ;

### a. Prestige

Memiliki teman baru yang berasal dari berbagai daerah dan negara sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh *host*. Sebelumnya, pertemanan mereka hanya sebatas teman sekolah, teman kuliah, teman bermain yang tinggal tidak jauh dari tempat tinggal *host* dan keluarga *host*. Sebagian besar *host* sebelum bergabung dengan *couchsurfing* sudah banyak yang memiliki teman yang tersebar di Indonesia namun tetap saja teman-teman tersebut juga berasal dari daerah asal yang sama dengan *host*. Karena alasan mencari pekerjaan atau kuliah sehingga teman tersebut menyebar ke berbagai daerah di Indonesia. Sehingga sebelum bergabung *couchsurfing*, *host* belum pernah memiliki teman yang memang baru dikenal, apalagi teman internasional. Setelah mengetahui bahwa *couchsurfing* adalah situs jejaring sosial bagi *traveler* dari seluruh dunia maka *host* bergabung dengan *couchsurfing*.

Memiliki teman baru dari berbagai daerah di Indonesia dan teman internasional dari berbagai negara membuat *host* merasa bangga. *Host* merasakan adanya *prestige* ketika mereka mampu berteman dengan *traveler* terutama *traveler* dari negara lain. Karena tidak semua orang dapat memiliki teman dari negara lain. *host* ingin mendapat pengakuan dari orang lain bahwa *host* mampu berteman dengan orang dari luar negeri. Trisna (21 tahun) salah satu *host* memaparkan bahwa

*prestige* menjadi salah satu motivasinya untuk menjadi pemandu wisata *traveler*,

“Hanya sedikit dari teman-teman saya yang punya teman internasional. Karena mereka tidak pernah bertemu dan tidak tau tentang *couchsurfing* ini. Teman kampus sih sudah ada beberapa yang punya teman orang luar negeri tapi jumlahnya tidak banyak. Jadi, saya merasa lebih beruntung karena pergaulan saya lebih luas sampai ke Eropa, Asia, Amerika. Teman saya juga ada yang bilang kalau enak jadi saya kalau saya hidupnya senang karena punya teman banyak dari luar negeri”.

#### b. Menunjukkan *hospitality*

*Host* juga menyatakan bahwa menjadi *couchsurfer* yang teliti dan murah hati adalah sebuah keharusan untuk memberikan kesan positif kepada *traveler*. *Traveler* yang puas terhadap pelayanan *host* akan memberikan referensi positif kepada *host*. Menunjukkan *hospitality* kepada *traveler* untuk mengenalkan budaya kebiasaan *host* adalah motif sosial lain yang diinginkan oleh *host*. *Couchsurfer* yang akan *hosting* akan berusaha sebaik mungkin dalam melayani *traveler*. Selain untuk menunjukkan *hospitality* orang Indonesia, juga agar *traveler* meninggalkan referensi positif kepada *host*. Referensi menjadi salah satu indikator yang paling diperhatikan oleh *host* dalam menerima atau menolak *couchrequest* dari *traveler*. Oleh karena itu *couchsurfer* berusaha untuk menjadi *couchsurfer* yang teliti dan murah hati agar tidak mendapat penilaian buruk dari *couchsurfer* lain. Agar jika kelak mengirim *couchrequest* ke *couchsurfer* lain mudah diterima. Selain dari referensi, umumnya *couchsurfer* yang hendak menemui *couchsurfer* lain meninjau profil *couchsurfer* yang akan ditemui. Pernyataan dari Cencia (22 tahun) *host* CS area Denpasar mengenai motivasi menunjukkan *hospitality* kepada *traveler*, sebagai berikut ;

“Saya senang bisa *hosting*, karena saya bisa berbagi tentang cara hidup Indonesia, kebiasaan orang Indonesia dengan segala keramahtamannya. Agar *traveler* tau bahwa orang Indonesia itu ramah-ramah.”

#### 5. Pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri

Aktualisasi diri adalah upaya untuk mengembangkan potensi diri untuk menjadi individu yang lebih baik. *Host* memiliki keinginan untuk mengembangkan potensi diri ketika menjadi pemandu wisata *traveler*. Berbagai potensi diri berusaha dikembangkan *host*, antara lain ;

##### a. Mengasah kemampuan berbahasa asing

*Host* bersedia menjadi pemandu wisata bagi *traveler* selain untuk menambah teman baru juga untuk mengasah kemampuan bahasa asing mereka terutama bahasa Inggris. Karena bahasa Inggris menjadi bahasa *universal* yang digunakan *couchsurfer* dalam berkomunikasi. Selain bahasa Inggris, *host* juga melatih berbahasa asing lain seperti Jepang, China, Arab dan Prancis ketika bertemu dengan *traveler* yang mahir berbahasa tersebut. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan salah satu narasumber ;

