ABSTRAK

Liadi Zannah, NIM: 3162122010, Perempuan dalam Konstruksi Mitos Kecantikan pada Media Sosial Instagram di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan, Skripsi, Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data tentang konstruksi mitos kecantikan pada media sosial *instagram* di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan . Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan beberapa informan. Hasil penelitian ini berdasarkan temuan dideskripsikan perbedaan pandangan dari mahasiswi karena setiap orang mempunyai selera sendiri untuk menentukan batas kecantikan menurut standar mereka. Mahasiswi memiliki dua pandangan terkait dengan kecantikan yaitu kecantikan fisik dan non fisik (*inner beauty*). Dimensi perutukaran tanda dalam kecantikan terdapat pada mitos kecantikan yang memiliki makna beragam dan selalu berkembang sesuai dengan persepsi dan defenisi terhadap sosok perempuan. Mitos ini dijadikan alat untuk mendefenisikan tentang perempuan secara hegemoni, sehingga perempuan identik dengan kecantikan. Namun, ketika media sosial mulai banyak mempresentasikan bentuk-bentuk kecantikan melalui produk tayangan media sosial seperti di *instagram*. Maka makna kecantikan pun berubah, kecantikan adalah seperti apa yang ditunjukkan oleh *instagram*. Karena efek *instagram* yang begitu besar terutama terhadap pola pikir pada akhirnya persepsi kecantikan pada setiap orang menjadi sama. Produk kecantikan juga semakin berkembang seiring dengan kemajuan industri dan teknologi. Produk-produk kecantikan yang dihasilkan oleh industri produk kecantikan berperan penting dalam perkembangan ekonomi. Melalui promosi yang ditampilkan, produsen mempengaruhi penonton dengan produknya, sehingga terbentuk sebuah point-point yang menjadi standar. Setiap postingan foto pada setiap akun tersebut menarasikan sesuatu baik dengan tulis maupun wacana dalam bentuk visual atau foto. Narasi tersebut yang mengandung pesan-pesan yang bisa menjadi mitos tentang tampilan cantik seorang perempuan. Selain itu narasi tersebut dikonsumsi oleh mahasiswi sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Kata kunci: *perempuan, konstruksi, mitos kecantikan, instagram.*