

INTISARI

Di tengah-tengah masyarakat dengan evolusi digital yang sangat cepat, relevansi kehadiran Barbie di era sekarang dipertanyakan. Barbie, boneka *fashion* yang telah sukses berkembang menjadi ikon di budaya Amerika, selalu menjadi subjek diskusi sejak perilisannya di tahun 1959. Terlepas dari perannya sebagai mainan anak-anak, perdebatan mengenai signifikansi kebudayaan Barbie masih sering terjadi di kalangan orang dewasa. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengurai struktur dan praktek sosial pada Barbie sebagai produk populer Amerika dengan menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Dengan menggunakan sosial media Barbie dan komentar-komentar konsumen sebagai data, penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif dalam analisisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam diskursus Amerika, Barbie dilihat sebagai wajah *American Dream* dan refleksi wanita ideal Amerika. Sedangkan untuk praktek sosialnya, selera konsumen berkontribusi dalam konstruksi budaya Barbie, dan praktek sosial dari konsumen Barbie merefleksikan konsumsinya.

Kata kunci: analisis wacana kritis, *Barbie*, Fairclough, praktek sosial, representasi, selera konsumen

ABSTRACT

Amidst the rapidly evolving digital-centric society, the relevancies of Barbie's presence in the present era comes in question. Barbie, a fashion doll which has successfully developed into an American icon, has always been a subject of discussion since its first publication in 1959. Regardless of its main position as children's toy, debate on the significance of Barbie remains strong between the adults. Thus, this study aims to break down the structure and social practice of Barbie as an American popular product using Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis. Using the Barbie's social media as well as the consumers' comments as the data, this study applies qualitative method. The result shows that in American discourses, Barbie is seen as a face of American Dream and reflection of idealized American women. While for its social practice, customer's taste contributes to the construction of Barbie's culture, and the social practice of Barbie's customers reflects the consumption.

Keywords: *Barbie*, critical discourse analysis, customer's taste, Fairclough, representation, social practice