“Selain *guiding traveler*, saya juga belajar bahasa kepada mereka. Terutama bahasa Inggris, Jepang, China, Prancis. Semua bahasa itu sedang dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu saya sangat suka jika ada *traveler* yang mahir dua bahasa tersebut minta saya *guiding* atau *hosting*, hitung-hitung belajar bahasa asing gratis”. Cencia (22 tahun)

##### b. Melatih kemampuan memandu wisata

Selain bahasa, *host* juga mengasah kemampuan memandu wisata bagi yang nanti akan terjun ke sektor pariwisata ketika bekerja. Motivasi aktualisasi diri dengan cara mengasah keahlian memandu wisata juga telah dipenuhi oleh *host* dalam memandu wisata *traveler*. Trisna (21 tahun), salah satu narasumber yang juga berprofesi sebagai mahasiswa fakultas pariwisata UNUD mengungkapkan secara jelas tentang melatih kemampuan memandu wisata sebagai motivasi untuk *guiding traveler* di bawah ini ;

“Saya di kampus belajar pariwisata, kenapa tidak saya praktekan pada waktu saya

mandu wisata mereka. Kan lumayan selain jalan-jalan juga bisa praktek lapangan”

c. Meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal

Wiryanto (2004) dalam jurnal Dewanti (2014) mengartikan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi ketika saling bertatap muka antar individu. Komunikasi interpersonal sebenarnya merupakan proses sosial dimana saling mempengaruhi individu-individu yang terlibat di dalamnya. Oleh karena itu saat berkomunikasi interpersonal, *host* dan *traveler* saling mempengaruhi tentang apapun.

Misalnya *traveler* meminta rekomendasi restoran makanan khas Bali yang enak kepada *host*. Kemudian *host* mendata beberapa restoran yang menyediakan makanan Bali berkualitas dan memilih satu restoran untuk disingahi. Dengan begitu, *host* mempengaruhi *traveler* untuk memilih restoran tersebut untuk makan. Belajar meningkatkan kemampuan berkomunikasi lancar dengan orang asing tanpa gugup juga dilakukan. Semakin sering berkomunikasi, maka *host* semakin terbiasa berbicara dengan orang asing agar *traveler* yakin atas kebenaran informasi yang diberikan *host*. Memey (21 tahun) *host couchsurfing* area Denpasar menceritakan tentang keinginannya untuk melatih kemampuan interpersonalnya di bawah ini ;

“Sering berkomunikasi dengan orang itu penting. Agar nanti jika sudah masuk di dunia kerja. Bisa lancar berkomunikasi dengan orang lain misalnya klien kerja atau rekan kerja maupun atasan dengan maksud ingin meyakinkan lawan bicara terhadap apa yang kita katakan. Apalagi saya rencananya mau kerja di luar negeri yang notabene menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa yang universal. Oleh karena itu, saya mencoba melatih kemampuan meyakinkan orang lain atas ucapan saya pada saat memandu wisata para *traveler*.”

d. Memahami karakter *traveler*

Keinginan untuk memahami karakter *traveler* yang berasal dari berbagai daerah. Tujuannya adalah agar tau cara menyikapi *traveler* selama bertemu atau berwisata. Kemampuan memahami karakter

orang lain harus dilatih terus menerus agar tahu bagaimana harus bersikap dengan masing-masing orang dari negara yang berbeda-beda. Pernyataan ini bersumber dari salah satu *host CS* area Denpasar yaitu Cencia (22 tahun) ;

“Alasan saya *join* di website keren ini dan bersedia menjadi pemandu wisata dengan cara *meet up* bersama *traveler*, adalah karena saya ingin tau bagaimana sifat mereka. Mengingat *traveler* yang saya temui itu bukan orang Indonesia. Saya berfikir pasti mereka mempunyai sifat, kebiasaan, dan kesukaan yang berbeda dari orang Indonesia. Oleh karena itu pasti menyenangkan jika saya bisa bertemu mereka dan bisa paham bagaimana kepribadian bule itu”.

e. Mimpi atau cita-cita

*Host* memiliki mimpi yang dicita-citakan. *Mimpihost* yakni keliling dunia, mengunjungi tempat *traveler* yang pernah ditemui di Bali. Memiliki bisnis yang melibatkan masyarakat dunia yang akan dibangun nanti dan mulai untuk mengenalkan bisnis tersebut kepada *traveler*.

