

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai mitos kecantikan perempuan muslim, sebuah studi diskursif dalam blog fashion muslim. Penelitian menjadi penting dan menarik karena dalam media blog fashion muslim, perempuan muslim menjadi memiliki kontribusi membentuk konsep kecantikan baru melalui *fashion hijab*. Berdasarkan wacana kecantikan yang dipaparkan melalui teks tertulis dan gambar, blog fashion muslim menawarkan gambaran ideal seorang muslimah, yang mengawinkan konsep spiritual dan material.

Sebagai penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana, penelitian ini menggunakan teori wacana Perempuan Sara Mills dan teori mitos milik Roland Barthes, penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana *fashion hijab* sebagai identitas perempuan muslim diwacanakan dalam blog fashion muslim menjadi suatu konsep kecantikan, selain itu untuk menggali bagaimana wacana kecantikan perempuan muslim yang dijadikan komoditas melalui mitos. Analisis data dibagi menjadi dua bagian yaitu analisis konsep kecantikan yang dimitoskan dan analisis mitos kecantikan yang dikomodifikasi. Analisis difokuskan pada teks tertulis dan visual yang ada dalam blog. Melalui analisis data tersebut diketahui bahwa dari blog-blog fashion muslim yang diteliti ada beberapa konsep kecantikan yang ingin ditawarkan ke pada publik diantaranya cantik secara spiritual (*inner beauty*), lahiriyah (*outer beauty*) dan gabungan antara keduanya (*inner-outer beauty*). Konsep cantik penggunaan fashion hijab ternyata menggiring para peminatnya untuk bermuara pada mitos kecantikan. Mitos kecantikan yang ada dalam blog fashion muslim ternyata masih dipengaruhi oleh budaya patriarkhi. *Hijab fashion* yang dimitoskan memiliki kekuatan dalam menambah kadar kecantikan perempuan, ternyata juga mengalami komodifikasi. Mitos ditumbuhkan dalam masyarakat sebagai alat untuk menarik banyak konsumen.

Kata kunci: Mitos Kecantikan, perempuan muslim, *Hijab Style*, Blog fashion muslim, *cultural studies*.

ABSTRACT

This study of the beauty myth of Muslim women , a discursive study in Muslim fashion blog . Research into important and interesting because in the Muslim fashion blog media , Muslim women have contributed to form into a new concept of beauty through fashion hijab. Based on the discourse of beauty presented through written text and images, Muslim fashion blogs offer an ideal picture of a Muslim woman, who marries the concept of the spiritual and the material.

As a qualitative research with method of discourse analysis use a combination of theoretical women discourse of Sara Mills and myth theory of Roland Barthes, this study aims to explore how women's fashion Muslim hijab as an identity discourse in the Muslim fashion blog into a concept of beauty , but it is to explore how the discourse dikomoditaskan Muslim women through beauty myth . Data analysis is divided into two parts, namely the analysis of the concept of beauty is mythologized and commodified beauty myth analysis. The analysis focused on the written and visual texts that exist in the blog. Through analysis of the data it is known that the Muslim fashion blogs are studied there are several concepts of beauty that wants to offer to the public : inner beauty , outer beauty and the inner - outer beauty. The concept of beautiful hijab fashion lead to the beauty myth. Beauty myths that exist in the Muslim fashion blog was still influenced by patriarchal culture. Hijab fashion has the power to add level of female beauty, are also facing commoditization.

key word: Beauty Myth , Muslim women , Hijab Style , Blog muslim fashion , cultural studies.