

ABSTRAK

Menjadi *host*/tuan rumah merupakan bagian dari kegiatan pariwisata baru di Indonesia yang dikenal sebagai *free hospitality*/keramah tamahan gratis, kegiatan tersebut memiliki potensi besar namun perlu dorongan terhadap pelakunya. Di era digital para pelaku pariwisata baru tersebar dan terkoneksi melalui internet, Couchsurfing merupakan salah satu media sosial yang hadir dalam perkembangan komunikasi pariwisata dan sebagai penghubung antar pelaku kegiatan, diperlukan dorongan untuk memotivasi pertumbuhan pariwisata di sektor ini. Studi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat motivasi dan faktor motivator tertinggi yang dapat digunakan untuk pengambilan kebijakan pemerintah. Motivasi merupakan salah satu faktor pendorong yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan suatu hal yang ditujunya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan satu variabel. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Motivasi menjadi *Host Couchsurfing*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan menggabungkan dua teknik pengambilan sampel nonprobability yaitu; Pengambilan Sampel Purposive, dan Pengambilan Sampel Kuota. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa motivasi menjadi *host Couchsurfing* di Indonesia berada dalam kategori tinggi dengan jumlah sebesar 75,1% dan motivasi tertinggi ada pada Faktor Kebudayaan sebesar 94% berdasarkan pernyataan; 1. Saya menjadi *host Couchsurfing* agar dapat mengenal tentang budaya tamu saya, dan 2. Saya menjadi *host Couchsurfing* agar dapat membagikan budaya saya sendiri. Kesimpulan dari penelitian ini adalah para pelaku ingin melakukan pertukaran budaya, dengan menjadi *host*, warga lokal bisa memanfaatkan pengetahuannya tentang budaya dan daerah setempat untuk menggaet kunjungan wisatawan.

Kata Kunci : Komunikasi Pariwisata, Motivasi, *Host Couchsurfing*,