

**DAMPAK KONSTRUKSI KECANTIKAN TERHADAP PEMILIHAN
SKINCARE DI KALANGAN MAHASISWI PROGRAM STUDI
AKUNTANSI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN KUDUS**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S. Sos.)

Oleh :

LEMBAYUNG RADIANTY AMMANDA

19105040003

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1508/Un.02/DU/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : DAMPAK KONSTRUKSI KECANTIKAN TERHADAP PEMILIHAN SKINCARE DI
KALANGAN MAHASISWI PROGRAM STUDI AKUNTANSI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN KUDUS

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : - - LEMBAYUNG RADIANTY AMMANDA, -, -
Nomor Induk Mahasiswa : 19105040003
Telah diujikan pada : Selasa, 05 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



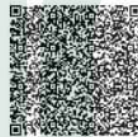
Valid ID: 68a686a495a31

Ketua Sidang/Penguji I
Ratna Istiyani, M.A.
SIGNED



Valid ID: 689aa48c37c70

Penguji II
Erham Budi Wiranto, S.Th.I., M.A.
SIGNED



Valid ID: 68a7540328608

Penguji III
Prof. Dr. Hj. Inayah Rohmaniyah, S.Ag.,
M.Hum., M.A.
SIGNED



Valid ID: 68a7a257e9712

Yogyakarta, 05 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

NOTA DINAS

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdri. Lembayung Radianty Ammanda
Lampiran : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di- Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama	Lembayung Radianty Ammanda
NIM	19105040003
Program Studi	Sosiologi Agama
Judul Skripsi	Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus

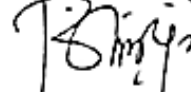
Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S Sos) dalam jurusan/program studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Untuk itu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 23 Juni 2025

Pembimbing



Ratna Istriyani, M.A

NIP. 199103292018012003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lembayung Radianty Ammanda
NIM : 19105040003
Program Studi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
No Telp : 089525179749

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang di publikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penulis sepenuhnya siap mempertanggung jawabkan sesuai dengan hukuman yang berlaku.

Yogyakarta, 23 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



Lembayung Radianty Ammanda
NIM: 19105040003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lembayung Radianty Ammanda
Tempat dan Tanggal Lahir : Kudus, 27 Desember 2000
NIM : 19105040003
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jurusan : Sosiologi Agama
Alamat : Jati Kulon RT 04/RW 02, Kec. Jati, Kab. Kudus
No HP : 089525179749

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan hijab untuk dipasang pada ijazah saya. Atasa segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubung dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 23 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Lembayung Radianty Ammanda
NIM: 19105040003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga





KARTU BIMBINGAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR



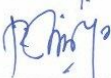

Nama : Lembayung Radianty Ammanda
NIM : 19105040003
Pembimbing : Ratna Istiyani, M.A
Judul : Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jurusan/Program Studi : Sosiologi Agama

No.	Tanggal	Konsultasi Ke:	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	Sabtu, 25 Februari 2023	1	<ul style="list-style-type: none">Judul Penelitian, (Relevansi Konstruksi Kecantikan Terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Perguruan Tinggi Islam Yogyakarta) nama instansi Perguruan harus lebih ke mengerucut lagi,Kerangka Penelitian menggunakan Segitiga Terbalik dengan catatan	

			<p>(Konstruksi cantik dari masa ke masa, Konstruksi cantik era kini condong ke putih, glowing, flawless, Konstruksi cantik pada Mahasiswa PTKIN), spasi 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bab I Latar Belakang tidak ada sumber referensinya lalu harus ditambahkan, beberapa paragraf terdapat perulangan terutama mengenai definisi cantik, • Rumusan Masalah terdapat kosakata yang sebelumnya “bagi” dirubah menjadi Kalangan dan penempatan dalam judul yang benar • Tujuan dan Kegunaan Penelitian “Mengetahui -->Menguraikan , pakai kata operasional aktif • Kegunaan Penelitian, secara Teoritis menambahkan bidang 	
--	--	--	---	--

			<p>khusus contohnya Sosiologi Pengetahuan dan sejenisnya, secara Praktis harus faham perihal kegunaannya untuk siapa dan apa yang bisa dilakukan nanti dalam penelitiannya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan Pustaka, permasing-masing kajian pustaka uraikan dulu deskripsi penelitiannya, jelaskan persamaan dan perbedaan dari objek formal / fokus penelitian bukan pada metode atau teori • Metode Penelitian, Jenis Penelitian (jelaskan kenapa kualitatif dianggap lebih cocok pada penelitian ini, Sumber data terdapat dua jenis dan harus berdasarkan sumber referensinya • Teknik Pengumpulan Data, 	
--	--	--	--	--

			<p>Observasi (siapa yang diamati dan aktivitas apa yang diamati), Wawancara (jelaskan teknik penelitian informan, siapa yang diwawancarai, apa yang perlu ditanyakan, poin-poin utama), Dokumentasi (dokumentasi data sekunder?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teknik Analisis Data harus urut • Objek Penelitian 	
2	Jumat, 26 Januari 2024	2	ACC untuk Seminar Proposal	
3	Jumat, 13 September 2024	3	Seminar Proposal	
4	Kamis, 19 September 2024	4	Revisian Seminar Proposal	
5	Kamis, 21 November 2024	5	<p>Finalisasi Revisian Seminar Proposal dan Penjelasan Penilitan Lapangan Terkait Observasi serta Pembuatan Pertanyaan Untuk Wawancara</p>	

6	Selasa, 4 Februari 2024	6	Revisi Bab II, Bab III, Bab IV, dan Bab V	
7	Rabu, 12 Februari 2025	7	Finalisasi Revisian Bab II, Bab III, Bab IV, dan Bab V	
8	Rabu, 19 Maret 2025	8	Revisi sesuai catatan dalam teks	
9	Jumat, 25 April 2025	9	Finalisasi Revisi dari Bab I-V dan ACC Munaqosah	

Yogyakarta, 23 Juni 2025
Dosen Pembimbing Skripsi



Rafna Istriyani, M.A
NIP. 199103292018012003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

Penelitian ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, adik, kakek, nenek dan keluarga besar saya yang selalu mendo'akan saya untuk menyelesaikan skripsi dan tak lupa juga Almamater tercinta saya.

Program Studi Sosiologi Agama
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Semangat Action Bertubi-tubi Tanpa Tapi Tanpa Nanti”

(Penulis)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayahnya, sholawat serta salam selalu kami curahkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah menghantarkan umatnya dari zaman jahiliyah ke zaman Islamiyah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitiannya yang berjudul “Dampak Konstruksi Kecantikan Terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus” dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Program Sarjana di Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwasannya dalam proses menyusun penelitian ini banyak pihak yang ikut serta dalam membantu, dukungan, motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi Hasan, S. Ag, M., M. Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Dr. Robby Habiba Abror, S.Ag.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga, Dr. Mahatva Yoga Adi Pradana, M.Sos. dan Hikmalisa, S.Sos, M.A.
4. Prof. Dr. Hj. Inayah Rohmaniyah, S.Ag, M. Hum., M.A. selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan pandangan perihal menyusun proses penelitian skripsi dengan baik.
5. Ibu Ratna Istriyani, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu memberikan arahan serta membimbing dalam menyusun skripsi berjalan dengan lancar.

6. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus dan para informan yang bersedia menjadi bagian dari penelitian skripsi ini.
7. Untuk orang tua, Ayah Sunarno dan Ibu Ngasmi yang senantiasa sabar mendampingi, mendo'akan, berjuang memberikan dukungan, dorongan, support perhatian penuh untuk saya agar menyusun skripsi ini cepat selesai.
8. Kepada Adik Laki-laki dan Perempuan saya, Satria Aditama dan Cantika Bunga Naomi yang selalu memberikan semangat dan mendo'akan cepat selesai.
9. Kepada Kakek, Nenek, Pak de, Bu de, Tante serta keluarga besar saya yang senantiasa bersedia menjadi support system saya sampai saat ini.
10. Kepada partner saya, Andre Bagus Satrianto yang senantiasa selalu ada dan memberikan semangat untuk menyelesaikan tahap skripsi ini.
11. Kepada bunda Uut dan semua teman rekan kerja saya selama di Resto Ulam Sari selalu memberikan support, mendo'akan kesuksesan saya dalam perkuliahan.
12. Kepada sahabat saya, Rita Dwi Purnama Sari, Siti Lutfiyah, Nabila Rogba Sa'adati yang selalu ada sampai sekarang membantu mendorong penelitian ini.
13. Kepada teman-teman KKN 108 Kelompok 03 Gumbeng, Giripurwo Purwosari, GunungKidul, Yogyakarta, (Darma, Topik, Bisyrri, Wawan, Rouf, Alya, Nia, Nafi, Merlin, Mila) yang selalu mengingatkan segera menyelesaikan penelitian ini.
14. Kepada Kakak sepupu saya, Prigel Ayuning Sukmawati dan Gigih Miftakhul Huda yang selalu kasih dukungan penuh atas penelitian ini.
15. Kepada teman-teman Kost TPI dan Ohana, Titania, Mela, Afi, Aura, Ades, Shinta selalu mensupport.
16. Semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu dalam memberikan kontribusi secara langsung dan tidak langsung dalam menyusun skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Kritik dan saran yang membangun diharapkan dapat membantu perbaikan dimasa mendatang.

Yogyakarta, 17 Juni 2025

Penulis

Lembayung Radianty Ammanda
NIM. 19105040003



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai-nilai konstruksi kecantikan dan dampaknya terhadap pemilihan *skincare* di kalangan mahasiswi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) IAIN Kudus. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan turun ke lapangan yang dilakukan observasi dan wawancara pada kalangan mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus. Dengan prosedur yang sistematis dengan mencatat hasil observasi dan wawancara, dilakukan reduksi data dan penyajian data serta ditarik kesimpulan mengenai bagaimana konstruksi kecantikan berdasarkan teori tahapan konstruksi sosial Peter L. Berger yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi serta dampaknya terhadap pemilihan *skincare*.

