

## ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi wacana musisi wanita dalam majalah Rolling Stone Indonesia edisi November 2010, serta Mei dan Desember 2011. Topik ini menarik untuk diteliti sebab bagaimana suatu wacana (dalam hal ini adalah identitas musisi wanita) terbentuk dalam masyarakat, dalam perspektif Fairclough tidak bisa dilepaskan dari kekuatan-kekuatan di luar wacana tersebut. Termasuk halnya adalah ideologi dominan. Menarik kemudian untuk mengkorelasikan hal ini dengan industri musik dan jurnalisme musik yang merupakan *male discourse*, dan identik dengan nilai-nilai ideologi patriarki serta kapitalisme.

Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa wacana musisi wanita tidak bisa dilepaskan dari proses komodifikasi atau jual beli dengan latar belakang ideologi kapitalisme. Musisi wanita didefinisikan oleh Rolling Stone Indonesia dalam konstruksi yang ditonjolkan daya tarik fisiknya, tidak lain karena *visual perfection* merupakan alat pemasaran yang penting. Wacana musisi wanita kemudian menjadi arena pertarungan kekuasaan antara institusi media, pengiklan, pembaca serta fans.

Studi ini juga menemukan bahwa musisi wanita yang dikonstruksi Rolling Stone Indonesia berada dalam wacana yang erat dengan stereotip gender tradisional. Profesi musisi didefinisikan dengan cara tetap melabelkan domestikasi, stereotip teknofobia dan daya tarik seksual dari identitasnya sebagai wanita. Wacana musisi wanita pun kemudian berada pada posisi yang marginal, terpinggirkan dan terbatas (*restricted*).

Kata kunci: wacana, musisi wanita, industri media massa, gender