Beberapa *host* mengungkapkan bahwa mereka ingin merealisasikan mimpi-mimpi mereka yang belum bisa terwujud saat sekarang. *Host* berpikir dengan memperluas jaringan melalui *couchsurfing* makan peluang untuk mewujudkan mimpi-mimpi tersebut semakin terbuka. Seperti pengakuan dari *host* di bawah ini ;

“Aku punya mimpi keliling dunia, seperti mereka (*traveler*) . Bisa jalan-jalan ke seluruh wilayah di dunia. Karena saya sudah sering *hosting* dan *guiding traveler*, saya berharap saya juga bisa tinggal di rumah *couchsurfer* kalau saya mau pergi ke suatu destinasi wisata.” (Cencia, 22 tahun).

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 1. Simpulan

*Couchsurfing* (CS) adalah situs jejaring sosial yang beranggotakan *traveler* dari seluruh dunia. Mempertemukan masyarakat lokal (*host*) dengan wisatawan (*traveler*) di sebuah daerah tujuan wisata. *Couchsurfing* memiliki misi *Create Inspiring Experiences* yang artinya

menciptakan pengalaman yang inspiratif. Motivasi *host couchsurfing* area Denpasar menjadi pemandu wisata *traveler* paling dominan adalah pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri. Berbagai macam usaha pengembangan potensi diri dilakukan oleh *host*, yakni mengasah kemampuan berbahasa asing, melatih kemampuan memandu wisata, meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal, memahami karakter *traveler*, mimpi atau cita-cita. Aktualisasi diri menjadi motivasi utama karena *host* menginginkan dapat melaksanakan kelima tujuan di atas yang dapat mengembangkan potensi diri mereka saat menjadi pemandu wisata *traveler*. Motivasi terbesar selanjutnya adalah pemenuhan kebutuhan penghargaan, terbagi menjadi dua, penghargaan atas *prestige* dan penghargaan atas *hospitality* yang ditunjukkan kepada *traveler*. Motivasi ini menjadi motivasi terbesar kedua karena terdapat dua macam tujuan yang ingin dicapai oleh *host* dalam pemenuhan kebutuhan penghargaan. Pemenuhan kebutuhan rasa cinta dan kasih sayang, keamanan dan fisiologis menjadi tiga motivasi yang berada di bawah. Ketiga motivasi tersebut menjadi tiga motivasi terbawah karena *host* hanya memiliki satu tujuan pada masing-masing kebutuhan tersebut. Penempatan urutan ketiga motivasi tersebut juga berdasarkan urutan motivasi dari yang tertinggi ke terendah sesuai teori Maslow (1943) dalam Purba (2015).

## 2. Saran

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. *Host* dapat menghadiri *gathering* yang sering dilakukan oleh komunitas *couchsurfing* di daerah tinggal *host* agar mengenal *couchsurfer* yang juga berdomisili di daerah yang sama. Sehingga lebih memperluas jaringan lebih sering berinteraksi dengan *couchsurfer*.
2. *Host* diharapkan untuk membentengi diri sehingga tidak terpengaruh budaya *traveler* yang dapat melanggar norma dan nilai budaya Indonesia.
3. Mendukung kegiatan pariwisata berkelanjutan dengan merekomendasikan destinasi wisata ataupun akomodasi wisata yang *sustainable*.
4. Masyarakat Bali yang menyukai *traveling* dapat bergabung dengan *couchsurfing* agar semakin

banyak *host* yang dapat mempromosikan Bali secara langsung kepada *traveler*.

5. Lakukan penelitian lanjutan mengenai persepsi *traveler* terhadap kualitas *host couchsurfing* area Denpasar. Sebagai penilaian atas perlakuan *host* area Denpasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti, Amelia Ratih. 2014. "Hubungan antara kepercayaan Diri dalam Berkomunikasi dengan Komunikasi Interpersonal". ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling). Vol.3No.1.
- Khalik, Wahyu. 2014. Kajian Kenyamanan dan Keamanan Wisatawan di Kawasan Pariwisata Kuta Lombok. JUMPA. Vol 01 No 01
- Sampelan, Shinta N. 2015. "Pramuwisata di Kota Manado". Jurnal Holistik. Tahun VIII No 15.
- Pitana, I Gede dan Putu G Gayatri. 2005. "Sosiologi Pariwisata". Yogyakarta : Andi.
- Prastowo, Andi. 2014. "Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian". Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Purba, Christy Ulina. 2015. "Motivasi Kunjungan Wisatawan Taman Hutan Raya Sultan Syarif Hasyim Pekanbaru Riau". Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 2 No 1.

Couchsurfing.com diakses 20 Januari 2017