Tahap konstruksi kecantikan pada mahasiswi FEBI IAIN Kudus melalui tiga momen, eksternalisasi terjadi saat masyarakat menetapkan standar kecantikan yaitu bebas jerawat, kulit putih dan mulus, yang diperkuat pengaruh dari *influencer* di *Instagram* dan *Tiktok*. Momen obyektivasi mahasiswi dimana mereka mengalami diskriminasi verbal dan non-verbal seperti komentar negatif, pengabaian dan perundungan yang menyebabkan rasa rendah diri. Momen internalisasi muncul ketika desakan keluarga dan masyarakat yang menyebabkan mahasiswi menganggap standar tersebut merupakan keniscayaan dan mendorong untuk berusaha mencapai standar tersebut. Dampaknya, mahasiswi menggunakan *skincare* sebagai solusi untuk mendapatkan apresiasi dan penghargaan dari masyarakat. Mereka belajar mengenai *skincare* melalui *influencer* di media sosial, membeli produk melalui toko dan *marketplace*, serta melakukan *trial and error* selama 3 bulan hingga 3 tahun untuk menemukan produk yang cocok. Dalam memilih produk, mereka memperhatikan bahan-bahan seperti *niacinamide* untuk memutihkan dan mencerahkan kulit (contoh merek: *N'Pure toner* dan *Moisturizer Bright to Glow Pink*) serta *salicylic acid* untuk mengatasi jerawat (contoh: *Jtakepil*, *N'Pure*, *SkinTime*, *Skintific Redglow*, *GdGlow*, *Ella Skincare Clinic*).

Kata Kunci : Konstruksi Kecantikan, Mahasiswi, Skincare.

ABSTRACT

This study aims to analyze the values of beauty construction and its impact on skincare selection among female students of Sharia Accounting, Faculty of Economics and Business (FEBI), IAIN Kudus. The method used is a qualitative method by going into the field, conducting observations and interviews among female students of Sharia Accounting Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI), IAIN Kudus. With a systematic procedure by recording the results of observations and interviews, data reduction and presentation were carried out and conclusions were drawn regarding how beauty construction is based on Peter L. Berger's theory of social construction stages, namely externalization, objectivation, and internalization and its impact on skincare selection.

The construction of beauty among FEBI IAIN Kudus female students unfolds through three moments. Externalization occurs when society establishes beauty standards, specifically clear skin, free from acne, and fair, smooth complexions, reinforced by influencers on Instagram and TikTok. During objectivation, female students experience verbal and non-verbal discrimination, such as negative comments, neglect, and bullying, leading to low self-esteem. The moment of internalization emerges when pressure from family and society causes these students to perceive these standards as inevitable, compelling them to strive to achieve them. As a result, students use skincare as a solution to gain appreciation and acceptance from society. They learn about skincare from social media influencers, purchase products through stores and marketplaces, and engage in trial and error for 3 months to 3 years to find suitable products. When selecting products, they prioritize ingredients like niacinamide for whitening and brightening (e.g., N'Pure toner and Bright to Glow Pink Moisturizer) and salicylic acid for acne treatment (e.g., Jtakepil, N'Pure, SkinTime, Skintific Redglow, GdGlow, Ella Skincare Clinic).

Keyword : Beauty Construction, College Student, Skincare

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB.....	v
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
MOTTO	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xvi
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Kegunaan Penelitian.....	11
D. Tinjauan Pustaka	12
E. Kerangka Teori	17
F. Metode Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan.....	30
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	32
A. Gambaran Umum Kabupaten Kudus	32
B. Profil IAIN Kudus.....	38
C. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	41
BAB III KONSTRUKSI KECANTIKAN DI KALANGAN MAHASISWI.....	45

A. Kecantikan Menurut Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus	45
B. Analisis Konstruksi Kecantikan Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus ...	50
BAB IV DAMPAK KONSTRUKSI KECANTIKAN TERHADAP PEMILIHAN SKINCARE	64
A. Intensitas Penggunaan <i>Skincare</i>	64
B. Preferensi Produk <i>Skincare</i>	70
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	90
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perempuan dan segala tentang kehidupannya selalu berhubungan dengan persepsi tentang kecantikan. Kecantikan merupakan hasil konstruksi budaya dan sosial yang dikatakan oleh Wolf standar dan pemaknaannya berbeda-beda di setiap tempat.¹ Konsep tentang kecantikan ini sangat kompleks dan subjektif. Ada yang menjabarkan kecantikan berkaitan dengan keadaan fisik seseorang, ada juga yang menggambarkan kecantikan berkenaan dengan bagaimana karakter, kepribadian, kemurnian hati dan nilai-nilai yang unik dalam diri seorang perempuan. Intinya, kecantikan merupakan sebuah konstruk yang dibangun dalam pikiran individu dan berisi standar-standar yang menjadi indikator seseorang bisa dikatakan cantik.

Mengutip Frawisandi, di Indonesia ada sebuah stigma yang berkembang di lingkungan bahwa cantik adalah berkulit putih.² Sementara, warna kulit manusia sangat tergantung dengan keturunannya.³ Maka tak jarang perempuan yang berkulit coklat atau gelap mengalami diskriminasi dan tidak dapat menyandang gelar sebagai perempuan yang cantik oleh sebab keadaan warna kulit tersebut. Sehingga konstruk kecantikan ini sangat berpengaruh dengan proses kehidupan seorang perempuan di masyarakat. Perempuan yang merasa

¹ Cita Dwi Lestari, dkk. “Konstruksi Kecantikan Mahasiswi Pengguna Skincare di Universitas Sebelas Maret Surakarta”. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), vol. 7, no. 2, Maret 2023, p. 888.

² Retno Sari, “Konstruksi Makna Cantik bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Cokelat”. Jurnal OM FISIP, vol. 4, no. 1, Februari 2017, p. 2.

³ Ibid...

dirinya cantik akan lebih mudah mengekspresikan diri dan menjadi lebih percaya diri.

Kecantikan adalah suatu mitos yang dikonstruksi secara sosial, politik dan ekonomi dalam sebuah kebudayaan.⁴ Mengutip Adlin dan Kurniasih, dalam penelitian Diko Rinaldo, menggambarkan kecantikan merupakan keterpaduan antara tubuh dan kosmetik yang dilekatkan kepada perempuan dan menghasilkan suatu tanda baru yakni apa yang disebut dengan kecantikan tersebut.⁵ Sehingga suatu standar kecantikan yang ada di sebuah tempat tidak bisa mewakili keragaman yang telahir dari individu, akibatnya banyak perempuan yang berupaya untuk memenuhi konstruk tentang kecantikan tersebut. Dengan menjadi cantik, banyak perempuan merasa akan lebih dihargai dan diberikan ruang serta dianggap ada. Mengutip Syata, dalam penelitian Retno Sari, mengatakan bahwa konsep cantik dapat mempengaruhi bagaimana perilaku yang ditunjukkan masyarakat.⁶

Beberapa standar kecantikan belakangan ini selalu mengacu pada kondisi kulit yang putih, bersih, *glowing*, bersinar dan tidak ada bekas jerawat atau luka. Selain itu, standar kecantikan akan menilai bagaimana proporsi tubuh seorang perempuan, yang kurus, ideal, tinggi, memiliki bentuk tubuh seksi dan wajahnya yang simetris akan dinilai menjadi sebuah kesempurnaan yang ada pada seorang perempuan. Mengutip Kasiyan, mengatakan bahwa

⁴Diko Rinaldo, "*Konstruksi Kecantikan: Sebuah Analisis Hipersemiosis terhadap Film The Devil Wears Prada.*", Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia. 2012, p. 1.

⁵*Ibid...*

⁶Retno Sari, "*Konstruksi Makna Cantik bagi Mahasiswa Universitas Riau Berkulit Cokelat*". Jurnal OM FISIP, vol. 4, no. 1, Februari 2017, p. 2.

tubuh perempuan dapat dikatakan cantik tidak hanya dilihat dari wajahnya namun juga dilihat dari kulit yang putih, mulus dan kencang, serta bentuk tubuh yang menonjolkan lekukan organ tertentu, seperti dada, pinggul, dan bibir.⁷ Ada perempuan yang merasa lebih percaya diri apabila berhasil ‘membenahi’ kondisi tubuhnya sesuai dengan standar tersebut, dan merasa gagal apabila tidak berhasil sesuai dengan konstruksi tentang apa yang disebut sebagai cantik.

Konstruksi kecantikan ini membuat banyak perempuan berusaha menjadi semakin cantik dengan berbagai cara. Perempuan mengejar mitos kecantikan dengan melakukan berbagai perawatan di rumah atau klinik kecantikan demi menggapai standar yang diami masyarakat tersebut.⁸ Di Indonesia misalnya, yang terdapat banyak suku dan ras di dalamnya yang mempengaruhi adanya standar berbeda-beda tentang apa yang dimaknai sebagai kecantikan.

Mengutip Aprilita, dalam penelitian Maria Intan, mengatakan bahwa kecantikan sangat sering dikatakan sebagai sesuatu yang relatif.⁹ Melengkapi pernyataan tersebut, mengutip Abdullah, mengatakan bahwa konsep kecantikan selalu berubah definisinya dari masa ke masa.¹⁰ Pada masa sekarang misalnya, ada sebuah standar kecantikan yang diinternalisasi dari konstruksi yang dibangun dalam sosial media, banyak perempuan yang

⁷Maria Intan Charunia, “Pemaknaan Audiens Perempuan atas Konsep Kecantikan dalam “Akun Cantik. Instagram: Analisis Resepsi pada Followers Perempuan Akun @bidadarium”. Malang:” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. 2018, p. 1.

