

ABSTRAK

Traveling adalah salah satu aktivitas yang banyak ditemukan di akun Instagram yang dimiliki oleh kaum perempuan dan sering dianggap sebagai salah satu aktivitas yang mampu membuat para perempuan keluar dari ranah domestiknya. Selain itu, *traveling* juga dikaitkan dengan kemampuan para perempuan untuk berdaya dan menentukan pilihan yang kemudian memunculkan gambaran “*New Women*”. Melihat semakin maraknya unggahan aktivitas *traveling* para perempuan di ruang Instagram, penelitian ini mengasumsikan bahwa para *traveler* perempuan melakukan aktivitas *traveling* sebagai salah satu bentuk gambaran “*New Women*”. Gambaran tersebut direproduksi dan diunggah dalam akun Instagram mereka sebagai salah satu bentuk representasi diri. Penelitian ini menggunakan konsep postfeminisme dari Angela McRobbie yang menunjukkan gagasan-gagasan kesuksesan kaum perempuan dan melahirkan wacana “*New Women*” yang menekankan pada pemberdayaan diri dan pilihan. Selain itu untuk mengkaji representasi dalam ruang Instagram para *traveler* perempuan, digunakan konsep representasi dari Teresa De Lauretis yang menjelaskan keberadaan *Woman* dalam “W” besar dan *women* dalam “w” kecil.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Instagram menjadi ruang bagi para *traveler* perempuan untuk mengkonstruksi diri, dan negosiasi yang terjadi dalam proses tersebut sehingga konsep “*New Women*” direpresentasikan melalui akun Instagram mereka. Selain itu juga untuk mengetahui bagaimana para *traveler* perempuan mengkonstruksikan dirinya, serta konsep “*New Women*” seperti apa yang dikonstruksikan dan direpresentasikan melalui akun Instagram mereka. Penelitian ini menggunakan metode *Multimodal Discourse Analysis* atau analisis multimodal yang merupakan gagasan dari Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen. Korpus penelitian adalah akun Instagram tiga *traveler* perempuan Indonesia yaitu Claudia Kaunang, Trinity dan Riyanni Djangkaru yang dipilih dengan mempertimbangkan beberapa hal, antara lain jumlah *follower* dan keaktifannya di Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan reproduksi “*New Women*” yang direpresentasikan melalui akun Instagram para *traveler* perempuan, menampilkan sosok perempuan kosmopolitan yang bebas, berdaya, percaya diri dan mampu mendobrak berbagai batasan yang selama ini mengikat perempuan. Selain itu, mereka juga memanfaatkan posisi sebagai liyan dan mengubahnya menjadi kekuatan. Namun sangat disayangkan karena pada prosesnya, para *traveler* perempuan justru mengkomodifikasi para perempuan yang merupakan *follower* dalam ruang Instagram dengan mensubordinasi para *follower*. Reproduksi “*New Women*” sebagai perempuan kosmopolitan yang direpresentasikan oleh para *traveler* perempuan tidak sepenuhnya sesuai dengan kenyataan. Kebebasan yang mereka gaungkan, hanyalah kebebasan semu karena mereka masih dibelit oleh kekuasaan lain di luar dirinya, terutama kekuasaan industri kapitalis.

Kata kunci: Instagram, *Traveler* perempuan, “*New Women*”

ABSTRACT

Traveling is one of the activities found on Instagram accounts owned by women and often considered as one of the activities that can get women out of their domestic sphere. Traveling is also associated with the ability of women to be empowered and make choices that then give rise to the image of "New Women". Seeing the increasing number of uploads of women's traveling activities in Instagram, this study assumes that female travelers do traveling activities as a form of "New Women" image. The image is reproduced and uploaded on their Instagram account as a form of self-representation. The study used the concept of postfeminism from Angela McRobbie that showed the ideas of women's success and gave birth to a "New Women" discourse that emphasized self-empowerment and choice. To explore the representation in Instagram of female travelers, this study used the concept of representation from Teresa De Lauretis that explained the existence of Woman with large "W" and women with small "w".

The purpose of this research is to find out how Instagram becomes a space for female travelers to construct themselves, and the negotiations that occur in the process so that the concept of "New Women" is represented through their Instagram account. In addition, it is also to find out how female travelers construct themselves, as well as what kind of "New Women" concept is constructed and represented through their Instagram accounts. This research uses *Multimodal Discourse Analysis* methods from Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen. The corpus of this research are Instagram account from three Indonesian female travelers Claudia Kaunang, Trinity and Riyanni Djangkaru. They were selected by considering several things, including the number of followers and their activeness on Instagram.

The results of this study showed a reproduction of "New Women" represented through the Instagram accounts of female travelers, featuring a cosmopolitan female figure who is free, empowered, confident and able to break down the various boundaries that have been binding on women. In addition, they also take advantage of the position as the other and turn it into strength. But in the process, female travelers actually commodify women who are followers in the Instagram space by subordinating followers. The reproduction of "New Women" as a cosmopolitan woman represented by female travelers is not entirely in accordance with reality. The freedoms they echo, are merely pseudo-freedoms because they are still being surrounded by other powers outside of themselves, especially the power of the capitalist industry.

Keywords: Instagram, Woman Traveler, "New Women"