

INTISARI

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kalangan dewasa muda mengatasi kesulitan untuk menghabiskan waktu luang bersama teman dalam fase transisi mereka menuju kedewasaan yang semakin terindividualisasi, ditambah dengan tuntutan produktivitas yang menghadirkan perasaan teralienasi. Akibatnya, menjaga pertemanan jangka panjang menjadi tantangan, dan kesempatan untuk mengalami kebersamaan dengan teman semakin terbatas, sehingga mereka perlu mencari cara alternatif untuk mengatasinya, salah satunya melalui Vakansi Terbuka Berbasis Komunitas (VTBK).

VTBK, yang terinspirasi dari konsep perjalanan terbuka (*open trip*) yang kembali populer pasca pandemi COVID-19, menawarkan pengalaman kebersamaan sebagai solusi bagi dewasa muda untuk merasakan liburan bersama teman. Melalui pendekatan konsumsi pengalaman, penelitian ini mengkaji bagaimana VTBK menjadikan pengalaman-pengalaman pertemanan sebagai suatu komoditas yang dapat dikonsumsi oleh pesertanya. Penelitian ini menggunakan studi etnografi selama delapan bulan (September 2023–April 2024) terhadap dua situs utama, Sobat Healing (@kamisobathealing) dan Besok Libur (@besoklibur.titik), serta tiga situs pelengkap: Jalan-Jalan Jajan (@_jalanjalanjajan), Sahabat Bermain (@sahabat_bermain), dan Nyari Bandung (@nyari.bandung).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa VTBK memfabrikasi kebutuhan pertemanan di kalangan dewasa muda melalui praktik konsumsi pengalaman kebersamaan. Dalam prosesnya, VTBK menawarkan hubungan "orang asing rasa teman" sebagai substitusi atas pertemanan organik, yang hanya bisa berkembang melalui interaksi di media sosial. Konsumsi ini juga memposisikan pertemanan sebagai pelarian dari tanggung jawab sehari-hari, sekaligus cara mengisi waktu luang dengan lebih bermakna. Subjektivitas peneliti menemukan bahwa peserta perempuan lebih mampu menjalin pertemanan yang berlandaskan keintiman, yang menandakan masih adanya pengaruh nilai-nilai heteronormativitas dalam pembentukan relasi pertemanan. Pada akhirnya, pertemanan yang terbentuk melalui VTBK menjadi bagian dari upaya membangun modal jaringan, sebuah proses yang biasanya memerlukan hubungan pertemanan yang lebih mendalam.

Kata kunci: Pertemanan, Dewasa-Muda, Vakansi, Waktu Luang, Konsumsi Pengalaman

ABSTRACT

This research explores how young adults cope with the challenges of spending leisure time with friends during their increasingly individualized transition to adulthood, combined with productivity demands that generate feelings of alienation. As a result, maintaining long-term friendships becomes difficult, and opportunities to spend time with friends grow more limited. To overcome these challenges, they seek alternative solutions, one of them is through Community-Based Open Vacations (CBOV, or VTBK in Indonesian).

VTBK, which was inspired by the concept of open trips that became popular again after the COVID-19 pandemic, offers an experience of togetherness as a solution for young adults to experience vacations with friends. Through an experiential consumption perspective, this research examines how VTBK makes experiences of friendship a commodity that can be consumed by its participants. This research uses an eight-month ethnographic study (September 2023-April 2024) of two main sites, Sobat Healing (@kamisobathealing) and Besok Libur (@besoklibur.titik), as well as three supplementary sites: Jalan-Jalan Jajan (@_jalanjalanjajan), Sahabat Bermain (@sahabat_bermain), and Nyari Bandung (@nyari.bandung).

Findings show that VTBK fabricates young adults' need to spend leisure time with friends through the commodification of friendship experiences. VTBK substitutes existing friendships with 'strangerships' that can only evolve into 'real' friendships through socio-technical interactions. The consumption of these experiences also orientates individuals to view friendships as an escape from daily responsibilities and as a way to have meaningful leisure time. The researcher's subjectivity also revealed that female participants were more successful in forming friendships based on intimacy, suggesting the influence of heteronormative values in friendship formation. Ultimately, the friendships formed through VTBK are part of an effort to build network capital, providing a shortcut through superficial interactions that typically require deeper connections.

Keywords: Friendship, Young-Adult, Vacation, Leisure, Expeiential Consumption