⁸Cita Dwi Lestari, dkk. “Konstruksi Kecantikan Mahasiswa Pengguna Skincare di Universitas Sebelas Maret Surakarta”. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), vol. 7, no. 2, Maret 2023, p. 888.

⁹Maria Intan Charunia, “Pemaknaan Audiens Perempuan atas Konsep Kecantikan dalam “Akun Cantik. Instagram: Analisis Resepsi pada Followers Perempuan Akun @bidadarium”. Malang:” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya. 2018, p. 1.

¹⁰*Ibid*..., 2.

berlomba-lomba untuk menuai predikat cantik sesuai standar yang dibangun di dunia maya tersebut dengan mengorbankan banyak materi dan waktu untuk merawat tubuh secara rutin.

Wanita secara naluriah memiliki keinginan untuk memperindah penampilannya sehingga kecantikan menjadi hal yang diidentikkan dengan wanita karena secara lahiriah di dalam diri wanita terdapat kecantikan yang terlihat mendominasi. Konsep ini selalu berubah dari waktu ke waktu, mulai dari yang bersifat seksual sampai politis.¹¹

Salah satu upaya yang dilakukan perempuan untuk menjadikan dirinya mencapai standar kecantikan tersebut adalah dengan menggunakan *skincare* secara rutin setiap hari dengan jenis bahan kandungan yang berbeda-beda. Menurut hasil riset yang pernah dilakukan oleh Irnawati, bahkan tak jarang perempuan memperoleh *skincare* yang mengandung bahan berbahaya untuk tubuh untuk mendapatkan hasil lebih instan.¹² Hal semacam ini dapat membahayakan kesehatan tubuh seorang perempuan yang memaksakan diri untuk menggunakan produk berbahaya demi mencapai standar tentang konstruksi kecantikan dalam masyarakat kebanyakan.

Konstruksi tentang apa yang disebut cantik juga merebak di kalangan mahasiswi, khususnya dalam penelitian ini tentang Mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Kudus.

¹¹ Umbarani dan Fakhrudin, “Konsep Mempercantik Diri dalam Prespektif Islam dan Sains”, *Dinamika Sosial Budaya*, vol. 23, no. 1, 2021, p. 115.

¹² Irnawati Marpaung dan Cut Rizka Al Usrah, “Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, vol. 3, no. 2, Juli-Desember 2022, p. 387.

Beragamnya pandangan tentang kecantikan tentu dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain bisa jadi adanya faktor pengaruh nilai-nilai yang dianut di lingkungan, yang kemudian diinternalisasikan dalam pola kehidupan sehari-hari mahasiswi. Terdapat juga faktor budaya di tempat yang baru dan mempengaruhi segala tindak tanduk serta kebiasaan barunya, termasuk persoalan dalam memilih *skincare* yang akan digunakan. Tak lupa, pengaruh besar saat ini sering kita temui melalui sosial media, banyak influencer atau orang berpengaruh yang mempromosikan banyak produk kecantikan sehingga membuat audiens yang menontonnya menjadi ingin mencoba.

Adanya latar belakang faktor internalisasi nilai baru tersebut kemudian memicu tindakan mahasiswi untuk mencoba berbagai jenis *skincare* yang tersedia di pasaran. Ada yang merasa cocok sebab perkataan promotor dalam iklan tersebut, ada yang terpengaruh sebab rekomendasi teman yang pernah memakai atau kepercayaan individu tersebut kepada sebuah brand yang menjadi langganannya. Tak jarang ada pertimbangan lain dalam memilih produk *skincare* seperti harga, status halal, hingga beberapa *review* dari orang yang pernah menggunakannya. Pengetahuan dasar tentang hal-hal yang perlu diperhatikan saat memilih *skincare* dipengaruhi oleh internalisasi nilai dari sekitar yang mempengaruhi proses obyektivasi serta eksternalisasi dari seorang individu.

Pembelian *Skincare* tanpa pertimbangan yang matang menyebabkan timbulnya perilaku perilaku yang berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhan-kebutuhan lain dalam hidup sehingga berpotensi mengganggu keuangan

pribadi. Ada beberapa mahasiswa yang belum bisa menyisihkan sebagian uangnya untuk dipersiapkan sebagai dana darurat sehingga menyebabkan kesulitan saat membutuhkan keuangan lebih. Hal ini didukung Fadli, dkk bahwa selain karena ketidakpuasan mereka dalam memilih produk kecantikan, mahasiswi lebih ingin mengoleksi *brand-brand* kecantikan tertentu agar mereka terlihat cantik dan tidak mepedulikan pengeluaran atau harga yang begitu mahal, yang paling penting rasa ingin tahu dan rasa ingin memiliki produk tersebut tersampaikan.¹³

Menurut Fallon, pada era tahun 1900-an secara fisik seseorang dipaparkan bahwa seseorang disebut cantik apabila memiliki tubuh ideal dengan bentuk tubuh gemuk, pinggul besar, dan memiliki perut gendut. Hal ini dikarenakan simbol kemakmuran yang dimiliki pada saat itu. Pada era 1920-an seorang yang bertubuh langsing dan nyaris kurus dan berdada rata dianggap berfisik cantik dan memiliki porsi tubuh yang ideal. Namun pandangan cantik ini masih bergeser pada tahun 1990-an sampai sekarang.¹⁴

Survey dari ZAP Beauty Index, meskipun cantik dimaknai cukup luas, ternyata pada survey yang dilakukan pada tahun 2019 ini memberikan jawaban yang sama seperti tahun 2018. Sebesar 82,5% wanita beranggapan bahwa cantik berarti memiliki kulit cerah dan glowing. Ini menyebabkan tren perawatan kecantikan yang menjadikan kulit wajah cerah dan glowing

¹³ Fadli Desy et al. “*Gaya Hidup Mahasiswi Konsumtif dalam penggunaan Produk Kecantikan pada Mahasiswi Universitas Negeri Gorontalo*”, Jurnal Sosiologi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, vol 1, no 1, 2023, p. 1.

¹⁴ Siti Maria Ulva et al, “*Interpretasi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi Sosial (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS IAIN Metro)*”, Jurnal JSKA, vol. 03 no. 02, 2021, p. 16.

digemari mayoritas wanita Indonesia. Bagi Gen Z yang sedang mengalami permasalahan kulit remaja, produk kecantikan yang dapat mencerahkan kulit dan mengobati jerawat adalah produk yang paling mereka cari. Tidak terlalu berbeda bagi Gen Y, mereka pun menginginkan produk kecantikan yang bisa mencerahkan dan menyamarkan pori-pori pada kulit. Sedangkan untuk Gen X, yang paling mereka cari adalah produk yang menawarkan solusi anti-aging dan bisa mencerahkan kulit mereka.¹⁵

Pada masa dewasa ini justru semakin banyak perempuan yang mempercayai dan mati-matian berusaha untuk memenuhi standar yang diciptakan oleh konstruksi masyarakat tentang mitos kecantikan tersebut. Apabila seorang perempuan belum berhasil mengupayakan untuk bisa mencapai standar tersebut, tak jarang yang merasa dirinya gagal menjadi cantik dan merasa tidak layak untuk dipandang sebagai perempuan yang cantik.

Usia paling banyak perempuan pertama kali menggunakan skincare adalah 19 sampai 23 tahun¹⁶. Pada rentang usia tersebut, banyak mahasiswa yang mengalami fase krisis identitas dan kebingungan identitas sehingga mahasiswa perlu untuk membangun identitas yang mereka miliki, menjalin hubungan dengan lingkungan agar diakui keberadaannya dan menciptakan hubungan yang bermakna dengan orang lain.¹⁷ Tolak ukur keberhasilan mahasiswa dalam memecahkan masalah tersebut yaitu ketika ia mampu

¹⁵Markplus, “ZAP Beauty Index”, 2020 p. 12

¹⁶ Markplus, “ZAP Beauty Index”, 2023 p. 7.

¹⁷ Izzatur Rusuli, “Psikososial Remaja: Sebuah Sintesa Teori Erick Erikson Dengan Konsep Islam”, Jurnal As-Salam, vol. 6. No. 1, 2022, p.77.

beradaptasi dengan dirinya sendiri, kehidupan sosialnya, pekerjaan dan nilai-nilai agama.

Permasalahan muncul ketika adanya standar kecantikan pada perempuan yang berlaku di masyarakat membuat sebagian dari mereka memiliki kepercayaan diri yang kurang dan mengakibatkan rasa rendah diri pada diri mereka dimana ini merupakan dampak negatif yang timbul ketika tidak memenuhi ekspektasi standar kecantikan tersebut.¹⁸ Selain itu, dampak yang muncul ketika mahasiswi tidak dapat menyelesaikan krisis identitasnya yaitu memunculkan kebingungan peran dan ketidakjelasan identitas sehingga mereka akan merasa tidak mampu, tidak berdaya, harga diri yang menurun dan pesimis dalam menghadapi masa depan sehingga mereka akan memilih melakukan hal yang negatif agar mendapatkan identitas walaupun yang diperoleh merupakan identitas yang buruk dan mereka menilai ini lebih baik daripada tidak memiliki identitas sama sekali.¹⁹

Meskipun cukup banyak penelitian yang membahas mengenai konstruksi kecantikan serta penggunaan produk *skincare* untuk mencapai standar kecantikan yang berlaku di masyarakat, sebagian besar hanya membahas mengenai dampaknya kepada penurunan *body image*, *self-esteem*, dan faktor-faktor yang mempengaruhi secara umum seperti media sosial. Penelitian ini menjelaskan mengenai dinamika yang terjadi pada informan penelitian

¹⁸ Dhea Cahyati Sihotang dan Sere Natalia, “Persepsi Mahasiswi terhadap Standar Kecantikan yang ditampilkan Media Sosial (Instagram)”, *Triwikrama*, vol. 6, no. 10, 2025, p. 2.

