

ABSTRAKSI

Ruang hunian sewa dengan konsep budget akomodasi di Yogyakarta yang terus berkembang dengan target pengunjung pelancong *backpacker* dari berbagai penjuru dunia. Skripsi ini menggunakan studi kasus situs pemesanan akomodasi daring populer *Airbnb.com* dan *Booking.com* yang dijabarkan dengan menggunakan konsep Henri Lefebvre mengenai '*The Social Production of Space*'.

Melalui '*triadic concept*' yang menjadi esensi konsep Lefebvre mengenai produksi ruang sosial tersebut, maka kajian ini dapat mendeskripsikan sekaligus menjabarkan secara faktual bagaimana hunian sewa dengan konsep budget akomodasi yang melakukan sistem *listing* di situs-situs akomodasi online tersebut sehingga menjadi perluasan ruang alternatif dalam reproduksi industri turisme.

Para pemilik hunian akomodasi tersebut berupaya membangun suatu konsepsi 'imajiner' dalam kompetisi antar para pengusaha hunian sewaan. Kondisi semacam itu melahirkan suatu kontestasi konsep hunian yang ideal satu dengan lainnya, sehingga berdampak pada ambiguitas dalam mengelola kesinambungan ruang hunian maupun pemaknaan atas usaha persewaan akomodasi yang diiklankan melalui internet secara individual maupun kelompok dan yang telah memiliki penanda tetap sebagai akomodasi hunian seperti hotel. Lebih lanjut, kajian ini juga merujuk pada konsep Bourdieu tentang '*cultural intermediaries*' untuk melihat sejauhmana kapital sosial membangun jejaring relasi bisnis antar pengusaha hunian sewaan dengan para penghuni dan jaringan sosial mereka. Kapital sosial diperoleh ketika jaringan terbentuk di dalam ruang hunian secara fisik yang kemudian berlanjut pada situs *Airbnb.com* dan *Booking.com* melalui ulasan-ulasan. Ulasan tersebut menjadi modal (capital) yang dimanfaatkan pemilik hunian untuk mencapai manfaat atau keuntungan ekonomis.

Kata kunci: *backpackers*, *budget akomodasi*, daring, produksi ruang sosial, *cultural intermediaries*

ABSTRACT

Rental rooms with budget concepts in Yogyakarta continue to grow targeting visitors from all over the world. By utilizing a case study of online popular booking site accommodation e.g.: *Airbnb.com* and *Booking.com* this thesis refers to Henri Lefebvre's concept of '*The Social Production of Space*' in attempt to analyzing intangible and tangible capitals that work on the internet. Such *triadic concept* describes as well as identifies how rental housing within a budget concept is advertised on *Airbnb.com* and *Booking.com* as an alternative spatial reproduction.

Through '*triadic concept*', which is the essence of Lefebvre's concept regarding the production of social space, this study can factually describe as well as spell out how rental rooms with budget concept accommodation that do listing on the websites so that it becomes an extension of alternative space in the reproduction of the tourism industry.

The owners of the accommodations are trying to build an 'imaginary' conception in the competition between rented residential entrepreneurs. Such conditions bring up to an ideal housing concept contestation among other, resulting ambiguity in managing the continuity of residential space and the meaning of accommodation rental businesses that are advertised through the internet individually or in groups, and which have permanent markers as residential accommodations, such as hotels. Furthermore, this study also refers to Bourdieu's concept of '*cultural intermediaries*' to see to what extend social capital builds business relations work between rented residential entrepreneurs and their residents and social networks. Social capital is obtained when networks are formed in a physical residential space which then continues on *Airbnb.com* and *Booking.com* sites through reviews. The review turns into capital that utilized residential owners to achieve advantages or economic benefits.

Keywords: backpackers, budget accommodation, online, social space production, cultural intermediaries