

ABSTRAK

Konstruksi cantik pada perempuan masih terjadi hingga saat ini. Tak hanya terjadi pada media konvensional, namun kini sudah beralih pada media sosial khususnya Instagram dan salah satunya terjadi pada akun Instagram kampus mahasiswi cantik @uicantikid dan @ugmcantik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konstruksi cantik yang dibangun oleh kedua akun tersebut. Peneliti menggunakan teori Mitos Kecantikan yang dicetuskan oleh Naomi Wolf. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode etnografi virtual yang berfokus pada empat level. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan data adalah observasi dan wawancara secara daring. Hasilnya pada level ruang media, admin memilih Instagram sebagai media dikarenakan tidak adanya hak cipta dalam mengunggah ulang. Pada level dokumen media, hampir semua unggahan merupakan foto mahasiswi cantik yang memiliki kesamaan dalam ciri-cirinya, yaitu perempuan berkulit putih dan berbadan kurus serta sisanya adalah iklan berbayar. Pada level objek media, terdapat tujuh jenis komentar yang ditemukan pada kedua akun yang mana komentar tersebut merujuk pada konstruksi cantik hingga objektifikasi perempuan. Terakhir, level pengalaman, realitas dalam memilih foto yang akan diunggah, admin memiliki kriteria tertentu yang harus dipenuhi, salah satunya merupakan mahasiswi terkenal. Serta realitas dari sisi kedua informan ialah, admin memilih sendiri foto yang akan diunggah dari mahasiswi yang sudah terpilih.

Kata Kunci: Konstruksi Cantik; Instagram; Mitos Kecantikan