¹⁹ Izzatur Rusuli, “Psikososial Remaja: Sebuah Sintesa Teori Erick Erikson Dengan Konsep Islam”, *Jurnal As-Salam*, vol. 6. No. 1, 2022, pp. 77-78.

sehingga dapat menjawab tantangan konstruksi kecantikan yang ada di masyarakat.

Dalam perspektif Islam, kecantikan tidak hanya diukur dari penampilan luar, namun dari akhlak, kebersihan dan cara seseorang dalam menjaga diri. Islam menganjurkan umatnya untuk menjaga penampilan dan kebersihan diri (*thaharah*) namun tetap dalam batas kewajaran tanpa berlebihan dan tidak bermaksud untuk pamer. Pada dasarnya kecantikan merupakan bagian dari keindahan sedangkan Allah SWT. itu Maha Indah dan mencintai keindahan. Perempuan banyak melakukan berbagai cara agar selalu terlihat cantik salah satunya dengan berhias.²⁰

Mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus dipilih sebagai informan penelitian karena lingkungan kampus berbasis Islam seperti IAIN Kudus ini memberikan nilai religius dan etika yang kuat termasuk dalam mengekspresikan kecantikan. Hal ini juga berkaitan dengan dipilihnya Kabupaten Kudus yang dimana nilai-nilai Islam yang membaur dengan budaya masyarakat sehari-hari mencerminkan nilai religiusitas Islam di setiap aspek kehidupan masyarakat Kudus. Ini menciptakan kompromi dalam perspektif religiusitas dan standar kecantikan modern yang ada saat ini. FEBI IAIN Kudus memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar sehingga diharapkan memperoleh data yang beragam. Selain itu, Program Studi Akuntansi Syariah dipilih karena pada Program Studi ini didominasi oleh mahasiswi sehingga mempermudah peneliti untuk fokus pada

²⁰ Elliete Millenitta Umbarani dan Agus Fakhruddin, "*Konsep Mempercantik Diri dalam Perspektif Islam dan Sains*", *Dinamika Sosial Budaya*, vol. 23, no. 1, 2021, pp. 115-125.

persepsi dan pengalaman mahasiswi dalam menghadapi konstruksi kecantikan.

Penelitian ini akan dipaparkan tentang bagaimana proses konstruksi kecantikan Mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Kudus dalam memaknai kecantikan serta bagaimana proses internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi dalam mencapai standar mitos kecantikan tersebut. Pada penelitian ini juga dikaji tentang dampak konstruksi kecantikan tersebut dengan pemilihan *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan tubuh, akan diketahui apa faktor yang mempengaruhi pemilihan *skincare* tersebut.

Harapan peneliti semoga dapat memberikan rekomendasi dan informasi yang tepat tentang kebijaksanaan dalam penggunaan *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan tubuh dan mempertimbangkan kemampuan ekonomi, bukan hanya sebab adanya internalisasi nilai standar mitos kecantikan semata dan mengabaikan kemampuan ekonomi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana konstruksi kecantikan di kalangan mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) IAIN Kudus?
2. Bagaimana dampak konstruksi kecantikan terhadap pemilihan *skincare* di kalangan mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, terdapat tujuan penulisan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai dalam konstruksi kecantikan di kalangan mahasiswi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) IAIN Kudus.
- b. Untuk menganalisis dampak konstruksi kecantikan terhadap pemilihan *skincare* di kalangan mahasiswi mahasiswi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) IAIN Kudus.

2. Kegunaan Penelitian

Selain tujuan penelitian, terdapat dua kegunaan secara teoritis dan praktis penelitian, antara lain:

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu Sosiologi Agama terutama berkaitan dengan Dampak Konstruksi Kecantikan pada Pemilihan *Skincare* di Kalangan Mahasiswi.

- b. Secara Praktis

- 1) Bagi Mahasiswi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan saran, pemikiran, dan informasi mengenai Konstruksi Kecantikan

yang ada di kalangan mahasiswi yang relevan dengan pemilihan *skincare*.

2) Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian dalam tema yang sama.

D. Tinjauan Pustaka

Dengan adanya tinjauan pustaka ini memberikan suatu gambaran dari berbagai hasil penelitian yang pernah diteliti sebelumnya dengan tujuan menemukan data penelitian memiliki persoalan perbedaan serta kesamaan didalamnya. Sehingga data yang memiliki kesamaan tersebut akan dijadikan bahan pertimbangan dalam penelitian ini. Adapun penelitian dengan judul Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus memiliki kesamaan dalam penelitian skripsi ini sebagai berikut:

Pertama, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Diko Rinaldo dengan judul “Konstruksi Kecantikan: Sebuah Analisis Hipersemiosis terhadap Film *The Devil Wears Prada*”. Skripsi ini fokus membahas konstruksi kecantikan dalam film *The Devil Wears Prada* yang dianalisis menggunakan teori hipersemiotika. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa perempuan dan kecantikan banyak didominasi seputar keindahan fisik saja yang

direpresentasikan melalui film tentang dunia yang hiperealitas.²¹ Skripsi ini juga membahas tentang konstruksi kecantikan, sama dengan penelitian yang akan dilakukan. Namun, perbedaan skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek material dan objek formalnya, yakni tentang film *The Devil Wears Prada* dengan teori hipersemiosis, sementara penelitian ini akan membahas konstruksi kecantikan di kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus yang akan ditinjau menggunakan teori Peter L. Berger tentang internalisasi, obyektivitas dan eksternalisasi.

Kedua, penelitian skripsi karya Maria Intan Charunia dengan judul “Pemaknaan Audiens Perempuan atas Konsep Kecantikan dalam “Akun Cantik” Instagram: Analisis Resepsi pada *Followers* Perempuan Akun @bidadarium”. Penelitian ini fokus membahas tentang konstruksi kecantikan di kalangan mahasiswa yang menjadi *followers* di akun cantik kampus, dianalisis menggunakan teori resepsi dari Klaus Bruhn Jensen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa konsep cantik adalah berhasil ditunjukkan melalui akun instagram @bidadarium, hal tersebut menimbulkan perasaan bangga tersendiri dan membuat percaya bahwa yang cantik akan diunggah dalam akun tersebut.²² Persamaan skripsi ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokusnya yang membahas tentang konsep kecantikan di kalangan mahasiswa. Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan dan

²¹ Diko Rinaldo, “*Konstruksi Kecantikan: Sebuah Analisis Hipersemiosis terhadap Film The Devil Wears Prada*”, Universitas Indonesia Library, 2021, p. 71.

²² Maria Intan Charunia, “*Pemaknaan Audiens Perempuan atas Konsep Kecantikan dalam ‘Akun Cantik’ Instagram (Analisis Resepsi pada Followers Perempuan Akun @bidadarium)*”, Universitas Brawijaya, 2018, p. 82.

objek materialnya, penelitian ini akan membahas konstruksi kecantikan di kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus yang akan ditinjau menggunakan teori Peter L. Berger tentang internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi.

Ketiga, Artikel Jurnal yang ditulis oleh Irnawati Marpaung dan Cut Rizka Al Usrah dengan judul “Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”. Penelitian ini menggunakan teori Peter L. Berger tentang internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi sehingga menemukan hasil penelitian bahwa konstruksi pemaknaan cantik pada mahasiswi lebih mengutamakan fisik yang berkulit putih dan bebas jerawat. Selain itu, faktor konstruksi makna cantik sesuai dengan kemampuan finansial dalam membeli *skincare* yang juga terpengaruh oleh internalisasi nilai dari lingkungan sekitar termasuk media sosial.²³

Keempat, Artikel Jurnal oleh Retno Sari berjudul “Konstruksi Makna Cantik bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Cokelat”. Jurnal ini membahas tentang bagaimana konstruksi makna cantik bagi mahasiswi yang berkulit coklat di tengah standar kecantikan di lingkungannya yang mengatakan bahwa yang cantik adalah yang berkulit putih. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa adanya interaksi baik dan buruk sebab latar belakang warna kulit tersebut, ada yang merasa dapat diterima dengan baik

²³ Irnawati Marpaung, dan Cut Rizka Al Usrah, “*Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*”, JSPM, vol. 3, no. 2, 2022, p. 395.

dan mendapat dukungan, namun ada juga yang mendapatkan ejekan dan hinaan yang mengakibatkan ketidakpercayaan diri.²⁴

Kedua jurnal diatas membahas tentang konstruksi kecantikan di kalangan mahasiswi, sama dengan fokus penelitian yang akan dilakukan ini. Perbedaanya adalah objek material penelitian ini yang akan fokus pada di kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(FEBI) IAIN Kudus yang akan ditinjau menggunakan teori Peter L. Berger tentang internalisasi, obyektivasi, dan eksternalisasi. Pada jurnal yang ditulis oleh Irnawati Marpaung dan Cut Rizka Al Usrah menggunakan teori yang sama, namun pada jurnal yang ditulis oleh Retno Sari berbeda sebab menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz.

Kelima, penelitian skripsi karya Winda Yanti dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup Konsumtif dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mutia Vie *Skincare* dan Natasha *Skincare*: Studi Kasus pada Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2019”. Penelitian ini menggunakan kacamata teori keputusan pembelian yang menghasilkan kesimpulan antara lain: adanya pengaruh *brand image*, perilaku konsumtif dan label halal dalam keputusan membeli *skincare* di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2019.²⁵Persamaan skripsi yang ditulis Winda Yanti dalam penelitian ini adalah

²⁴ Retno Sari, “Konstruksi Makna Cantik bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Cokelat”, JOM FISIP, vol. 4, no. 1, 2017, p. 13.

