

## INTISARI

Tren yang berkembang saat ini adalah industri budaya yang mengedepankan pelancongan sebagai bagian dari keseharian masyarakat. *World Tourism Organization* (UNWTO) merilis laporannya di tahun 2013 mengenai fenomena turisme di ranah internasional: *International Tourist Arrivals* (ITA) mencapai jumlah 1,087 miliar manusia, sementara *International Tourism Receipts* (ITR) atau pendapatan negara-negara dari pelancongan global sebesar US\$ 1159 miliar. Adalah Jodi Ettenberg dan Melissa Hie, dua subyek penelitian yang dipilih, yang kemudian menggabungkan pelancongan dengan praktik lain dalam kelangsungan hidup manusia, yaitu menyantap makanan. Baik Jodi maupun Melissa adalah pelancong kuliner yang turut memanfaatkan media baru untuk menunjukkan praktik tersebut kepada publik melalui ruang siber.

Jodi @legalnomads dan Melissa @girleatworld menempati kelas borjuis kecil (*petite bourgeoisie*) dalam paparan kelas Bourdieu. *Petite bourgeoisie* menonjol dalam tindakan mereka mengestetisasi kehidupan sehari-hari—*aestheticization of everyday life*. Praktik melancong dan menyantap makanan yang dilakukan Jodi dan Melissa menghantarkan pada perwatakan borjuis kecil seperti ini. Selagi berada dalam struktur kelas tersebut, Jodi dan Melissa memerlukan modal supaya bisa mengarahkan mereka pada suatu kepemilikan yang menentukan hubungan antara kelas sosial dan praktik yang mereka lakukan. Modal yang diperlukan Jodi dan Melissa termanifestasi dalam beragam kapital yang terdistribusikan dalam praktik pelancongan mereka, mulai dari kapital ekonomi dan budaya sebagai penentu utama, ditambahkan oleh kapital sosial dan simbolik.

Saya memilih Jodi dan Melissa, yang semuanya perempuan, untuk melihat bagaimana mereka merepresentasikan diri di ranah pelancongan yang lekat dengan maskulinitas dan privilese pada laki-laki. Begitu pula peneliti ingin melihat bagaimana dialog gender dengan konsep kapital Bourdieu terbentuk. Mampukah Jodi @legalnomads dan Melissa @girleatworld memberdayakan diri dalam pelancongan yang mereka lakukan? Seperti apa pula feminisme yang diperjuangkan oleh Jodi dan Melissa dengan kapital yang mereka miliki dalam kasus ini?

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jodi dan Melissa melalui Instagram @legalnomads dan @girleatworld merepresentasikan perjuangan kesetaraan di era feminisme gelombang ketiga, yang menekankan keberagaman dalam pemberdayaan perempuan di tengah dominasi patriarki, sekaligus memanfaatkan politik tubuh mereka—di mana Jodi dan Melissa justru menunjukkan femininitas sebagai bagian dari kapital yang dimiliki. Jodi dan Melissa memanfaatkan ruang siber untuk menempatkan posisi mereka sebagai perempuan yang bisa melancong sekaligus menyantap makanan untuk menuai popularitas, mencapai kesenangan, sekaligus menjadikan ranah ini sebagai lahan mata pencaharian yang menghidupi.

Kata kunci: pelancongan, *food traveller*, *new media*, Bourdieu, kapital, gender

## ABSTRACT

One of the emerging phenomena nowadays is to make travel as part of our daily lives. World Tourism Organization (UNWTO) released its reports concerning tourism in global scope: International Tourist Arrivals (ITA) reported a massive number of travellers, it gained 1,087 billion of travellers in 2013, while International Tourism Receipts (ITR) carried economic gain up to US\$ 1,159 trillion. There are two chosen subjects in this research, Jodi Ettenberg and Melissa Hie. They are both travellers who integrate travelling with another pivotal practice in society, eating food. Jodi and Melissa also utilize new media to represent those practices through online sphere.

Jodi @legalnomads and Melissa @girleatworld take such position in a classification in society according to Bourdieu's concept, which is called *petite bourgeoisie* (petty bourgeoisie). Food traveller, Jodi and Melissa, show salient feature in this classification of class. They do aestheticization of everyday life by interlacing the practice of travelling, eating food, and new media usage. In order to perpetuate those practices Jodi and Melissa need capital to drive them on to ownerships. There are economic, cultural, social, and symbolic capital.

I choose Jodi @legalnomads and Melissa @girleatworld as subjects in this research because they are both female traveller. I have an urge to see how they represent themselves in the arena of travel which is likely adhering with masculinity and men's privilege. Are they able to empower themselves and how does feminism take place? I also examine how dialogue of gender and the concept of capital occur in this case.

The results show that Jodi and Melissa stand up for a fight referring to third wave feminism. They go for empowerment by emphasizing diversity of female actions. Jodi and Melissa even possess their femininity trait as a part of capital. What they do in food and travel arena using online sphere is to reach popularity, achieve pleasure, and get a better living.

Keywords: travel, food traveller, new media, Bourdieu, capital, gender