

## **COUCHSURFING SEBAGAI SARANA PENYEDIA ALTERNATIF AKOMODASI WISATA di YOGYAKARTA**

### **Intisari**

*Couchsurfing.com* merupakan media sosial penyedia akomodasi tidak berbayar dan memungkinkan wisatawan mendapatkan pengalaman lebih dekat dengan masyarakat lokal di suatu destinasi wisata. Untuk memperoleh kedua hal tersebut, seseorang harus menjadi pengguna dari media sosial *couchsurfing.com*, baik sebagai *surfer* (wisatawan) maupun sebagai *host* (tuan rumah). Para pengguna *couchsurfing* yang berada di kota Yogyakarta dan berperan sebagai *host* membentuk sebuah komunitas dimana anggota-anggotanya dapat berbagi pengalaman dalam menyediakan akomodasi bagi wisatawan. Dalam penelitian ini, pemanfaatan media sosial *Couchsurfing* akan dikaji terkait dengan dampaknya terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta, lama tinggal wisatawan, serta peran *Komunitas Couchsurfing Jogja* sebagai penyedia sumber informasi wisata bagi wisatawan dan promosi pariwisata Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan menggunakan studi pustaka, pengamatan terlibat, studi dokumen dan pencatatan, serta wawancara mendalam dengan anggota komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akomodasi tidak berbayar di media sosial *Couchsurfing* mampu menjadi pilihan akomodasi wisata di Yogyakarta yang sekaligus menyediakan informasi wisata dan menjadi sarana promosi pariwisata Yogyakarta oleh masyarakat lokal.

**Kata kunci:** media sosial, *couchsurfing*, komunitas media sosial, akomodasi wisata

***COUCHSURFING AS A MEAN of ALTERNATIVE  
TOURISM ACCOMODATION PROVIDER in YOGYAKARTA***

***Abstract***

*Couchsurfing.com* is a social media which provides a non-paid accommodation and enables tourists to obtain experiences getting closer with locals in certain tourism destinations. To obtain both benefits, a person should be the user of *couchsurfing.com*, either as a surfer or a host. *Couchsurfing* users who live in Yogyakarta and act as the hosts form a community that the members can share the experiences in providing accommodation for the tourists. In this research, *Couchsurfing* utilization is examined further regarding to its impact towards the number of tourist visits to Yogyakarta, tourists' length of stay, and the role of *Couchsurfing Jogja Community* as the source of accommodation and as the mean of Yogyakarta tourism promotion. The data was collected through literature review, participatory observation, documenting and recording, and in-depth interview with community members. The results show that a non-paid accommodation in *Couchsurfing* is able to be one of the tourism accommodation choices in Yogyakarta, be the reference of tourism information as well as the tool for promoting Yogyakarta's tourism by the locals.

**Key words:** social media, couchsurfing, social media community, tourism accommodation