²⁵Winda Yanti, “Pengaruh *Brand Image*, Gaya Hidup Konsumtif dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mutia Vie *Skincare* dan Natasha *Skincare*: Studi Kasus pada

terletak pada objeknya yang fokus pada mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus, namun terbatas pada angkatan 2017-2019. Perbedaannya pada fokus kajian yakni tentang pengaruh *brand image*, gaya hidup konsumtif dan label halal dalam pemilihan *skincare*, sementara penelitian ini akan membahas tentang konstruksi kecantikan di kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus di satu angkatan pada masing-masing prodi yang akan ditinjau menggunakan teori Peter L. Berger tentang internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi.

Keenam, Artikel Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) yang ditulis oleh Cita Dwi Lestari, Yosafat Hermawan Trinugraha dan Yuhastina, berjudul “Konstruksi Kecantikan Mahasiswi Pengguna *Skincare* di Universitas Sebelas Maret Surakarta”. Penelitian ini berusaha menjelaskan konstruksi kecantikan yang dipahami mahasiswi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret dengan menganalisisnya menggunakan kacamata teori internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi kecantikan dipengaruhi faktor lingkungan menyesuaikan situasi dan kondisi. Kecantikan juga diwujudkan dengan perilaku yang ramah, memperlakukan orang lain dengan baik, dan memiliki kemampuan komunikasi serta wawasan yang luas.²⁶ Jurnal ini membahas tentang konstruksi kecantikan mahasiswi, sama dengan penelitian yang akan

Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2019.”, IAIN Kudus, 2020.

²⁶ Cita Dwi Lestari, et al. “Konstruksi Kecantikan Mahasiswi Pengguna *Skincare* di Universitas Sebelas Maret Surakarta”, 2023, p. 891.

dilakukan. Terlebih penelitian ini serupa menggunakan kajian teori dari Peter L. Berger. Namun, tetap terdapat perbedaan signifikan dengan penelitian ini, yakni pada objek materialnya yakni di kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus.

Beberapa penelitian di atas yang pernah dilakukan dan memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini sehingga dapat menjadi referensi tambahan untuk penelitian ini. Di samping persamaan tersebut, terdapat perbedaan mendasar yang penelitian ini akan fokuskan, antara lain adalah objek materialnya yang mengenai mahasiswi di lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus. penelitian ini diharapkan bisa memberikan rekomendasi dan informasi yang tepat tentang kebijaksanaan dalam penggunaan *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan tubuh, bukan hanya sebab adanya internalisasi nilai standar mitos kecantikan semata. Dengan menyadari bahwa kecantikan merupakan konstruksi sosial yang dibangun melalui proses internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi, individu akan bisa mempertimbangkan dengan bijaksana tentang standar kecantikan dan mengutamakan asas keselamatan serta kesehatan dalam memilih *skincare*.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori ini guna untuk mempermudah jalannya dalam penelitian dengan tujuan untuk mengungkap dan menunjukkan masalah-masalah yang diidentifikasi ke arah penelitian secara jelas. Tentunya dalam penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Peter L. Berger tentang konstruksi sosial.

Mengutip Peter L. Berger dan Thomas Luckman, dalam penelitian Innawati, menyatakan bahwa kebenaran adalah sesuatu yang dibingkai secara sosial dan sangat terkait dengan apa yang kita lihat melampaui kehendak kita²⁷ Sehingga sebenarnya apapun yang dilihat akan melalui proses internalisasi dalam diri individu. Konstruksi Sosial menurut Peter L. Berger merupakan sebuah proses sosial yang melewati proses tindakan sosial dan interaksi sosial yang dialami oleh individu bersama-sama.²⁸ Konstruksi Sosial bisa dipahami sebagai sebuah proses dalam kehidupan sosial yang mengikutsertakan norma, nilai, kepercayaan, identitas dari subjek-subjek yang mengalami dan berkemungkinan saling mempengaruhi satu sama lain.

Sejalan dengan pengertian konstruksi sosial tersebut, ini juga berlaku untuk konstruksi dalam memaknai kecantikan di masyarakat, khususnya Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus yang memiliki pemaknaanya sendiri tentang hal tersebut. Konsep tentang makna kecantikan di konstruksi berdasarkan kehendak individu atau masyarakat yang mana terdapat pengakuan yang luas terhadap eksistensi setiap orang atau individu sebagai konsensus total.²⁹ Artinya, dengan menuruti standar kecantikan yang ada dalam masyarakat maka seorang perempuan akan mendapatkan pengakuan, mendapatkan hak-

²⁷ Innawati Marpaung dan Cut Rizka Al Usrah, “Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”, 2022, p. 388.

²⁸ Peter L. Berger, “Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan”, 1990, p. 31.

²⁹ Innawati Marpaung dan Cut Rizka Al Usrah, “Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”, JSPM, vol. 3, no. 2, 2022, p. 388.

haknya dan ditinggikan martabatnya dalam masyarakat. Hal ini merupakan sebuah hasil dari adanya tiga tahapan yang dikatakan Berger sebagai berikut:

1. Eksternalisasi

Menurut Peter L. Berger, eksternalisasi merupakan tahap yang terjadi ketika produk sosial dibuat di mata publik, kemudian individu menginternalisasikan ke lingkungan.³⁰ Eksternalisasi adalah proses pengeluaran gagasan dari dunia ide pemikiran ke kenyataan atau berbentuk tindakan dari seseorang.³¹ Dapat dimaknai bahwa eksternalisasi merupakan sebuah proses yang ada dalam konstruksi sosial, dimana individu mulai menyebarkan nilai yang berhasil diduplikasinya dari proses internalisasi dan obyektivasi ke lingkungannya, sehingga apa yang dikemukakan tersebut berkemungkinan untuk diinternalisasi oleh individu yang lain.

Menurut Berger, dalam artikel yang ditulis oleh Ferry, menyatakan bahwa eksternalisasi merupakan tatanan sosial atau ruang kontestasi secara sosial atau ruang kontestasi secara sosial sebagai produk dari manusia, diproduksi oleh manusia yang berlangsung terus menerus.³² Pada proses hidupnya, manusia akan selalu menjalani proses eksternalisasi dimana ide, nilai dan pemahaman yang telah diterima kemudian diteruskan kepada orang yang lebih luas lagi di lingkungannya. Akibatnya, nilai yang diinternalisasikan oleh individu bisa

³⁰ *Ibid...*

³¹ Ima Desi Susanti. “Konstruksi Jilbab Komunitas Kampus: Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Lamongan Jawa Timur.”, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.

³² Ferry Adhi Dharma, “Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial”, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 7, no. 1, 2018, p. 6.

menjadi nilai yang diterima dan hidup dalam kesepakatan masyarakat lalu diinternalisasi oleh individu berikutnya

2. Obyektivasi

Menurut Peter L. Berger, obyektivasi merupakan tahapan proses pemahaman individu atas internalisasi nilai yang diterima.³³ Setelah menerima nilai, informasi atau gagasan dari proses pertama internalisasi, individu akan mengalami proses obyektivasi dimana hal-hal tersebut dikaji dalam pikirannya dan diputuskan untuk diterima dan diamalkan. Obyektivasi adalah proses di mana konsep, gagasan, atau konstruksi yang diciptakan oleh manusia menjadi dianggap sebagai sesuatu yang paten dan objektif. Ini berarti apa yang pada awalnya merupakan hasil dari interaksi sosial atau konstruksi manusia kemudian dianggap sebagai sesuatu yang bisa disepakati bersama dalam masyarakat. Obyektivasi merupakan proses dialektis yang berlangsung terus-menerus.³⁴ Sejalan dengan kedua proses lainnya, tahapan ini juga akan terus terjadi selagi ada proses internalisasi dan eksternalisasi yang terjadi dalam masyarakat.

3. Internalisasi

Menurut Peter L. Berger, internalisasi merupakan bentuk pemahaman terhadap informasi yang diterima dalam proses interaksi sosial di masyarakat.³⁵ Internalisasi dimaknai sebagai peresapan realitas

³³Irnawati Marpaung dan Cut Rizka Al Usrah, “Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”, JSPM, vol. 3, no. 2, 2022, p. 389.

³⁴Ferry Adhi Dharma, “Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial”, p. 6.

³⁵Irnawati Marpaung, dan Cut Rizka Al Usrah, “Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik”, p. 389.

yang ada oleh individu.³⁶ Internalisasi adalah ketika individu menerima dan mengadopsi norma-norma, nilai-nilai, keyakinan, atau pola perilaku tertentu dari lingkungan sosialnya sehingga hal-hal tersebut menjadi bagian dari kesadaran dan identitas pribadi mereka.

Titik awal dari urutan waktu ini adalah internalisasi yang dimaknai sebagai pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna.³⁷ Internalisasi ini sangat penting dalam semua tahapan proses konstruksi sosial, sebab internalisasi akan mempengaruhi cara individu memandang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka. Proses ini membantu membentuk perilaku dan sikap individu, karena apa yang diinternalisasi cenderung mempengaruhi cara individu bertindak dan berinteraksi dalam masyarakat. Nilai yang diambil dalam proses internalisasi kemudian mengalami proses obyektivasi sebagaimana penjelasan di atas, dan kemudian lahir menjadi nilai eksis yang ada di masyarakat yang kemudian terjadi proses terakhir, yakni eksternalisasi.

Ketiga momen tersebut tidak selalu berlangsung dalam waktu yang sama, namun setiap individu dalam masyarakat pasti menjadi bagian dari proses tersebut secara serentak.³⁸ Secara alami individu terlibat aktif dalam

³⁶ Peter L. Berger, *"Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan"*, p. 36.

³⁷ Ferry Adhi Dharma, *"Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial"*, p. 6.

³⁸ Ferry Adhi Dharma, *"Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial"*, p. 5.

proses pembentukan konstruksi sosial di masyarakatnya. Kemudian nilai tersebut dianggap sebagai kenyataan sosial yang bisa disepakati dalam masyarakat. Nilai yang telah ada tersebut dapat ditinjau melalui tiga proses tersebut, bukannya sebuah nilai paten yang sudah ada sejak dulu dan tidak dapat dibantah, namun terbentuk dari proses panjang yang dapat diamati.

F. Metode Penelitian

Metode Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi dengan cara memasukkan variabel kedalamnya berdasarkan penulisan tertentu dalam sebuah kerangka ilmu pengetahuan.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dengan judul Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus ini adalah penelitian kualitatif yang juga akan dilakukan langsung ke lapangan. Mengutip tulisan Rijal Fadli dalam artikelnya yang mengutip penelitian Basrowi & Suwandi, penelitian kualitatif adalah ketika peneliti bisa mengenali subjek, merasakan apa yang dialami oleh subjek dalam kehidupan sehari-harinya.³⁹ Menyambung pernyataan tersebut, mengutip Walidin, Saifullah dan Tabrani dalam penelitian Rijal Fadli, penelitian kualitatif adalah proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena

³⁹ Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif”, Jurnal Humanika, vol. 21, no. 1, 2021, p. 34.

yang kompleks, kemudian disajikan dengan kata-kata yang menggambarkan informasi dari sumber.⁴⁰

Pada intinya penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang akan berupaya memahami kompleksitas dari dampak konstruksi kecantikan yang dipahami oleh Mahasiswi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di IAIN Kudus.

2. Sumber Data

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana peneliti menentukan subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu kemudian mencari subjek yang memenuhi kriteria tersebut.⁴¹ Metode ini juga dilakukan berdasarkan pertimbangan subjektif atau pertimbangan tertentu berdasarkan tujuan penelitian.⁴²

Sumber data ini terdapat dua jenis sumber dalam penelitian skripsi ini antara lain:

a. Sumber Primer

Menurut Sugiyono bahwa data primer ini yaitu jenis data yang diambil secara langsung memberikan hasil penelitian kepada pengumpul data.⁴³ Data primer ini diambil dari kegiatan wawancara dengan informan secara langsung. Peneliti melakukan wawancara kepada informan penelitian dengan karakteristik sebagai berikut:

⁴⁰ *Ibid...*, 35.

⁴¹ Jelpa Periantalo, “*Penelitian Kualitatif untuk Psikologi*”, 2016, p. 150.

⁴² Ahmad Naufal Fikri, “*Bioteknologi dan Penerapannya dalam Penelitian dan Pembelajaran Sains*”, 2022, p. 40.

⁴³ Sugiyono, “*Memahami Penelitian Kualitatif*” (Bandung: Alfabeta, 2016), p. 376.

- 1) Mahasiswi aktif Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus.
- 2) Usia mahasiswi dalam rentang 19 sampai 23 tahun.
- 3) Memiliki wajah yang putih, bersih, dan tidak kusam.
- 4) Menggunakan *Skincare*.

b. Sumber Sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder ini jenis data diambil secara tidak langsung dengan memberikan olahan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau melalui orang lain.⁴⁴ Dalam penelitian ini sumber data sekunder berupa dokumentasi berupa foto produk *skincare* yang dibeli oleh informan penelitian dan wawancara kepada teman subjek terkait dampak yang diperoleh akibat dari proses konstruksi kecantikan pada Mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan dilakukan beberapa teknik pengumpulan data untuk menjawab Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan *Skincare* di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus, beberapa teknikanya antara lain:

a. Wawancara

⁴⁴ *Ibid...*, 308.

Proses wawancara menjadi salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Wawancara merupakan proses tanya jawab antara penanya dengan informan yang telah bersedia untuk diwawancarai. Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara semi-terstruktur yang merupakan *in-dept interview* Dimana pelaksanaannya lebih terarah, namun lebih bebas dan mengacu pada pertanyaan terbuka serta memungkinkan adanya pertanyaan-pertanyaan baru yang muncul dari jawaban yang diberikan oleh informan yang akan mendapatkan penggalan informasi lebih dalam.⁴⁵ Profil informan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Profil Informan Penelitian

Nama	Semester	Usia	Asal	Penggunaan Skincare
V	3	20	Kudus	5 tahun
I	3	21	Kudus	3 tahun
E	5	23	Pati	4 tahun
A	5	23	Rembang	2 tahun
L	3	23	Demak	3 tahun
D	5	23	Kudus	4 tahun
K	1	19	Jepara	2 tahun
E	5	23	Kudus	4 tahun
K	3	22	Demak	2 tahun
E	5	23	Kudus	3 tahun

Jumlah informan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kecukupan data yang diperoleh ketika penelitian berlangsung dan tidak adanya data baru yang bisa didapatkan lagi. Karya menjelaskan bahwa

⁴⁵ Leon Andretti Abdillah et al., “*Metodologi Penelitian dan Analisis Data Comprehensive*”, 2021, p. 170.

ukuran sampel dalam penelitian kualitatif cenderung menggunakan konsep jenuh (*saturation*) untuk penentuan kapan pengumpulan data dianggap cukup yang mengacu data yang baru dikumpulkan tidak memberikan lagi informasi tambahan untuk memperdalam pemahaman terkait fenomena yang sedang diteliti.⁴⁶

Beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan konteks permasalahan antara lain:

- 1) Konstruksi kecantikan di lingkungan sosial dan media sosial informan penelitian yang sudah terbentuk.
- 2) Isyarat atau ekspresi masyarakat mengenai fenomena standar kecantikan.
- 3) Proses memahami dan pemahaman mengenai konsep standar kecantikan yang diyakini oleh informan.
- 4) Preferensi *Skincare* yang dipilih oleh informan sebagai dampak dari konstruksi kecantikan yang terbentuk dari aspek bahan baku, merek, dan tempat pembelian.

b. Observasi

Penelitian ini akan mengambil data dengan cara observasi, yakni proses mengamati secara objektif fenomena yang terjadi tentang konstruksi kecantikan pada Mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus, mencatat apa yang terlihat dan menyaringnya menjadi data yang dapat disajikan.

⁴⁶ Detri Karya et al, “Metodologi Penelitian Kualitatif”, 2024, p. 76.

Pada penelitian ini akan dilakukan observasi mengenai hasil dari informan menggunakan *skincare* setelah dilakukannya wawancara.

Observasi dilakukan menyesuaikan hasil wawancara informan terkait motif menggunakan *skincare* selama proses wawancara berlangsung. Hal ini berkaitan dengan:

- 1) Sumber informasi dari informan penelitian untuk memilih *skincare* seperti akun *tiktok*, *Instagram*, maupun informasi lain seperti *youtube* dan platform pendukung lainnya sesuai platform *online* yang digunakan oleh informan.
- 2) Produk *skincare* yang digunakan oleh informan.

c. Dokumentasi

Dalam pengambilan sesi dokumentasi ini dilakukan dengan cara melibatkan Mahasiswi Prodi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus dalam penelitian ini. Selain itu, dokumentasi diambil ketika proses wawancara oleh mahasiswi yang dijadikan informan penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini tentu akan dilakukan analisis data yang terbagi menjadi beberapa proses. Namun sebelum itu, pengertian analisis data adalah sebuah usaha menata dengan sistematis catatan hasil observasi, wawancara untuk disajikan sebuah temuan.⁴⁷ Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi, lalu data yang ada

⁴⁷Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif”, Jurnal Alhadharah, vol. 17, No. 33, 2018, p. 84.

kemudian dikumpulkan dan dipilah sesuai dengan rencana penyajian data. Proses reduksi data akan dilakukan hingga data yang objektif dan tepat didapatkan. Dari data yang ada kemudian dianalisis menggunakan kacamata teori Peter L. Berger tentang internalisasi, obyektivasi dan eksternalisasi. Kemudian pada tahap terakhir akan disusun kesimpulan dari penelitian ini.

Menurut Miles dan Huberman, terdapat teknik dalam analisis data penelitian skripsi ini antara lain :

a. Reduksi Data

Teknik reduksi data ini dilakukan dengan cara merangkum, memilah hal pokok, serta memfokuskan ke hal yang penting saja selain itu, juga mencari tema dan membentuk pola.⁴⁸ Tujuan reduksi data ini dilakukan untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalan data di lapangan.⁴⁹

Proses reduksi data ini akan dilakukan hingga data yang objektif dan tepat didapatkan. Data yang dilakukan reduksi adalah data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah ditulis peneliti. Hal ini berkaitan dengan proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi serta dampak atas konstruksi kecantikan tersebut pada Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus. Data ini dilakukan pemilahan sesuai dengan kaidah kodifikasi atau penamaan dan memberi

⁴⁸Zuchri Abdussamad, “*Metode Penelitian Kualitatif*”, 2021, p. 161.

⁴⁹ Sulistyono, “*Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*”, 2019.

perhatian khusus pada penggalan yang penting. Penggalan yang penting antara lain berkaitan dengan Konstruksi Kecantikan, tahap eksternalisasi, obyektivasi, internalisasi dan dampak setelah mendapatkan kondisi cantik yang diharapkan.

b. Penyajian Data

Dengan adanya penyajian data dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart maupun sejenisnya.⁵⁰ Menyajikan data ini dilakukan agar bisa memahami situasi apa yang terjadi, merancang bentuk kinerja berikutnya sesuai dengan apa yang sudah dipahami dalam penelitian ini. Data yang akan disajikan berupa deskriptif naratif menggunakan pengelompokan berdasarkan kategori. Hal yang disajikan dalam bentuk penggalan penting dalam tabel berkaitan dengan Konstruksi Kecantikan di tiap-tiap informan penelitian, tahap eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi informan dalam proses konstruksi tersebut, serta hasil observasi berkaitan dengan hasil usaha informan penelitian yang telah menggunakan *skincare*.

c. Kesimpulan

Teknik awal kesimpulan yang ada dalam penelitian ini sifatnya masih sementara dan sewaktu-waktu bisa berubah jika data yang ditarik dari hasil penemuan dalam penelitian tersebut tidak menemukan hasil bukti yang kuat terhadap pengumpulan data

⁵⁰Kaelan, "Metode Penelitian Kualitatif : Pemikiran Miles, M.B. and Huberman, M.A", 2005.

selanjutnya.⁵¹ Namun, balik lagi ke tahap awal tadi bila terdapat kesimpulan yang didukung oleh bukti valid dan tetap fokus saat mengambil data ke lapangan maka menghasilkan kesimpulan yang kredibel.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian berjudul Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan Skincare di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus ini akan berisikan sebagaimana sistematika di bawah ini:

Bab pertama, akan berisi latar belakang untuk menjabarkan permasalahan yang diteliti, kemudian diperjelas dengan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka dari penelitian yang relevan dengan penelitian ini sebagai acuan referensi, lalu kerangka teori yang akan digunakan untuk menganalisis hasil data objektif yang diperoleh dari lapangan.

Bab kedua, menjelaskan gambaran lokasi penelitian dari kondisi sosial, ekonomi, geografi, dan gambaran umum pendukung lainnya terkait keadaan lokasi penelitian. Dengan bab ini akan diuraikan penjelasan mengenai keadaan *setting* penelitian untuk mengetahui gambaran secara umum lokasi penelitian.

Bab ketiga, hasil dari wawancara atau muatan data-data pendukung yang dilakukan peneliti akan dipaparkan di bab ini yang terkait dengan dampak serta proses konstruksi sosial mengenai kecantikan pada Mahasiswi Program

⁵¹*Ibid...*

Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus.

Bab keempat, dalam bab ini berisi hasil dari data yang ada dan penjas secara detail atas analisa dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu Dampak Konstruksi Kecantikan terhadap Pemilihan *Skincare* di Kalangan Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus terkait proses eksternalisasi, obyektivasi, internalisasi, dan dampaknya akan konstruksi kecantikan tersebut terhadap pemilihan *skincare*.

Bab kelima, dalam bab ini merupakan hasil dari kesimpulan yang diperoleh peneliti dan terdapat saran agar dapat dimuat untuk pengetahuan kepada pembaca terkait penelitian lebih lanjut dan didapatkan informasi yang bermanfaat bagi pembaca.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Konstruksi kecantikan pada Mahasiswi Program Studi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kudus mengalami momen eksternalisasi dimana masyarakat menilai standar kecantikan yang berlaku yaitu bebas dari jerawat dan memiliki kulit putih dan mulus. Standar kecantikan juga terkonsep di sosial media *Instagram* dan *Tiktok* melalui *influencer* sehingga standar ini tampak obyektif dalam masyarakat. Pada momen obyektivasi, masyarakat menampilkan isyarat dan ekspresi berupa memberikan komentar pada mahasiswi karena memiliki wajah berjerawat, pengabaian berupa ‘buang muka’ dan perundungan secara verbal menyebabkan rasa rendah diri dan sakit hati pada mahasiswi. Pada momen internalisasi, kesesuaian dorongan untuk mencapai standar kecantikan di lingkungan antara keluarga dan masyarakat menyebabkan mahasiswi menganggap standar tersebut adalah sebuah keniscayaan dan memang seharusnya ada serta dianggap wajar sehingga terbentuk makna kecantikan pada mahasiswi yaitu kulit putih dan bebas dari jerawat, dan pada akhirnya memutuskan untuk berusaha mencapai standar kecantikan tersebut.

Dampak dari konstruksi kecantikan tersebut, mahasiswi merasa harus menggunakan *skincare* yang merupakan solusi agar lebih mendapatkan sanjungan dan lebih dihargai oleh masyarakat. Mahasiswi mempelajari *skincare* melalui *influencer* di *Instagram*, *Tiktok*, dan *Youtube*, melakukan

pembelian di toko terdekat dan *marketplace Shopee*, menemukan kecocokan *skincare* selama tiga bulan sampai tiga tahun dengan *trial* dan *error* berbagai produk serta memperhatikan bahan baku *skincare* saat melakukan pembelian seperti *niacinamide* pada merek *N'Pure toner* dan *Moisturizer Bright to Glow Pink* agar kulit lebih putih dan cerah, serta bahan *salicylic* seperti merek *Jtakepil*, *N'Pure*, *SkinTime*, *Skintific Redglow*, *Gdglow*, *Ella Skincare Klinik* untuk mengatasi permasalahan jerawat.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian yang diperoleh, peneliti dapat mengajukan saran penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswi

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan saran, pemikiran mengenai gambaran konstruksi kecantikan di kalangan mahasiswi yang relevan dengan pemilihan *skincare* agar dapat menghadapi fenomena standar kecantikan di masyarakat dengan baik.

2. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan kajian di bidang Sosiologi Agama terutama dengan tema yang sama yaitu dampak konstruksi kecantikan terhadap pemilihan *skincare* pada mahasiswi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon Andretti et al., *“Metodologi Penelitian dan Analisis Data Comprehensive”*, 2021.
- Abdussamad, Zuchri, *“Metode Penelitian Kualitatif”*, Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Afifah, Nurul et al, *“Kecantikan Sebagai Ideal Self Perempuan”*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK, vol. 8, no. 2, 2023, pp. 1-10.
- Agustiani, Fauziah Tri, *“Konstruksi Makna Cantik pada Mahasiswi Pengguna Skincare di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri”*, Thesis, IAIN Kediri, 2024.
- Aisyahrani, Adilla, *“Peran Pendidikan Ekonomi dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Mahasiswa”*, Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance, vol. 2, no. 2, 2024.
- Amania, Salwa Ahla et al, *“Klasifikasi Jenis Jerawat Wajah menggunakan Arsitektur Inception V3”*, Jurnal Ilmiah Sultan Agung, vol, 2, no. 2, 2023, pp. 738-752.
- Amelia, Lia et al, *“Konstruksi Makna Cantik bagi Remaja Perempuan Pengguna Pemutih Kulit Ilegal”*, Jurnal Sosialisasi, vol. 9, no. 3, 2022, pp. 139-150.
- Andika, Fendi Tika, *“Analisis Pajak Daerah, Retribusi Daerah Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Kudus Tahun 2013-2021”*, 2023, Undergraduate thesis, IAIN Kudus.
- Andriani, Nur Fitri, *“Analisis Preferensi Konsumen terhadap Penggunaan Produk Skincare Korea Selatan dan Lokal”*, Diponegoro Journal of Economics, vol. 9, no. 4, 2020, pp. 1-8.
- Aprilita, Dini dan Refti Handini Listyani, *“Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @bidadarisurga, dan @papuan_girl)”*, Paradigma, vol. 4, no. 3, 2016, pp. 1-13.
- Arwanda, Destya et al, *“Putih yang Ideal: Representasi Warna Kulit Perempuan dalam Iklan Kosmetik Vaseline Insta Fair tahun 2013”*, Jurnal Audiens, vol. 3, no. 1, 2022, pp. 48-60.

- Ayuningrum, Chintya Koestri dan Harmona Daulay, "*Konstruksi Kecantikan: Makna Cantik oleh Mahasiswi Penggunaa Skincare Korea*", Sosiologi Nusantara, vol. 10, no. 1, 2024, pp.1-17.
- Badur, Anjelina Kurniati et al, "*Preference of Skincare Product Usage Among Students of Public Health Faculty of Nusa Cendana University*". Journal of Health and Behavioral Science, vol. 6, no. 1, 2024, pp. 95-110.
- Basir, Nur Sabrina Dewi et al, "*Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram*", SNIIS, vol. 1, pp. 566-575.
- Berger, Peter L., "*Tafsir Sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*", Jakarta: LP3ES, 1990.
- _____, 2013.
- Charunia, Maria Intan, "*Pemaknaan Audiens Perempuan atas Konsep Kecantikan dalam 'Akun Cantik' Instagram (Analisis Resepsi pada Followers Perempuan Akun @bidadarium)*", Universitas Brawijaya, 2018.
- Chinta, Syahallah W. et al, "*Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia*", Prosiding Seminar Nasional, 2023, pp. 1440-1448.
- Derivanti, Azizah Des et al, "*Studi Fenomenologi: Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Skincare melalui Media Platform Digital di Era Covid-19*", Sibatik Journal, vol. 1, no. 9, 2022, pp. 1617-1628.
- Dharma, Ferry Adhi, "*Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger tentang Kenyataan Sosial*", Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 7, no. 1, 2018, pp. 1-7.
- Dwiarisastuti, Meta dan Diovany Tirtana, "*Keputusan Pembelian: Pengukuran Berdasarkan Promosi, Harga, dan Lokasi*", Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi, vol. 17, no. 1, 2024, p. 16-23.
- Fadhilah, Annisa et al, "*'Analisis Fenomena 'Beuaty Privilege' dalam Status Sosial Siswa Sekolah Menengah Atas*", Jurnal Pendidikan Sosiologi Uindiksha, vol. 5, no. 3, 2023, pp. 247-253.
- Fadli, Muhammad Rijal, "*Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*", Jurnal Humanika, vol. 21, no. 1, 2021, pp. 33-54.
- Fikri, Ahmad Naufal, "*Bioteknologi dan Penerapannya dalam Penelitian dan Pembelajaran Sains*", Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2022.

- Garcia Giorgia dan Septia Winduwati, “Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle”, *Koneksi*, vol. 7, no. 1, 2023, pp. 248-255.
- Gunawan, Yolanda Aesi, “Studi Preferensi Konsumen Perempuan Gen Z terhadap Produk Kosmetik Cina pada e-commerce Shopee”, *Costing*, vol. 7, no. 4, 2024, 10930-10940.
- Hermansyah dan Nuraini, “Makna Penggunaan Skincare Bagi Mahasiswa”, *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Kebudayaan*, vol. 2, no. 2, 2024, pp. 203-214.
- Jawa Tengah, Keputusan Gubernur, “Upah Minimum pada 35 Kabupaten/Kota dan Upah Minimum Sektoral di Provinsi Jawa Tengah”, 2025.
- Jelpa, Periantalo, “Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi”, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016.
- Juliana, Fitria Rahma, “Lapar Mata: Mahasiswi, Kecantikan, dan Perilaku Konsumtif”, *Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Sosial*, vol. 5, no. 1, 2022, pp. 1-22.
- Kaelan, “Metode Penelitian Kualitatif: Pemikiran Milles, M.B. and Huberman, M.A. ”, Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2005.
- Karya, Detri et al, “Metodologi Penelitian Kualitatif”, Padang: Takaza Innovatix Labs, 2024.
- Kevin, Andreas et al., “Analisa Tren Skin Care Natural terhadap Preferensi Konsumen”, *Indonesian Business Review*, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 1-13.
- Kudus, Badan Pusat Statistik, “Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kabupaten Kudus (Jiwa), 2023”, <https://kuduskab.bps.go.id/>
- _____, Febi IAIN, “Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus”, 2022, <https://febi.iainkudus.ac.id>.
- _____, IAIN, “Profil Selayang Pandang IAIN Kudus (Institut Agama Islam Negeri Kudus)”, 2021, <https://iainkudus.ac.id>.
- _____, Pemerintah Kabupaten, “Profil Kabupaten Kudus”, 2018, https://kuduskab.go.id/page/profil_kabupaten_kudus.
- Lestari, Citra Dewi et al, “Konstruksi Kecantikan Mahasiswi Pengguna Skincare di Universitas Sebelas Maret Surakarta”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, vol. 7, no. 2, 2023, pp. 887-893.

- Mansyur, Alif Ilman et al, "*Stigma Warna Kulit terhadap Standar Kecantikan di Kalangan Mahasiswa Prodi Tadris IPS UIN Mataram Tahun 2023*", Istinarah, vol. 5, no. 2, 2023, pp. 76-85.
- Marpaung, Irnawati dan Cut Rizka Al Usrah, "*Konstruksi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*", JSPM, vol. 3, no. 2, 2022, pp. 387-396.
- Munaf, Adinda Talitha Syahada, et al., "*Pengaruh Review Customer terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow*", Jurnal Potensial, vol. 4, no. 1, 2025, p.75
- Mulyani, Sri, "*Peran Gusjigang dan Penerapan Akuntansi terhadap Literasi Keuangan Pra-Nikah*", Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, vol. 12, no. 2, 2015.
- Mustakim et al, "*Konstruksi Kepemimpinan Atas Tradisi Giri Kedaton Sebagai Identitas Sosial Budaya Masyarakat Kabupaten Gresik*", vol. 19, no. 1, 2020, pp. 11-27.
- Nawiroh, Siti dan Rohmadtika Dita, "*Konstruksi Kecantikan Perempuan pada Feature How to Do di Kanal Beauty Fimela.com*", Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, vol. 17, no. 1, 2020, pp. 47-60.
- Ngangi, Charles R., "*Konstruksi Sosial dalam Realitas Sosial*", ASE, vol. 7, no. 2, 2011, pp. 1-4.
- Nurmala, Nisa et al, "*Praktik Sosial Beauty Privilege pada Mahasiswi dalam Lingkungan Kampus di Kota Serang*", Jurnal Pendidikan Tambusai, vol. 9, no. 1, 2025, pp. 5379-5387.
- Paramban, Vanessa Louis, "*Kecantikan lokal vs. Kecantikan Global: Representasi Standart Kecantikan dalam film 'She Was Pretty' versi tiga negara*", Repository Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Pratiwi, Nurfadhilah et al, "*Hubungan Pengetahuan dengan Pemilihan Skincare pada Remaja Putri di SMPN 1 Awangpone*", Windows of Public Health Journal, vol. 4, no. 4, 2023, pp. 630-637.
- Platform, Central Java Investment Platform, "*Profil Kabupaten Kudus*", 2025, <https://cjip.jatengprov.go.id/profil-kabkota/29>.
- Puspa, Ratih, "*Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan*", Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, vol. 23, no. 4, 2010, pp. 312-323.

- Putri, Karinia Cantika dan Retno Dyah Kusumawati, “*Representasi Kecantikan Perempuan pada Kampanye Be Your Own Melalui Youtube BLP Beauty*”, Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, vol. 22, no. 1, 2023, pp. 93-107.
- Qonnayda, Umi dan Titin Sutini, “*Hubungan Akne Vulgaris dengan Citra Tubuh Remaja di Desa Lonam Kabupaten Sambas Kalimantan Barat*”, Indonesian Journal of Nursing Science and Practice, vol. 4, no. 1, 2021, pp. 41-48.
- Ramadani, Salsabila, “*Pengaruh Intensitas Penggunaan Make Up terhadap Kepercayaan Diri (Self Confidence) Mahasiswi Angkatan 2018 di UIN Walisongo Semarang*”, Skripsi UIN Walisongo, Semarang, 2021.
- Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, “*Perempuan dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi)*”, Jurnal An-Nida, vol. 10, no. 2, 2018, pp. 133-143.
- Rijali, Ahmad, “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal Alhadharrah, vol. 17, no. 33, 2018, pp. 81-95.
- Rinaldo, Diko, “*Konstruksi Kecantikan: Sebuah Analisis Hipersemiosis terhadap Film the Devil Wears Prada*”, Universitas Indonesia, 2012.
- Riswana, Rian Dwi et al, “*Konstruksi Standar Kecantikan Perempuan di Kalangan Mahasiswi Universitas Mataram*”, SenSocio, vol. 4, no. 1, 2023, pp. 450-469.
- Rukmawati, Deni Ria dan Iskandar Dzulkarnain, “*Konstruksi Kecantikan di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan)*”, Dimensi: Journal of Sociology, vol. 8, no. 1, 2015, pp. 1 – 16.
- Rusuli, Izzatur, “*Psikososial Remaja: Sebuah Sintesa Teori Erick Erikson Dengan Konsep Islam*”, Jurnal As-Salam, vol. 6. No. 1, 2022, pp.75-89.
- Santoso, Irsyad et al, “*Kudus Regional Regulation Number 10 of 2015 Concerning Discotheque, Night Club, PUB, and Karaoke Entertainment Arrangement Business*”, Jurnal SOSPOLBUD, vol. 2, no. 1, 2023, pp. 41-54.
- Santoso, Puji, “*Konstruksi Sosial Media Massa*”, Al-Balagh, vol. 1, no. 1, 2016, pp. 30-48.
- Sari, Retno, “*Konstruksi Makna Cantik bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Cokelat*”, JOM FISIP, vol. 4, no. 1, 2017, pp. 1-15.

- Sihotang, Dhea Cahyati dan Sere Natalia, *“Persepsi Mahasiswi terhadap Standar Kecantikan yang ditampilkan Media Sosial (Instagram)”*, Triwikrama, vol. 6, no. 10, 2025, pp. 1-11.
- Sugiyono, *“Memahami Penelitian Kualitatif”*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Susanti, Ima Desi, *“Konstruksi Jilbab Komunitas Kampus: Studi pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Lamongan Jawa Timur”*, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Syauki, Wifka Rahma dan Diyah Ayu Amalia Avina, *“Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran”*, Jurnal Manajemen Komunikasi, vol. 4, no. 2, 2020, pp. 42-60.
- Tampi, Feggy Esterlita Irene et al, *“Hubungan Ti Kepercayaan Diri dengan Jerawat (Acne Vulgaris) pada Remaja Kelas X-XII IPA SMAN 9 BINSUS MANADO”*, Repository UIN Syarif Hidayatullah.
- Ulva, Siti Maria et al, *“Interpretasi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Fenomenologi Sosial (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS IAIN Metro)”*, Jurnal JSGA, vol. 03 no. 02, 2021
- Umbarani dan Fakhruddin, *“Konsep Mempercantik Diri dalam Prespektif Islam dan Sains”*, Dinamika Sosial Budaya, vol. 23, no. 1, 2021.
- Wilbert, Agnes Nathania dan Nurlaila Effendy, *“Pengaruh Intensitas Penggunaan Kosmetik terhadap Kepercayaan Diri pada Wanita Pekerja Frontliner di Kota Surabaya”*, Jurnal Experientia, vol. 11, no. 1, 2023, pp. 70-87.
- Yanti, Winda, *“Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Konsumtif dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Mutia Vie Skincare dan Natasha Skincare: Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017-2019”*, Repository IAIN Kudus, 2020.
- Yustia, Fransiska Angelina Azha et al, *“Konstruksi Identitas Sosial di Media Sosial terkait Cyberbullying dalam Penggunaan Bahasa: Analisis Prespektif Sosiologi”*, Innovative, vol. 4, no. 4, 2024, pp. 14058-14072.
- Yusuf, Efendi et al, *“Konstruksi Sosial masyarakat dalam Pelembagaan Tradisi Petik Laut: Studi Kasus Pelaku Tradisi Petik Laut di Desa Kedungrejo, Kabupaten Banyuwangi”*, Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya, vol. 1, no. 1, 2023, pp. 125-137.